



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del “Pago de Areco”

Diciembre 2023

FUNDACIÓN LABORATORIO DE IDEAS Y ACCIONES SOSTENIBLES



Autoridades

Intendente Municipal de Carmen de Areco

Dr. Ivan Villagrán

Intendente Municipal de San Antonio de Areco

Ing. Agr. Francisco Ratto

Intendente Municipal de San Andrés de Giles

Sr. Miguel Gesualdi

Directora de Turismo de Carmen de Areco

Yenifer Mella González

Directora de Turismo de San Antonio de Areco

Soledad Giacomantone

Coordinador de Turismo de San Andrés de Giles

Alfonso Ponchione

Equipo de trabajo

Coordinador del Plan

Andrés Ziperovich

Equipo técnico del Plan

Florencia De Cabo

Patricia Molina

Fabrizio Scalfino

Gaspar Taboada

Julian Cherkasky Rappa

Luis Pronesti

Juan Vianello

Índice

Diagnóstico	p.10
Bases metodológicas para el abordaje de la construcción del plan	p.11
Antecedentes institucionales y aspectos físicos	p.28
Partes Interesadas	p.36
Recursos y atractivos turísticos	p.48
Estructura económica y tributaria	p.79
Marco legal e institucional	p.87
Estructura territorial y sostenibilidad	p.105
Equipamiento de apoyo al desarrollo turístico	p.150
Desarrollo de la oferta turística	p.162
Calidad turística	p.169
Demanda turística	p.179
Anclajes para pensar el presente y el futuro	p.235
Propuestas del plan	p.249
Institucionales	p.250
De fortalecimiento de las gestiones locales de turismo integrando los tres destinos	p.253
Desarrollo de la oferta turística	p.263
Proyectos de inversión pública	p.268

Fortalecimiento institucional privado _____	p.271
Propuestas específicas Carmen de Areco _____	p.273
Propuestas específicas San Andrés de Giles _____	p.275
Propuestas específicas San Antonio de Areco _____	p.276
Plan de marketing y comunicación _____	p.278
Proyectos ejecutivos _____	p.293
Rueda de marca _____	p.391
Propuestas de diseño _____	p.401
Mapa del desarrollo turístico _____	p.412
Guía de oportunidades para el sector turismo _____	p.413
Propuestas de gestión _____	p.433
Constitución de un núcleo de gestión del plan _____	p.434
Bibliografía _____	p.441

Listado de imágenes

Imagen 01: Valle de Uco	25
Imagen 02: Isologotipo Marca Valle de Uco y base conceptual	27
Imagen 03: Partidos que conforman el Pago de Areco	35
Imagen 04: Flyer Jornadas de diálogo comunitario	49
Imagen 05: Ubicación de la región	58
Imagen 06: Vagues	61
Imagen 07: Presupuesto municipal - San Antonio de Areco	82
Imagen 08: Presupuesto municipal - San Andrés de Giles	83
Imagen 09: Presupuesto municipal - Carmen de Areco	83
Imagen 10: Presupuesto turístico - San Antonio de Areco	84
Imagen 11: Presupuesto por programa - San Andrés de Giles	85
Imagen 12: Presupuesto por dirección - Carmen de Areco	86
Imagen 13: Recursos humanos municipales - San Antonio de Areco (1)	86
Imagen 14: Recursos humanos municipales - San Antonio de Areco (2)	87
Imagen 15: Obras en Autovía RP41	88
Imagen 16: Programa 50 destinos - Carmen de Areco	88
Imagen 17: Distribución territorial por Municipio	119
Imagen 18: GIRSU - San Andrés de Giles	124
Imagen 19: Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana (RENABAP)	130
Imagen 20: Registro Público Provincial de Villas y Asentamientos Precarios de la provincia de Buenos Aires (RPPVAP)	130
Imagen 21: Barrio Popular La Cooperativa	131
Imagen 22: Urbanizaciones cerradas	132
Imagen 23: Urbanizaciones cerradas - San Andrés de Giles	133
Imagen 24: Oferta Airbnb	135
Imagen 25: Publicaciones identificadas en AirDNA	136
Imagen 26: Censo 2022 (1)	136
Imagen 27: Censo 2022 (2)	137
Imagen 28: Censo 2022 (3)	137
Imagen 29: Actividad en Parque Urbano Natural de San Andrés de Giles	150
Imagen 30: Reserva Natural Parque Criollo en San Antonio de Areco (1)	151
Imagen 31: Reserva Natural Parque Criollo en San Antonio de Areco (2)	151
Imagen 32: Sistema de Información Municipal Consolidada (SIMCo)	153
Imagen 33: Índices de seguridad (1)	156
Imagen 34: Índices de seguridad (2)	157
Imagen 35: Índices de seguridad (3)	157
Imagen 36: Mapa de cobertura - Claro	161
Imagen 37: Mapa de cobertura - Movistar	161
Imagen 38: Mapa de cobertura - Persona	162
Imagen 39: Estado de Rutas Nacionales	163

Imagen 40: Oferta y ubicación de localidades del Partido de Carmen de Areco.	164
Imagen 41: Oferta y ubicación de localidades del Partido de San Andrés de Giles.	165
Imagen 42: Oferta y ubicación de localidades del Partido de San Antonio de Areco.	165
Imagen 43: Esquema articulado para la distinción Municipio Turístico Sostenible del SACT	175
Imagen 44: Respuestas a visitas a los destinos del Pago de Areco (Preg. 3)	183
Imagen 45: Medio de transporte utilizado en la visita a los destinos del Pago de Areco (Preg. 4)	184
Imagen 46: Asociaciones con Carmen de Areco – Nube de palabras	186
Imagen 47: Asociaciones con San Andrés de Giles – Nube de palabras	187
Imagen 48: Asociaciones con San Antonio de Areco – Nube de palabras	188
Imagen 49: Sitio Web Carmen de Areco - Página principal	207
Imagen 50: Imágenes del sitio web - Carmen de Areco	208
Imagen 51: Perfil de Instagram Carmen de Areco Turismo	210
Imagen 52: Imágenes del perfil de Facebook - Municipio de Carmen de Areco	211
Imagen 53: Perfil de Twitter Municipio Carmen de Areco	212
Imagen 54: Cuenta de Turismo de Carmen de Areco en Twitter	212
Imagen 55: Sitio Web San Andrés de Giles - página principal y vinculadas con turismo	215
Imagen 56: Perfil de Instagram del municipio de San Andrés de Giles	216
Imagen 57: Perfil de Instagram de Turismo de San Andrés de Giles	217
Imagen 58: Perfil de Twitter de San Andrés de Giles	218
Imagen 59: Perfil de Facebook Municipio San Andrés de Giles	219
Imagen 60: Sitio web de turismo de San Antonio de Areco – diferentes páginas y secciones	221
Imagen 61: Calificación detallada según ítems de auditoría SEO para el sitio web www.santantoniodereco.tur.ar	222
Imagen 62: Perfil de Facebook San Antonio de Areco	223
Imagen 63: Fotos de posteos perfil Facebook de San Antonio de Areco	224
Imagen 64: Perfil de Instagram de San Antonio de Areco	225
Imagen 65: Resultados de búsquedas comparadas entre los tres destinos período julio 2022-marzo 2023	226
Imagen 66: Búsqueda por región - Google Trends	226
Imagen 67: Diagrama de la innovación	259
Imagen 68: Mapa RP 31	271
Imagen 69: Ejes de contenido	280
Imagen 70: Eje de contenido - Estilo de vida	280
Imagen 71: Eje de contenido - Naturaleza	281
Imagen 72: Eje de contenido - Cultura	282
Imagen 73: Eje de contenido - Actividades	283
Imagen 74: Eje de contenido - Servicios	283
Imagen 75: Etapas del Plan de Acción	284

Imagen 76: Consolidación en territorio	284
Imagen 77: Semana del Pago de Areco	285
Imagen 78: Señalética local	285
Imagen 79: Espacio digital	286
Imagen 80: Pasaporte local	287
Imagen 81: Perfil de Instagram Pago de Areco	289
Imagen 82: Perfil de Instagram y métricas de “Pueblereando”	289
Imagen 83: Perfil de X y métricas de “Guido Rodriguez”	290
Imagen 84: Perfil de Instagram de “Buenos Aires Random”	290
Imagen 85: Perfil de X y métricas de “Pasajera en Viaje”	291
Imagen 86: Perfil de Instagram de “Malija Viajes”	291
Imagen 87: Gráfica en vía pública	293
Imagen 88: Target	394
Imagen 89: Tono	395
Imagen 90: Personaje	396
Imagen 91: Valores	397
Imagen 92: Target	398
Imagen 93: Arquetipo	399
Imagen 94: Razones para creer	400
Imagen 95: Beneficios emocionales	401
Imagen 96: Beneficios funcionales	401
Imagen 97: Propósito de la marca	402
Imagen 98: Ejemplos de aplicación en Propuesta #1 de Marca de Pago de Areco	409
Imagen 99: Ejemplos de aplicación en Propuesta #2 de Marca de Pago de Areco	413
Imagen 100: Mapa de desarrollo turístico	414
Imagen 101: Mapa localidades del Pago de Areco	415
Imagen 102: Localidades y tipología de prestadores turísticos del partido de Carmen de Areco	416
Imagen 103: Localidades y tipología de prestadores turísticos del partido de San Andrés de Giles.	417
Imagen 104: Localidades y tipología de prestadores turísticos del partido de San Antonio de Areco.	417
Imagen 105: Mapa de inversiones	418

Listado de tablas

Tabla 01: Mapa de actores San Antonio de Areco	40
Tabla 02: Mapa de actores San Andrés de Giles	40
Tabla 03: Mapa de actores Carmen de Areco	41
Tabla 04: Entrevistas de partes interesadas	42
Tabla 05: Identificación de recursos y atractivos	43
Tabla 06: Proyectos a priorizar	43
Tabla 07: Imperdibles del destino	45
Tabla 08: Recursos con potencial turístico	46
Tabla 09: Principales debilidades	47
Tabla 10: Destinos de turismo rural mejor posicionados en la mente de los turistas.	52
Tabla 11: Atractivos de San Antonio de Areco	68
Tabla 12: Atractivos de San Andrés de Giles	71
Tabla 13: Atractivos de Carmen de Areco	74
Tabla 14: Recursos con potencialidad turística	76
Tabla 15: Espacios turísticos potenciales	79
Tabla 16: Rutas turísticas y temáticas	79
Tabla 17: Explotaciones agropecuarias por municipalidad 1988 - 2018	115
Tabla 18: Indicadores de escolarización y alfabetismo por Municipio	155
Tabla 19 : Atractivos más destacados por los turistas	185
Tabla 20: Categorías de búsqueda por región para cada destino del Pago de Areco para el periodo junio 2022-junio 2023	227
Tabla 21: Llegadas de turistas SA de Areco - Variación interanual	228
Tabla 22: Procedencia de Turistas en San Antonio de Areco	228
Tabla 23: Pernocte en San Antonio de Areco	229
Tabla 24: Procedencia de Turistas Internacionales en San Antonio de Areco	229
Tabla 25: Composición del turismo europeo que arriba a San Antonio de Areco	229
Tabla 26: Propuestas por eje	250
Tabla 27: Propuesta de texto, imagen y ejes	287
Tabla 28: Proyecto ejecutivo - La Ruta del Caballo	295
Tabla 29: Proyecto ejecutivo - Naturaleza de pampa	311
Tabla 30: Proyecto ejecutivo - Programa de Desarrollo Local turístico	319
Tabla 31: Proyecto ejecutivo - Identidad todo el año	323
Tabla 32: Proyecto ejecutivo - Camino de la cultura gauchesca	333
Tabla 33: Proyecto ejecutivo - Polo Tecnológico y de Innovación Pago de Areco	355
Tabla 34: Proyecto ejecutivo - Eventos Masivos Sostenibles y Organizaciones de Impacto Positivo	361

Tabla 35: Proyecto ejecutivo - Incubadora de empresas turísticas	365
Tabla 36: Proyecto ejecutivo - Programa de capacitación y profesionalización para el sector turístico, hotelero y gastronómico	369
Tabla 37: Proyecto ejecutivo - Ecobono sustentable Pago de Areco	376
Tabla 38: Proyecto ejecutivo - Asociación Privada Pago de Areco	378
Tabla 39: Proyecto ejecutivo - Fortalecimiento de la institucionalidad turística para las tres localidades	383
Tabla 40: Proyecto ejecutivo - Fortalecimiento de la institucionalidad turística para las tres localidades	388
Tabla 41: Alojamientos turísticos alternativos en un entorno natural	420
Tabla 42: Actividades de naturaleza con distintos niveles de dificultad	424
Tabla 43: Turismo gastronómico	426
Tabla 44: Agencias de viajes receptoras	429
Tabla 45: Turismo de reuniones	431

Diagnóstico



El presente material, fruto de la investigación de campo y escritorio, de gran cantidad de entrevistas y encuestas, del análisis de un equipo profesional y la “lectura” de la realidad, con la mirada puesta en analizar el pasado y reflexionar el presente; propone un abordaje amplio sobre el territorio denominado “Pago de Areco”, sus potencialidades y posibilidades de integración turística territorial.

Un diagnóstico pensando en el desarrollo de cada destino integrante de la región y la potenciación para el crecimiento conjunto y asociativo. Sin perder las identidades propias, la historia turística de cada destino, las características en su desarrollo turístico. Sino, más bien, pensando en un futuro donde el turismo genere más ingresos, más desarrollo local, más arraigo y mejoramiento de la vida de cada residente de cada destino turístico.

Los aportes aquí vertidos servirán para el debate, para la construcción de nuevos paradigmas en el desarrollo turístico, para abrazar la región con una mirada puesta en las nuevas realidades que exigen los nuevos abordajes del turismo y las nuevas tendencias que buscan las y los turistas.

Bases metodológicas para el abordaje de la construcción del plan

Visión del futuro del plan y núcleo de abordaje

a. Acerca de la metodología

El presente apartado tiene por objeto la presentación de los aspectos metodológicos generales de la Etapa Diagnóstica del Plan de Desarrollo Turístico “Pago de Areco”.

b. Objeto y consideraciones preliminares

El “Informe de diagnóstico” persigue identificar variables y problemas estructurales que inciden en el desarrollo competitivo de cada municipio de la región de Pago de Areco, permitiendo establecer la línea de base a partir de la cual se definirá la visión y los objetivos para los diferentes ejes estratégicos de abordaje.

El diseño del diagnóstico implica la realización de diferentes tipos de actividades relacionadas con la recolección de información y su posterior tratamiento con el fin de establecer un estado de situación actual de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles como destinos turísticos, así como los puntos de anclaje de posibles vinculaciones en pos del desarrollo turístico.

Siendo el propósito realizar un diagnóstico de la situación actual de los municipios en relación con la actividad turística, se determinaron y utilizaron las herramientas metodológicas necesarias para el relevamiento y el análisis de la información para la elaboración del producto.

La finalidad del presente producto es contribuir a la definición de estrategias para el sector turístico, fomentando la interacción entre las diferentes partes interesadas, promoviendo las bases para una planificación turística en condiciones de transparencia, previsibilidad y corresponsabilidad.

El análisis de datos considera una serie de objetivos que forman parte de la política del Estado de cada municipio, como la idea de favorecer el arraigo.

c. Identificación, relevamiento, análisis y exposición de datos

El diagnóstico realizado presenta tres instancias de recolección y análisis de datos que es pertinente destacar:

Estudio documental para el diagnóstico

Esta instancia consiste en la observación y análisis de los siguientes tipos de documentos:

a. Escala macro:

- i. Marco legal y reglamentario.
- ii. Estudios de aspectos pertinentes a la actividad turística en la provincia de Buenos Aires.
- iii. Planes estratégicos provinciales, regionales y municipales.
- iv. Planes estratégicos sustentables de otros municipios, que pudieran servir de antecedentes.

Escala micro

- i. Estudios realizados con anterioridad sobre cada municipio
- ii. Documentación y registros suministrados por los municipios
- iii. Documentación entregada por actores y partes interesadas.
- iv. Bibliografía pertinente.

Articulación con el equipo municipal

El Plan Estratégico es elaborado por un equipo consultor de especialistas, así como mediante la participación activa tanto de las diferentes áreas municipales como de los actores y partes interesadas de cada jurisdicción.

Para favorecer el intercambio de datos con las diferentes áreas municipales, se desarrollaron diferentes mecanismos, que incluyeron la elaboración de instrumentos de ordenamiento de datos. El primero consistió en un “Formulario de solicitud de información a los municipios”, enviado para completar a los referentes de turismo de los tres municipios, donde se solicitan datos generales del municipio y que enmarcan la actividad turística en los mismos.

Por otro lado, se realizaron reuniones específicas con las diferentes áreas, donde se procedió a la búsqueda y recolección de datos. Metodológicamente, cada consultor armó su agenda de reuniones para ordenar el proceso de trabajo.

Finalmente, las áreas municipales también enviaron material por correo electrónico a solicitud del equipo consultor.

Relevamiento in situ y estudio de diagnóstico con instancias participativas

El trabajo de relevamiento de campo incluye tres etapas diferenciadas. En primer lugar, el diseño de las fuentes de recolección de datos, bajo la forma de planillas o formularios estandarizados que permiten el relevamiento sistematizado de información contra criterios de referencia.

En segundo lugar, se encuentra la etapa de trabajo de campo de los consultores, donde se realizan diferentes actividades tendientes a la obtención de datos. Se incluyen aquí la visita a sitios, recursos y espacios turísticos (y potencialmente turísticos) que resulten relevantes a los efectos del estudio. Asimismo, entre las técnicas de recolección de datos, se incluyen:

- Encuestas en profundidad con funcionarios y agentes de diferentes áreas del Ejecutivo Municipal.
- Encuestas con los referentes de cada partido.
- Encuestas con actores turísticos y otras partes interesadas.

Para esta actividad, previamente se diseñó un instrumento de recolección de datos denominado “cuestionario de partes interesadas”.

Finalmente, se diseñaron y realizaron talleres participativos coordinados por funcionarios y agentes de la Dirección Municipal de Turismo (Coordinación de Turismo en el caso de San Andrés de Giles) y el equipo consultor. Los resultados sobre la

percepción de las partes interesadas sobre la iniciativa de realizar el plan estratégico y acerca de su difusión a la comunidad se exponen en el apartado “Mapa de Actores”.

Objetivo

La elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico respecto a la integración con fines turísticos de los Partidos de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles en el marco de la región históricamente denominada “Pago de Areco”, diseñando participativamente una visión y lineamientos estratégicos consensuados a los efectos de lograr un desarrollo turístico sostenible del territorio que se adapte a las singularidades de cada destino priorizando la inclusión, la solidaridad y el cuidado del medio ambiente, y que apele a la colaboración entre los actores locales y el modo de relacionarse con el lugar que habitan. Así como la generación de sinergias en el desarrollo del turismo en la región y la integración entre los destinos sin perder la dinámica propia de cada uno, a los fines de potenciar el desarrollo turístico de dicho espacio.

Objeto de abordaje del Plan

Se propone abordar la problemática de la actividad turística en la región Pago de Areco, entendiendo que allí confluye la diversidad del territorio, de sus identidades y sectores sociales en un marco de una identidad compartida. En este sentido, es importante considerar las intervenciones de las personas en estos espacios, que han dejado y dejan fuertes huellas en la memoria colectiva, en el patrimonio cultural, la vida cotidiana, el arte, festividades, la idiosincrasia y la identidad, transformándose, en muchos casos, en “atractivos” que pueden ser puestos en valor para el desarrollo turístico.

La Provincia de Buenos Aires es uno de los territorios con fuerte arraigo en la producción agropecuaria, lo que determina su gran cantidad de pueblos rurales, grandes y pequeñas ciudades con cultura rural y espacios con fuerte desarrollo de la cultura comunitaria. Se identifica al turismo de cercanía como una modalidad con mucha potencia, que se debe tener bien presente para analizar y proyectar iniciativas que lo potencien. Esta modalidad de turismo pone en valor las propuestas que ofrecen aquellas localidades que se encuentran a menos de 200 kilómetros o 2 horas de viaje de los principales centros emisores de turistas. Esta distancia ofrece la posibilidad a los turistas de ir por el día al destino, como también disfrutar de un fin de semana sin que el traslado ocupe un porcentaje significativo del viaje. Por su ubicación, la región Pago de Areco se encuentra a dos horas de viaje, o menos, de cerca de 16 millones de personas, considerando en esta suma tanto al Área Metropolitana de Buenos Aires como al Gran Rosario.

El turismo de cercanía y, particularmente, la región Pago de Areco se asocia generalmente a atractivos vinculados a la ruralidad y/o espacios naturales para el esparcimiento. Por esta razón, el público objetivo del mismo son las personas que viven en contextos urbanos de media-alta densidad poblacional. Es decir, personas que

no conviven de manera habitual con entornos rurales o naturales. Motivados por desconectarse de la rutina y la vorágine en la que se vive en estas ciudades, las personas buscan experiencias en contacto con la naturaleza, disfrutando de la gastronomía y cultura locales y participando de actividades recreativas.

Contenidos del índice del plan

Se presenta a continuación el índice definido como hoja de ruta de las temáticas y problemáticas a abordar en el desarrollo del Plan, tanto sea en su etapa diagnóstica como propositiva.

Prólogo

1. Objeto de estudio y alcances

La visión del turismo como aporte al Desarrollo Local. El Turismo de cercanía. El abordaje del desarrollo turístico con visión regional. Complementariedad y asimetrías en el desarrollo. La regionalización. El trabajo asociativo entre destinos.

2. Descripción del Plan Estratégico

Justificación de la propuesta.
Premisas para su elaboración.
Definiciones metodológicas.

3. El desarrollo turístico desde la mirada regional

El desarrollo turístico en clave regional. Experiencias de trabajo asociativo. Marcas regionales. Integración territorial. La ruptura de los modelos basados en las jurisdicciones y límites políticos.

4. Antecedentes institucionales y aspectos físicos

Visión territorial a través de la historia. Proceso de conformación territorial institucional del Pago de Areco. Conformación de los municipios de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles. Origen de los asentamientos urbanos y proceso de organización institucional de cada municipio. Localización y características físicas de la región "Pago de Areco".

5. Partes interesadas

Identificación y análisis.

Mapa de actores. Mapa de actores en clave regional.

6. Recursos y atractivos turísticos

La región denominada Pago de Areco.

Características generales, de fauna, flora, paisajes, morfología, demografía, clima, tradiciones, cultura y patrimonio.

Referencias históricas relevantes para el desarrollo turístico.

Mapeo y valoración de atractivos turísticos. Interrelación de atractivos con mirada regional (relaciones, formas de potenciarlos entre sí)

7. Estructura económica y tributaria

Análisis económico general y del turismo de cada municipio

Análisis de la ordenanza fiscal tributaria y fiscal impositiva.

Presupuesto turístico.

Empleo, recursos humanos.

Inversiones y financiamiento.

Informalidad y grado de formalización de la actividad.

8. Marco legal e institucional

Competencias de los gobiernos municipales que conforman el Pago de Areco.

Organismos municipales de turismo, Entes Mixtos. Institucionalidad de apoyo a la actividad turística.

Estudio de normativas aplicables a la actividad turística.

Análisis del grado de modernización tecnológica del sector público y privado.

Programas institucionalizados relacionados a la temática. Herramientas actuales, carencias, debilidades.

9. Estructura territorial y sostenibilidad

Centralidades y dependencias.

Estudio de suelos y producción agropecuaria y agroindustrial.

Distribución de asentamientos humanos.

Datos sociodemográficos. Caracterización sociodemográfica.

Conectividad.

Gestión de residuos sólidos urbanos.

Aguas residuales.

Asentamientos informales y urbanizaciones cerradas.

Cobertura de servicios públicos.

Problemas de articulación entre aspecto urbano-territoriales y turísticos.

Síntesis de problemas ambientales del distrito que impactan en el turismo.

Diagnóstico del patrimonio cultural.

Arraigo, asociativismo y Desarrollo local. Brecha tecnológica.
Organizaciones existentes ligadas al turismo.

10. Equipamiento de apoyo al desarrollo turístico

Educación.

Instituciones financieras.

Seguridad y salud.

Telecomunicaciones.

Infraestructura de pavimento y veredas en áreas urbanas.

Estado y mantenimiento de los espacios públicos.

Accesibilidad turística.

Reservas naturales, parques nacionales, reservas urbanas, reservas provinciales.

Conectividad.

Transporte interurbano entre las localidades.

11. Desarrollo de la oferta turística

Recursos turísticos.

Inventario turístico.

El entramado de recursos turísticos.

Productos turísticos.

Señalética turística.

Centros de información turística.

Tecnologías aplicadas al turismo.

Innovación en turismo.

Equipamiento turístico.

Identificación cuantitativa de la oferta turística.

Descripción y análisis subsectorial.

Unidades fiscales.

Financiamiento e incentivos para el sector privado.

Marca: Análisis de las marcas actuales. Creación de marca regional "El Pago de Areco".

12. Dinámica turística de los pueblos rurales de la región

Problemática de pequeños pueblos rurales.

Oferta, demanda, asociativismo.

Tendencias en el sector turístico vinculado a espacios rurales.

13. Calidad turística

Sistema nacional de normas, calidad y certificación. SACT.

Sellos municipales o microrregionales.

Evaluaciones de impacto ambiental.

Monitoreo sobre el grado de satisfacción turística.

Análisis de factibilidad para enlazar sello de DOI y IG con productos agroturísticos (Estudio FLACSO).

14. Demanda turística

Destinos competidores actuales.

La temporada de uso turístico del territorio.

Estudio de perfil de la demanda.

Características de la demanda actual.

Análisis de posicionamiento turístico, aspectos comunicacionales, comercialización e imagen de marca.

Diagnóstico de la promoción turística actual.

Demanda proyectada.

Problemas detectados relacionados con la demanda.

Promoción y comercialización.

15. Síntesis de la situación turística actual

Consideraciones preliminares.

Análisis interno.

Análisis externo.

Conflictos y situaciones problemáticas detectadas.

Comentarios finales.

16. Modelo de desarrollo turístico deseado y visión turística

Mapa del desarrollo turístico de la región.

Conceptualización de la visión turística a futuro.

17. Objetivos estratégicos

Se proponen los lineamientos de mejora.

Tomando como base el diagnóstico realizado y la problematización de los distintos vectores, se generarán los objetivos estratégicos.

18. Mapa de oportunidades turísticas

Construcción de un mapa de oportunidades para el desarrollo y las inversiones privadas y/o públicas determinando su ubicación, grado de importancia, vectores de inversión, zonas de oportunidades.

19. Ejes de acción

Se proponen lineamientos de mejora y ejes de acción.

Regionalización. Generación de programas, proyectos, acciones a corto, mediano y

largo plazo.

Áreas de acción: Comunicación y comercialización; Desarrollo de productos; Infraestructura y servicios; Sostenibilidad; Gestión; Capacidades locales/regionales.

20. Evaluación y seguimiento

Indicadores de desempeño para el desarrollo del destino.

Programa de seguimiento de indicadores.

Criterios de evaluación.

Instancias de revisión y actualización del Plan.

21. Protocolo de implementación y seguimiento del plan

Definición en términos de las formas de institucionalización factibles y posibles de implementar para la gestión del Plan.

Aportes para la definición de la conformación de la comisión encargada de gestionar dicho plan, integrando a actores de cada destino.

Diseño de un protocolo de funcionamiento de dicha gestión.

22. Bibliografía

El desarrollo turístico en clave regional

Las concepciones tradicionales acerca de los destinos turísticos basados en núcleos geográficos jurisdiccionales bajo límites políticos, así como la definición en base al lugar donde los turistas pernoctan; desde hace ya mucho tiempo se ha expandido hacia otras miradas y abordajes.

De las tradicionales definiciones, tal el caso de la aportada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007) “un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos, tales como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión, imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se cuenta a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores”.

De viejas miradas que consideraban que el destino turístico es un núcleo geográfico y el lugar donde los turistas pernoctan y, si así lo deciden, también es el punto de distribución de sus viajes dentro de un área más amplia que puede incluir diversos atractivos y otros destinos, hemos migrado hacia nuevas visiones y formas de analizar la dinámica de los destinos turísticos en clave regional.

Los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Cada vez más se reconoce que un destino “puede ser un

concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de visita, nivel de educación, y experiencia previa” (Bigné et al,2000).

Un destino turístico es ante todo un sistema complejo que está formado por cuatro elementos fundamentales:

- La economía local, generada por las actividades de las propias empresas, por el mercado del trabajo y por la actividad productiva.
- La sociedad, la gente y los residentes que viven en el destino.
- La naturaleza del destino y los recursos turísticos, entendiendo con ello no sólo el atractivo turístico basado en la existencia de enclaves y parajes naturales de gran belleza, sino también los espacios urbanos adecuadamente conservados, contruidos de modo equilibrado, limpios y ordenados.
- Componentes subjetivos como la imagen del destino, la calidad de sus prestaciones, la identidad, etc.

En cada territorio convergen un conjunto de significados y sentidos diferenciadores, la expresión del patrimonio y el paisaje cultural, el legado de la historia y los procesos de la memoria, la experiencia de las comunidades. Por lo tanto, cada territorio es un espacio construido por los grupos sociales a través del tiempo (Rodríguez, 2010), un producto social (M. Santos, 1996), configurado de manera compleja (Mancano Fernandez, 2008) desde numerosas/os actores sociales movidos por intereses diversos. Es decir, que también son arenas de disputa para grupos, instituciones y organizaciones (sociales, políticas y religiosas) que conviven y se superponen en el plano geográfico junto a las entidades gubernamentales de los distintos niveles e inclusive a expresiones de propiedades económicas y políticas de otros territorios que ejercen su influencia en lo local (Mancano Fernandes, 2010). En este sentido, actualmente, no se puede hablar de territorios “desconectados”, “estáticos” y “neutros”; es fundamental considerar su conectividad, su interconexión con otros territorios –más allá de las distancias–, en constante y vertiginoso intercambio de información.

El territorio se construye socialmente, a partir de las dinámicas específicas de la práctica turística, en aquellos proyectos e iniciativas donde los actores sociales lo transforman en lo material y simbólico. Y como toda producción de territorio es una forma específica de ejercer poder, que transforma tanto al territorio como a la práctica turística (Bertoncello, 2002), es fundamental analizar las posibilidades de participación en el desarrollo y los procesos de construcción y atravesamiento del poder en el desarrollo. Porque, como plantea Manzanal (2007 en Rossi 2015), el territorio es un espacio “definido y delimitado por y a partir de las relaciones de poder”. Pensar el desarrollo local, además del territorio y la participación, proponemos pensarlo en clave de identidad, comprendiendo las características locales, el actor local y las lógicas territoriales.

En cuanto a la identidad local, Larraín Ibáñez (1996 en Rossi 2015), sostiene que la identidad, como conjunto de elementos y experiencias comunes, está en permanente construcción y reconstrucción dentro de nuevos contextos y situaciones históricas y no puede ser concebida como algo fijo e inmutable.

El concepto de identidad se vincula al concepto de comunidad, en tanto existe una identidad en cuanto hay una historia común, una trayectoria vivida y un horizonte futuro. La comunidad se construye a partir de un proceso de comunalización del grupo (Brow, 1990). Éste es un proceso continuo que promueve el sentido de pertenencia a una comunidad, e implica la existencia de sentimientos de solidaridad y la comprensión de una identidad compartida, aún con relaciones jerárquicas hacia adentro. Asimismo, este proceso, dice el autor, es siempre imaginado, y aunque muchas veces parece apoyarse en lazos primordiales, incluso sanguíneos, representados como un origen común en el pasado, y que se experimentan como inevitables y naturales, su base es incuestionablemente cultural e históricamente construida. Sin embargo, la comunidad no es homogénea; por el contrario, es heterogénea en su composición e intereses. La comunidad local, incluye grupos y subgrupos, que por sus historias comunes y trayectorias son pequeñas comunidades en sí mismas.

Para dar un paso más en la gestión participativa y territorial del desarrollo, es importante comprender la lógica territorial, relativa al conjunto de interdependencias existentes entre los diferentes actores en el territorio. Ello implica confrontar las distintas racionalidades de los actores que se encuentran en la escena local, buscar consensos, respetar diferencias, negociar disensos. (Rossi, 2015). Además, integrando las políticas de desarrollo en lo “macro”, lo “meso” y lo “micro” territorial, trabajar con las lógicas territoriales nos permite adaptar las políticas a las especificidades territoriales. (Arocena, 2013). Una herramienta importante, en este sentido, son las estrategias de formación y capacitación permanente en diversas áreas y temáticas que fortalecen la autogestión local y viabilizan la organización sustentable del territorio.

Como plantean Barreto et al (2018), en distintos procesos territoriales se evidencia “el impacto en la generación de espacios participativos para planificar el desarrollo turístico, asegurando la confluencia de prestadores turísticos tradicionales, prestadores de la ESS, agentes estatales, cámaras de comercio, agencias de comercialización de productos turísticos, universidad.” Refiriéndose a lo observado empíricamente, estos autores comentan que “se han dado muchos pasos de construcción de escenarios de gestión asociada interdistrital desde una concepción del Turismo como dinamizador del desarrollo” (Barreto et al, 2018). Nos parece necesario, entonces, vincular esta realidad con la concepción de desarrollo que ponemos en juego.

Entonces, pensar los destinos en el marco de un entramado regional, con vinculaciones entre sí, con articulación en la gestión, con una planificación orientada al desarrollo local asociativo. Supone pensar en clave de territorios con identidades comunes, con comunidades interrelacionadas, con procesos históricos vinculados. El cambio de perspectiva hacia una mirada territorial articulada, sin significar la pérdida de la identidad propia, conlleva la revalorización de espacios comunes (identidad, cultura, costumbres, rasgos donde las comunidades se identifican) y a la vez interpretar la visión de los turistas que poca atención prestan a los límites jurisdiccionales, los trazados políticos.

La mirada del desarrollo turístico con anclaje regional pretende potenciar las condiciones y vectores de cada destino a la vez que genera vínculos entre los mismos, una sinergia que potencia la oferta turística, los productos, en definitiva, los flujos de

turistas, incrementa la visitación recurrente a partir de expandir los límites de los destinos.

Un caso testigo en el desarrollo turístico regional: Valle de Uco

Generalidades

El Valle de Uco es una región vitivinícola ubicada en la provincia de Mendoza, Argentina, que destaca también como región turística de reconocimiento mundial por la calidad de sus vinos y sus paisajes. Se encuentra al pie de la Cordillera de los Andes, cuyas cumbres en esta zona superan los 6000 metros s.n.m., y abarca los departamentos de Tunuyán, Tupungato y San Carlos, y se presenta como

Se encuentra a 72 km de la ciudad de Mendoza - el principal centro urbano de la provincia, con aeropuerto internacional - y cubre una superficie total de 17.370 km². Su densidad poblacional de 6,6 habitantes x km², le da un perfil eminentemente rural con la presencia de algunos distritos urbanos.

Las actividades básicas son la frutihorticultura, la vitivinicultura, la explotación de minas y canteras, y el turismo. En los últimos años, acompañado del desarrollo de la región, están apareciendo nuevos emprendimientos inmobiliarios en la naturaleza ya sea para vivienda o inversión turística.

El Valle de Uco es una de las 5 zonas turísticas que distingue el Ente de Turismo de la Provincia de Mendoza, junto con Gran Mendoza, Precordillera y Alta Montaña, Zona Sur y Zona Este. Su incidencia en la actividad es grande ya que el Valle recibe aproximadamente el 60% de los turistas que arriban a la provincia, cuenta con alrededor de 3.500 plazas hoteleras oficiales -la mayoría ubicadas en Tunuyán-, más de 30 bodegas abiertas al turismo y una capacidad de 2.000 a 3.000 cubiertos.



Imagen 01: Valle de Uco

Fuente: Web Valle de Uco

Los 3 departamentos que conforman el Valle de Uco denotan un desarrollo turístico diferente entre sí. Desde una perspectiva de la dimensión de oferta de servicios, Tunuyán y San Carlos se encuentran en estadio similar; sin embargo, el primero posee prestaciones de mejor calidad tanto en alojamiento, bodegas abiertas al turismo, gastronomía y experiencias bajo la forma de actividades puntuales y circuitos/rutas. Tupungato se posiciona como el departamento con menor perfil turístico, pero destaca por la calidad gastronómica con fuerte presencia gourmet vinculada a las bodegas.

En lo referente al alojamiento, la mayoría se concentra en alternativas diferentes al hotelaría tradicional, por estar dispersos territorialmente en zonas naturales o de urbanización reducida.

No hay criterio unificado entre los 3 departamentos sobre la conceptualización de la oferta y su presentación de cara a la demanda. A continuación, se presenta una síntesis de los servicios provista por cada una de ellas según sus criterios:

Institucionalidad del Valle de Uco como región y marca turística. Implicancias en su desarrollo turístico

La región turística Valle de Uco no cuenta actualmente con ninguna forma institucionalizada de gestión para su desarrollo y promoción, aunque sí existen antecedentes de intentos de formalización de ésta como tal, acompañados de trabajos coordinados y colaborativos a nivel interministerial provincial y departamental.

En el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable PFETS elaborado en el año 2005 y sus siguientes actualizaciones hasta la vigente al 2025, la región aparece identificada como un Área de Uso Turístico, el Área Valle de Uco, y se destaca la Ruta del Vino.

En 2013, se elaboró el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Productivo del Valle de Uco, un proyecto impulsado desde el Ministerio de Turismo de Nación juntamente con el entonces Ministerio de Turismo de Mendoza a través del Programa de Fortalecimiento y Estímulo de Destinos Emergentes (PROFODE), y la participación de los departamentos de Tunuyán, Tupungato y San Carlos.

El plan identificó los recursos turísticos del Valle de Uco, visibilizó la potencialidad de un desarrollo integrado de los 3 departamentos como una sola región para potenciar oportunidades, y caracterizó la situación general del turismo como actividad reactiva que respondía a las tendencias de la demanda, con un único producto consolidado - el enoturismo -, pernocte de 2 noches, y emprendimientos familiares en donde la actividad turística era un ingreso complementario.

Contó con la propuesta de 9 planes globales y más de 40 proyectos de impacto específico que involucraron gobernanza, el turismo en comunidad, cluster turísticos, infraestructura turística, identidad turística, desarrollo del transporte, fortalecimiento institucional, y concientización ambiental.

Como parte del Proyecto de Iniciativa de Desarrollo Regional Valle de Uco, en 2017 se presentó la Marca Turística Valle de Uco. El mismo fue financiado por el Banco Mundial a través de la Unidad para el Cambio Rural (UCAR), el Programa de Servicios Agrícolas Provinciales de Mendoza (PROSAP) y el Ministerio de Agroindustria de la Nación. Participaron además las intendencias de Tunuyán, Tupungato y San Carlos, el Instituto de Desarrollo Rural y el Ente Mendoza Turismo.

El diseño de la marca Valle de Uco está basado en el símbolo del Trawün, una ceremonia de consulta de los pueblos originarios del valle donde se establecían acuerdos haciendo circular la palabra.



**ENCUENTRO CON LA HISTORIA,
CON LA NATURALEZA.
UBICACIÓN GEOGRÁFICA ESTRATÉGICA**

Desde las poblaciones originarias, hasta la actualidad, los encuentros familiares y entre amigos han sido, y son parte de la vida social de los pobladores del Valle de Uco.

EL AGUA NOS UNE

Centro vital de las actividades productivas, comerciales, turísticas, culturales, deportivas, y sociales, en todo el Valle de Uco. El principal río recorre territorios de los tres departamentos.

ARTESANAL, ANCESTRAL

Huarpes y pehuenches-mapuches con influencias culturales incas. Trazos propios de la cultura de Viluco se hacen presentes en nuestra marca. Arte de intercambio en ferias y encuentros.

El Claim acompañando a la marca es “Una ceremonia. Un encuentro”.

El proyecto incluyó la creación de la marca regional para su aplicación en los ámbitos públicos y privados de la región, material de promoción, la creación de folletos con criterio y diseño unificados, cartelería y centros de información turística, como así también una página web y señalética turística vial

Cuatro municipios, cuatro destinos

Tunuyán: Es el municipio más grande del valle y cuenta con una importante producción vitivinícola. La localidad de Tunuyán es el centro administrativo y comercial de la región. Se encuentra a 80 km al sur de la Ciudad capital de Mendoza y su población es de 49.132 habitantes. El clima es fresco, suave, pero con gran amplitud térmica, y su geografía, atravesada por el río Tunuyán, se caracteriza por valles y quebradas, que fueron escenario de la Gesta Independentista Sanmartiniana, con patrimonios como la Estancia El Totoral, el Portillo Argentino y el Manzano Histórico.

Tupungato: Situado al oeste de la ciudad de Mendoza, posee características topográficas similares a Tunuyán. Ubicado sobre el pedemonte de la Cordillera de los Andes, es un inmenso valle con pendientes de oeste a este. Se ubica dentro de la zona árida, caracterizada por escasas lluvias, temperaturas templadas, inviernos fríos, primaveras agradables, veranos cálidos de día y frescos en la noche y otoños con vientos muy frecuentes y moderados.

San Carlos: Se encuentra en la parte norte del Valle de Uco, limita al noroeste y norte con los departamentos de Tunuyán y Rivadavia, al sur con San Rafael; al este con Santa Rosa, y al oeste con la República de Chile. Es el departamento más antiguo de Mendoza fundado en 1772, con un amplio patrimonio cultural, arqueológico y natural, complementado con diversas fiestas populares. El clima continental de la región se caracteriza por veranos calurosos e inviernos fríos.

Experiencias turísticas

Las experiencias turísticas a nivel región Valle de Uco, en consonancia con lo anterior, se concentran básicamente en torno a la naturaleza - ecoturismo y turismo aventura -, y el enoturismo:

- Experiencias en la Naturaleza: cabalgatas, excursiones en 4x4, pesca, parapente, mountain bike, trekking y senderismo, four tracks, ascensiones, tirolesa, escalada en roca, Rafting de distintos niveles de dificultad, kayak, remo, pesca con mosca, etc. remo, pesca con mosca y sobre bote, kayak y natación en aguas abiertas,

mountain bike, ascensos al Maipo, avistaje de flora y fauna, safari fotográfico y pesca deportiva, y paseos en sulky, astroturismo.

- Enoturismo: Más allá de la degustación de vinos, las bodegas abiertas al turismo promueven visitas guiadas, catas dirigidas, maridajes con gastronomía local y actividades al aire libre, que permiten a los visitantes vivir una experiencia completa y conectar emocionalmente con la región y sus productos.
- Experiencias de bienestar y culturales: en los últimos años aparecen experiencias que fusionan la temática del vino y la naturaleza con la cultura, como «Música Clásica por los Caminos del Vino» o la salud y la búsqueda del bienestar / desarrollo personal como «Yoga en los Caminos del Vino» y, en menor medida, hay circuitos que permiten conocer artesanos de la región.

Bodegas con perfil turístico en el Valle de Uco

Las bodegas abiertas al público, más de 30, varían en los servicios ofrecidos. Mayormente ofrecen visitas guiadas con degustación y venta de productos, muchas de ellas cuentan con gastronomía gourmet asociada a reconocidos chefs como experiencia turística principal y las menos ofrecen alojamiento acompañado de experiencias complementarias.

Los restaurantes de las bodegas suelen tener marca diferenciada bajo la marca paraguas vitivinícola, y ofrecer servicios 6 días de la semana, con prevalencia de almuerzos, aunque hay casos en que se ofrecen también cenas.

Las bodegas con alojamiento se caracterizan por la calidad de su producción vitivinícola, reconocida en los mercados nacional y extranjeros, y sus experiencias turísticas de lujo esencial: pocas habitaciones, gastronomía gourmet basada en sabores locales. La experiencia integral es exclusiva y corresponde mayormente a las ubicadas en el departamento de Tunuyán.

El relax bajo la oferta de espacios y opciones de wellness es omnipresente, y además de las experiencias y servicios mencionados también ofrecen la posibilidad de adquirir terruños cultivables con opción a marca y distribución propia, la participación en el proceso productivo de la bodega y la realización de excursiones en privado o grupos muy reducidos por la zona con componentes de aventura y ecoturismo.

Conclusiones Caso de Estudio Desarrollo Regional Valle de Uco

- Identidad propia en base a la geografía con nombre originario y de alta unicidad (Valle de Uco) y en base a actividad económica productiva actual principal, la vitivinicultura, con Designación de Origen y penetración en el mercado nacional y el mercado internacional que da origen al turismo vinculado con ella: turismo enológico, gastronómico gourmet y nuevas diversificaciones vinculadas con el wellness y el bienestar.

- Se suma un perfil turístico vinculado fuertemente con la naturaleza en sus vertientes rurales - de pequeños productores -, aventura y ecoturismo.
- Clara promoción de la región Valle de Uco por parte del organismo provincial de Turismo y el Instituto Vitivinícola Nacional desde sus ámbitos de injerencia, con reconocimiento histórico como región turística también desde el ámbito nacional.
- El rol del Estado a nivel provincial y nacional ha sido clave: cobertura legal al afincamiento de inversiones y al desenvolvimiento de las actividades turísticas, financiamiento para el desarrollo de la región, promoción de la construcción de la Marca Valle de Uco, promoción de los destinos.
- Normativa provincial exhaustiva que otorga base equitativa para el desarrollo de los 3 departamentos.
- La marca Valle de Uco trabajada desde la industria vitivinícola y desde el sector turístico han posicionado a la región como uno de los destinos principales de la provincia de Mendoza junto con la Ciudad Capital y Gran Mendoza, con demanda turística en crecimiento sostenido a lo largo de los años.
- La marca Valle de Uco está posicionada fuertemente en la demanda por sobre las marcas individuales – generales o turísticas – de los departamentos que conforman la microrregión.
- Desarrollo turístico desigual de los departamentos, con Tunuyán como líder y cómo representativo del Valle de Uco.
- Falta de coordinación en presentación unificada o bajo mismos criterios en materia de información para el turista y los intermediarios de la cadena de valor.
- Presencia fuerte en el sector turístico de actores locales en cantidad y dimensión empresarial representativos del producto estrella, el enoturismo, y activos económicamente como unidades productivas vitivinícolas: las bodegas.
- Antecedentes en el intento de trabajar una marca turística integrada mayormente promocional pero discontinuada por ausencia de consensos políticos y primacía de intereses partidarios entre los 3 departamentos.
- Ausencia de asociativismo institucionalizado que nucleee a los actores privados de los tres departamentos.
- Ausencia de instrumento o mecanismo de gestión regional que promueva un desarrollo y promoción integrado, así como la obtención de financiamiento para esas actuaciones
- Bases sentadas en las comunidades locales y sus actores sobre sentido de pertenencia y reconocimiento de la marca Valle de Uco.

Antecedentes institucionales y aspectos físicos

Un territorio rico en historia y tradiciones comunes

Visión territorial a través de la historia

Previamente¹ al poblamiento del hombre blanco, la zona posteriormente conocida como “Pago de Areco”, era habitada por la comunidad Chaná, quienes vivían en buena medida de lo que el río les proveía. Por esta razón vivían de la pesca, eran canoeros y producían alfarería profusamente decorada. Además eran seminómades y habitaban en viviendas comunales².

Luego, con la llegada de los españoles, se comenzó a llamar a las cuencas de los ríos con el nombre de “pago de”. De allí surge que a toda la región que abarca la cuenca del río Areco se la conozca como “Pago de Areco”. El primer antecedente donde consta de forma documentada esta denominación surge luego de la segunda fundación de Buenos Aires, en 1580 cuando se proyectó el camino que en ese momento iba a vincular a la ciudad de Buenos Aires con la ciudad de Córdoba, que posteriormente sería el denominado “Camino Real”.

En sintonía con la construcción de este camino, en los inicios del siglo XVII, comienza a establecerse un sistema de postas³. Una de ellas era la posta de Moyano, establecida entre las localidades de Carmen y San Antonio de Areco, que contaba durante todo el año con 200 caballos para recambio.

En el mismo siglo es que se establecen en la zona los jesuitas a través de la donación de tierras que realiza Altamirano, uno de los lugartenientes de Juan de Garay. La congregación jesuita contaba con gran producción de mulas, ganado y otros animales y dotación significativa de esclavos. Además, construyen la primera capilla del pago dedicada a Nuestra Señora de la Begoña, la cual no perduraría mucho más allá de la permanencia de la Compañía de Jesús en las tierras del Virreinato del Río de la Plata.

Por otro lado, también se constituyó en la misma época una estancia de los padres franciscanos en la zona del Paraje “El bagual”, que adquiere este nombre por encontrarse el arroyo El Bagual, y que hoy en día forma parte del partido de Zárate.

¹ La fuente fundamental de este apartado surge de una entrevista en profundidad realizada a Ariel Arellano, especialista en historia y patrimonio de San Antonio de Areco.

² Carmen de Areco. (s.f.). Carmen de Areco Historia. Recuperado de <https://www.carmendeareco.gob.ar/cultura/carmen-de-areco-historia/>

³ Las postas eran establecimientos que ofrecían la reposición de caballos, hospedaje y correo a quienes transitaban por el Camino Real.

Proceso de conformación territorial e institucional del Pago de Areco

Lo expuesto en este apartado toma como fuentes significativas al Plan de Ordenamiento Urbano de San Antonio de Areco y al Informe Diagnóstico del Plan Estratégico de Turismo "San Antonio de Areco 2019 - 2029".

Los Partidos de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areco tuvieron su origen en el antiguamente denominado Pago de Areco, cuya superficie abarcaba las tierras ubicadas a ambas márgenes del río homónimo. El poblamiento del sitio se inició en el siglo XVIII, con el avance de la frontera a través de la construcción de una línea de fortines y el reparto de dichas tierras en merced. Cabe aclarar que, si bien la totalidad de las tierras de los actuales Partidos se encontraban dentro del Curato de Areco, el primitivo partido de San Antonio de Areco (desde el cual posteriormente surgirían los partidos de SAG y CA) se extendía desde la margen sur del río Areco en tierras pertenecientes al Cabildo de Luján, cuyo territorio se encontraba comprendido entre los ríos Areco y Las Conchas.

Por su parte, las tierras situadas al norte del río Areco que, para entonces, pertenecían a la jurisdicción del Cabildo de Buenos Aires conformaban el partido denominado Areco o Areco Arriba. Al suprimirse los Cabildos, las tierras de Areco fueron anexadas a San Antonio de Areco a los efectos de formar un solo partido.

Se toma como fecha de fundación de San Antonio de Areco el 23 de octubre de 1730, cuando el Cabildo Eclesiástico de Buenos Aires dictó el auto que creó la Parroquia de Campaña de "El Pago de Areco"⁴. Su extensión originaria abarcaba dentro de la jurisdicción de Villa Lujan, parte de la Cuenca del Río Areco y la Cuenca de Cañada de la Cruz. Desde esa demarcación transcurrieron sesenta años para conformar la delimitación del actual territorio.

En 1762, San Antonio de Areco fue nombrado Partido (distrito administrado por un Alcalde de Hermandad), abarcando la margen derecha de la cuenca del río Areco y la cuenca de la Cañada de la Cruz.

En 1784 se desmembró el nuevo partido de Exaltación de la Cruz del cual a su vez se separaron Campana (1875), Gral. J. Uruburu (hoy Zarate) (1851). Seguidamente se separaron Carmen de Areco (1812) y San Andrés de Giles (1821), que luego de volver a incorporarse a San Antonio de Areco, se independizaron definitivamente en 1832. La parte izquierda de la cuenca de Areco (la cual hasta entonces formaba parte del Partido de Areco Arriba), fue agregada en 1821.

⁴ Decreto Nacional 1305/1999

Conformación de los municipios de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles

San Antonio de Areco

Origen de los asentamientos urbanos

Lo expuesto en este apartado también toma como fuentes significativas al Plan de Ordenamiento Urbano de San Antonio de Areco y al Informe Diagnóstico del Plan Estratégico de Turismo “San Antonio de Areco 2019 - 2029”.

El pueblo se formó alrededor de la capilla San Antonio de Padua fundada en 1726 por Ruiz Arellano dentro del territorio de su estancia a orillas del Río Areco. En 1739 la capilla es convertida en parroquia, y en 1750 Ruiz Arellano realiza la donación a las autoridades eclesiásticas de los terrenos ocupados por la capilla y sus aledaños en una extensión de mil varas de frente al río Areco por nueve mil varas de fondo.

Así fue fundado el pueblo y otorgado en propiedad a sus moradores. La administración de las tierras quedó a cargo de las autoridades eclesiásticas, quienes vendieron en cuadras y solares los terrenos circundantes a la capilla para la formación del pueblo y de las quintas.

El Gobierno central en 1839 enajena a un particular la mitad del resto de la extensión donada por Ruiz de Arellano para el santuario dando origen a un pleito entre la Municipalidad y la curia quienes recién a fines de siglo llegan a un acuerdo el cual se aprobará por el Poder Ejecutivo en el año 1927.

En 1876 se realiza el proyecto de traza para el pueblo y el ejido que fue aprobado por Ley en ese mismo año. La traza primitiva del pueblo, tomando como base la situación y orientación de la Capilla, se resolvió en un damero con manzanas de ciento veinticuatro varas castellanas de lado, con calles de once varas de ancho reservándose al frente de la capilla una manzana para plaza pública.

La llegada del ferrocarril, portador de la inmigración europea conformada básicamente por españoles e italianos, marca el punto de partida para una nueva aceleración del ritmo de crecimiento. Con el proceso de expansión, el asentamiento sobrepasó los límites de la tierra destinadas en su fundación dando lugar a la subdivisión y venta de propiedades linderas. A principios de siglo se realizaron una serie de obras públicas de envergadura, muchas de ellas a cargo de la colectividad irlandesa. El pueblo de San Antonio de Areco fue declarado ciudad por ley el 5 de septiembre de 1961.

Proceso de organización institucional del municipio

El inicio del proceso de organización institucional del Partido de San Antonio de Areco encuentra su primer antecedente en el año 1731 con la designación del alcalde de la Hermandad Gral. Ruiz Arellano quien constituye la primera autoridad de dicho partido. Al suprimirse los cabildos en el año 1821, el alcalde es reemplazado por el Juez de Paz

Sr. Mariano Martines quien en 1856 conforme a la Ley de Municipalidades del año 1854 preside la primera municipalidad en San Antonio de Areco.

Finalmente, los actuales límites del Partido fueron fijados el 24 de octubre de 1865, según consta en el Decreto Reglamentario de la Ley Provincial del 24 de octubre de 1864, de división de la campaña del Salado. En 1886, cuando la población ascendía a más de 3000 habitantes, se promulgó la Ley Orgánica de las Municipalidades y el gobierno de la Provincia nombró primer Intendente Municipal de San Antonio de Areco a Don José BURGUEÑO.

Carmen de Areco

Origen de los asentamientos urbanos

El origen de la localidad de Carmen de Areco tiene lugar producto de la política de contención al indígena, implementada a través de una línea de fortines ordenada tanto por el Cabildo de Buenos Aires como por algunos pobladores de la zona. En este caso, el primer Fortín, fue impulsado por el vecino Don Francisco Falcón, quien solicitó al Gobernador autorización para su emplazamiento en 1771.

En respuesta a dicha solicitud, el Cabildo acepta la propuesta y ordena a los vecinos, vagabundos y ociosos, como también a la reducción de indios ubicada en Baradero a congregarse en torno al mismo.

Se desconoce esa primera ubicación, pero, en 1774 se ordena su traslado a un paraje conocido como "Cañada del Arbolito", por lo cual, se lo comenzó a conocer como "Fortín de la Cañada del Arbolito", para posteriormente conocerse de forma oficial como "Fortín de Areco".

En 1779 el Virrey Vertiz ordenó realizar un relevamiento en toda la línea de fortines, con el objetivo de conocer su situación, alcanzar condiciones óptimas de funcionamiento, extender la frontera en los casos que sea posible y reafirmar la posición del Cabildo en los mismos.

El área donde hoy se encuentra el Pago de Areco fue relevada por el Teniente Coronel Don Francisco Betbezé de Ducoa, quien recomendó mantener la posición de ese entonces pero "mejorando sus Guarniciones, construcciones y elementos de defensa"⁵. Estas recomendaciones fueron ejecutadas, sumadas a la constitución de un pueblo en torno al Fortín, el cual daría origen posteriormente al pueblo de Carmen de Areco.

Al momento de constituirse Fortín y Pueblo recibieron el nombre de "San Claudio de Areco" y contaban con 27 vecinos efectivos. No obstante, dicho nombre fue cayendo en desuso, predominando el nombre de "Fortín de Areco".

⁵ Ver Colección Ernesto Tito Haristoy, "Carmen de Areco. Breve información histórica", p. 1.

Proceso de organización institucional del municipio

La institucionalización del municipio se inicia en 1812, cuando el 26 de septiembre es elegido el vecino Hipólito Delgado como Alcalde del partido de Fortín de Areco. Esto implicó la separación respecto del partido de San Antonio de Areco, constituyendo así un partido propio.

Recién en 1857 es cuando el distrito toma el nombre de Carmen de Areco, el cual surge de la titular de la parroquia de la localidad, dedicada a Nuestra Señora del Carmen. En el mismo acto de reemplazar el nombre al Partido es que se declara a la misma como Patrona de la población.

En el mismo año se promulgaron normativas trascendentales para la diagramación de la planta urbana, como aquella que postula que las nuevas calles sigan en línea recta, "dentro de lo posible, no perjudicando a los propietarios en demasía partiendo la línea desde un edificio de valor"⁶. Lo cual explica algunas características del actual casco urbano.

San Andrés de Giles

Origen de los asentamientos urbanos

El origen de la actual localidad de San Andrés de Giles surge en primera medida de las tierras entregadas a merced a los primeros pobladores de la antigua ciudad de la Santísima Trinidad y Puerto de Santa María del Buen Ayre. Esta zona particularmente fue entregada a Don Pedro Giles. En 1793, el entonces heredero de la familia, Don Francisco Suero y Giles dona unas tierras para que en ellas se construya un oratorio y se delinear su pueblo frente a la Cañada de Giles.

El Padre Vicente Piñero fue el encargado de solicitar las autorizaciones pertinentes para la construcción del oratorio y quien comienza con la organización del pueblo, convocando a los nuevos pobladores, quienes comienzan a levantar los primeros ranchos en torno a dónde se encontraría el futuro oratorio.

Se decidió que el recinto religioso estuviera dedicado a San Andrés Apóstol, quien posteriormente pasaría a ser el Patrono de la localidad. En 1806 se realizó la primera misa en un edificio confeccionado con paredes de barro crudo, techo de teja, ocho varas de largo y cinco de ancho.⁷

Proceso de organización institucional del municipio

La fundación de la localidad toma como referencia la fecha de esa primera misa en el año 1806. Sin embargo, 15 años después, en 1821 el Cabildo de Luján designa un "Alcalde de hermandad" para la localidad de San Andrés de Giles.

⁶ Ver Colección Ernesto Tito Haristoy, "Carmen de Areco. Breve información histórica", p. 3.

⁷ Ver *Historia: Orígenes*. (s. f.). Municipalidad de San Andrés de Giles. Recuperado 15 de junio de 2023, de <https://sanandresdegiles.gob.ar/?q=historia>

Posteriormente, en el año 1832, se crea el Partido de San Andrés de Giles, el cual surge de un desmembramiento del Partido de San Antonio de Areco. Luego, poco más de 100 años después, en 1937, el pueblo es declarado ciudad.

Localización y características físicas de la región “Pago de Areco”

Los tres partidos que forman parte de la región denominada Pago de Areco se encuentran en la región Norte de la Provincia de Buenos Aires, tal como se observa en la Figura 2. El partido de San Antonio de Areco tiene una superficie de 857 km². Limita al Norte con los partidos de Capitán Sarmiento y Baradero, al Este con el partido de Zárate, al Sudeste con los partidos de Exaltación de la Cruz y San Andrés de Giles, y al Oeste con Carmen de Areco.

Por su parte, el partido de Carmen de Areco tiene una superficie de 1.080 km². Limita al Norte con el partido de Capitán Sarmiento, al Noreste con el partido de San Antonio de Areco, al Este con el partido de San Andrés de Giles, al Sur con los partidos de Chacabuco y Suipacha y al Oeste con el partido de Salto.

En el caso de San Andrés de Giles, el partido cuenta con una superficie de 1113 km². Limita al Norte con el partido de San Antonio de Areco, al Noreste con el partido de Exaltación de la Cruz, al Este con el partido de Luján, al Sur con los partidos de Mercedes y Suipacha y al Oeste con el partido de Carmen de Areco.



Imagen 03: Partidos que conforman el Pago de Areco

Fuente: elaboración propia en base a datos del Instituto Geográfico Nacional (IGN)

La sumatoria de los tres partidos constituye la región del Pago de Areco con una superficie total de 3.050 km². La cual, si bien no forma parte de la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA), limita con los partidos de Zárate, Exaltación de la Cruz y Luján que sí forman parte de esta. Por lo tanto, mantiene una estrecha relación con la RMBA, pero formando parte de la dinámica propia de los municipios del interior de la provincia de Buenos Aires. En algún punto podría pensarse a la región Pago de Areco como un territorio de transición entre la RMBA y el interior provincial. Esta doble condición geográfica le genera tanto oportunidades como amenazas. Por un lado, su cercanía con la RMBA le brinda a Areco mayores oportunidades económicas y por otro lado, la mejora de los accesos a la metrópoli contribuye a la llegada de nuevas problemáticas sociales más propias de los centros urbanos y de las nuevas tendencias de ocio, recreación, vivienda y estilos de vida, acentuados en buena medida por la pandemia.

Por otro lado, la región se ubica en suelos de alta productividad agrícola lo que le otorga una ventaja económica particular, que se ve potenciada por su localización con respecto a grandes infraestructuras de transporte como el Aeropuerto de Ezeiza, puertos sobre el Paraná, ramales ferroviarios, y en el trayecto de la Ruta Mercosur.

En los últimos años, el mejoramiento de las vías y accesos ha reducido los tiempos de traslado de el Pago de Areco con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). La RN N°8, que nace en la bifurcación de la Ruta Panamericana o RN N° 9, llega al Municipio de San Antonio de Areco en formato de autopista y lo comunica con la CABA por medio de la RN N° 9. Asimismo, Carmen de Areco y San Andrés de Giles se comunican con la capital a través de la RN N° 7 que, desde hace poco tiempo, también es autopista.

Por otro lado, la cercanía con la RN ° 9 (a la altura del Municipio de Zárate), la RN N°193, la RP 41 y 51 ofrecen al Pago de Areco una comunicación con diferentes partidos y provincias del centro, norte y oeste del país. Particularmente con el Gran Rosario, a través de las RP N° 41 o 51 (según desde donde se parta) y la RN N° 9, y con el Complejo Zárate – Brazo Largo, que ya forma parte de la RN N°12, y posteriormente empalma con la RN N° 14 denominada la Ruta del MERCOSUR, lo que permite un intercambio comercial con Brasil, Uruguay y Paraguay. Además, encontramos otras dos Rutas Provinciales que no están pavimentadas: RP N°31 y RP N°38.

Cabe destacar que se prevé que la RP N° 41 se vea jerarquizada en el transporte de carga de la RMBA e intermediaciones, como también para abordar el incremento de tránsito vehicular que se da en la temporada estival, siendo que la ruta acerca a los partidos del Norte de la provincia a la Costa Atlántica, evitándose el paso por la CABA.

Como parte del plan de jerarquización, recientemente fue licitada la construcción de una segunda calzada en el tramo que une a San Antonio de Areco con San Andrés de Giles. Esta situación reafirma la ubicación estratégica del Pago de Areco.

Caracterización física

La región del Pago de Areco se ubica dentro del área geográfica denominada “Pampa Ondulada” que presenta un clima templado y húmedo con veranos calurosos e inviernos suaves, según la clasificación climática de Koppen. Las temperaturas medias promedio son de 17,1 C, con una temperatura mínima promedio de 10,7 C y una temperatura máxima promedio de 23,4 C. La amplitud térmica promedio fue de 12,8 C, para el periodo 1967-1990.

Para el periodo 1945-1995, la precipitación media promedio fue de 999 mm, con una precipitación mínima promedio de 672 mm en 1962 y una precipitación máxima promedio de 1703 mm en el año 1993; el promedio anual de días con lluvia fue 53, distribuidos en forma pareja durante todo el año con un leve aumento en los meses estivales; y se registró un promedio de 43 heladas anuales, la mayoría en los meses de junio, julio y agosto con un pico de 10 heladas en el mes de junio (Flores et al. 2013)⁸.

La Cuenca del río Areco se constituye con una superficie es de 375.479 ha, y abarca a nueve partidos: San Antonio de Areco, Carmen de Areco, San Andrés de Giles, Capitán Sarmiento, Zárate, Baradero, Chacabuco, Salto y Exaltación de la Cruz (Solari et al, 1997)⁹. La red hidrográfica está conformada por el río Areco y varios arroyos y cañadas. Los arroyos principales que son afluentes del río son: Chañaritos, Las Horquetas, Gómez, Lima, Quintana y Vagues; y el arroyo Funes que desagua en el Chañaritos (Quevedo et al, 1953).

El río Areco nace en Carmen de Areco y desemboca en el río Baradero, que a su vez confluye en el río Paraná de las Palmas. En el Partido de San Antonio de Areco, el río tiene un recorrido de 73 km y atraviesa a la ciudad de San Antonio de Areco, donde presenta una ribera baja.

⁸ Flores Pamela, Isasi Maria Teresa, Martin Irene, Miño Mariela, Ruggerio Carlos, “Diagnóstico ambiental de la ciudad de San Antonio de Areco”, Universidad Nacional de General Sarmiento, 2013

⁹ Solari, F, Larran, M y Lorenzo, E. 1997. Caracterización de la cuenca del río Areco para su gestión ambiental según parámetros cartográficos. Agro-Ciencia. Chile.

Partes interesadas

Actores y puntos focales de la región Pago de Areco

El análisis de actores se constituye como una tarea fundamental al momento de la confección de un plan de desarrollo estratégico. En este sentido, tomamos como referencia conceptual al texto desarrollado por el autor chileno Carlos Matus, denominado "Teoría del Juego Social"¹⁰.

El autor define a los actores como individuos, entidades o grupos de interés organizados o no, es decir que su accionar no va a estar centralizado en una persona u organización que los represente pero que, el hecho de compartir intereses permite esperar reacciones similares.

Estos actores cuentan con intereses y objetivos particulares, los cuáles guían su accionar en busca de maximizar sus beneficios, previo análisis de costos asociados a las posibles estrategias. Lo cual indica que todo actor de un territorio tiene, en mayor o menor medida, la capacidad de influir en la toma de decisiones y el desarrollo de los acontecimientos.

De esta forma, encontraremos actores con un poder de influencia muy significativo, los cuáles identificamos en el presente plan como "actores clave" y representarán a los puntos focales. Luego, descendiendo en la escala de poder de influencia consideraremos a "actores primarios" y "actores secundarios".

Asimismo, analizaremos la relación de cada uno de los actores relevados con el desarrollo del Plan y el interés de los mismos respecto del desarrollo de la actividad turística.

Considerando que la región Pago de Areco se compone de tres partidos diferentes, con su organización institucional y dinámica política y social propia, se decidió realizar el relevamiento y análisis de forma separada.

Matus plantea que para comprender el contexto de una problemática o área donde se desea intervenir, es fundamental el análisis de los actores en los términos en los que se definieron, como así también indagando en cuestiones que podrían considerarse no racionales, o sobre las que no se podría realizar una interpretación lineal respecto del

¹⁰Ver Matus (2021). Teoría del Juego Social. UDUNLa Cooperativa. Remedios de Escalada, Buenos Aires, Argentina
(<https://repositorio.esocite.la/972/1/Matus2021-TeoriaJuegoSocial.pdf>)

grupo de interés del que forman parte o rol institucional que ocupan. Estas son las emociones, ideologías, normas sociales y valores.

Por esta razón es que, además de la interpretación racional de los actores, se realizaron entrevistas que, por sus características, permiten ampliar los aspectos racionales e indagar sobre los denominados no racionales.

Dada la relevancia de este punto, el mismo se desarrolló en profundidad en el apartado siguiente.

Mapa de actores

El Mapeo de Actores/as es una técnica que permite identificar personas y organizaciones que se consideran importantes para el planeamiento, diseño e implementación de un proyecto. En este sentido, en esta etapa de construcción del diagnóstico del Plan, se implementaron distintas acciones tendientes a la construcción de dicho abordaje.

Como primera instancia se realizaron reuniones con las máximas autoridades de los Organismos Públicos de Turismo de Carmen de Areco, San Antonio de Areco y San Andrés de Giles, a los fines de identificar a las y los actores involucrados en cada destino. A su vez, en el caso de San Antonio de Areco se mantuvieron reuniones con autoridades del Centro de Comercio, la AHT y el representante de la Cámara Bonaerense de Turismo.

A partir de allí se elaboraron las bases de construcción del presente Mapa de actores locales, junto al trabajo de relevamiento de campo.

Dicho mapa de actores se expresa en las siguientes planillas elaboradas en cada destino incorporando actores del sector público, privado, organizacional, etc. y evaluando a su vez el grado de relación con el turismo, con el desarrollo del plan de cada actor/a de cada destino.

La presente información se encuentra sistematizada y organizada en cada planilla elaborada por destino. Se han identificado 4 sectores (Público, Privado, Sociedad Civil y Académico/Otros) y se detallan 3 tipos de actores:

- Actor clave: Priorizado para trabajar en el proyecto por su influencia, potencialidad y/o interés
- Actor primario: Manifiesta interés y/o potencialidad, pero en un grado menor al clave
- Actor secundario: Actualmente lejano a la temática, potencialmente en un futuro interesado.

A su vez, se adjunta un gráfico a modo de resumen para sistematizar los resultados, indicando la cantidad de actores en cada sector.

Tabla 01: Mapa de actores San Antonio de Areco

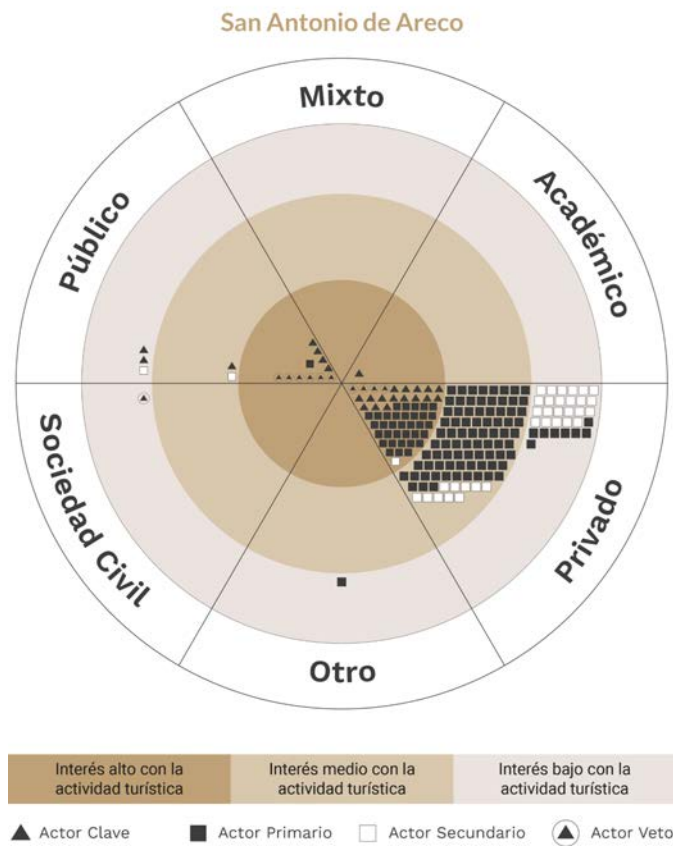


Tabla 02: Mapa de actores San Andrés de Giles

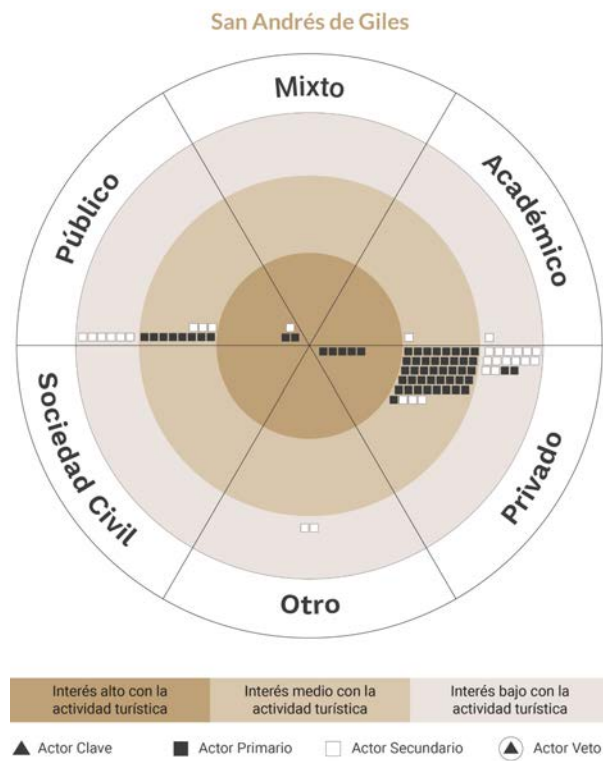
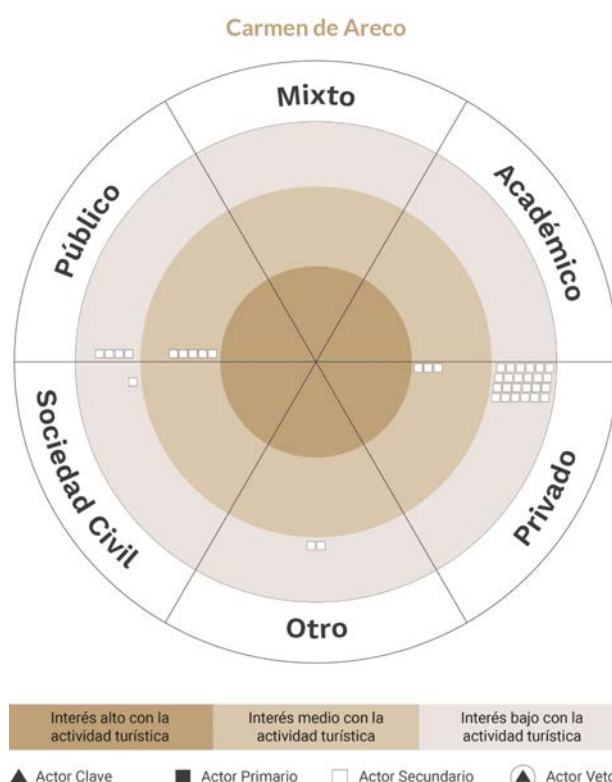


Tabla 03: Mapa de actores Carmen de Areco



Entrevistas de partes interesadas y a actores claves

A partir de dichos Mapas de Actores se avanzó en la realización de “Entrevistas de partes interesadas” en cada destino realizadas a integrantes de la cadena de valor turístico, de organizaciones y del sector público de cada destino. En el presente adjunto se anexan las entrevistas de partes interesadas realizadas y la sistematización de los aspectos centrales surgidos en dichos relevamientos.

Entrevistas realizadas

Se han llevado a cabo 54 entrevistas a diferentes actores de los 3 municipios que integran el Plan Estratégico (San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles), pudiendo recabar la mirada y opiniones de los diferentes sectores que componen las fuerzas vivas de la sociedad, como ser:

- Funcionarios públicos (del sector turístico y otros)
- Prestadores turísticos (alojamiento, gastronomía, excursiones, guías, entre otros)
- Referentes académicos (tanto universitarios como de institutos de formación profesional)

- Profesionales independientes
- Vecinos y vecinas

A continuación, se presenta la sistematización de resultados de las entrevistas de partes interesadas, con el detalle de las personas entrevistadas y un análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas.

Tabla 04: Entrevistas de partes interesadas



En el gráfico anterior se evidencia el trabajo llevado adelante de poder **captar las miradas de integrantes de todos los distritos que forman parte del Plan Estratégico**. El 44.4% de los encuestados son provenientes de Carmen de Areco (24 en total), el 29,6% de San Antonio de Areco (16 en total) y el 25,9% de San Andrés de Giles (14 en total).

Al mismo tiempo, se les consultó a los encuestados si “**¿Considera valorable la posibilidad de trabajar en conjunto distintos destinos turísticos de la misma región denominada ‘Pago de Areco’?**”. En este sentido, las respuestas por parte de las personas entrevistadas fueron contundentes. El 94.4% de los encuestados manifestó su acuerdo con el proyecto, mientras que el 3.7% no estaba seguro y el 1.9% no consideraba valorable este trabajo conjunto.

Por otro lado, una de las consultas efectuadas en la entrevista fue la **identificación de recursos y atractivos comunes entre los 3 destinos** que conforman el Plan Estratégico, que permitan desarrollar productos turísticos que contemplen la visita a las diferentes localidades. En tal sentido, se destacan las siguientes respuestas::

Tabla 05: Identificación de recursos y atractivos

Recursos y atractivos en común
Tradición
Gastronomía
Historia
Camino Real
Río Areco
Tranquilidad
Pueblos rurales
Campo
Cultura gauchesca

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas realizadas

A su vez, los entrevistados fueron consultados acerca de los **proyectos a priorizar** que según ellos debían ejecutarse para el desarrollo local. Considerando que las respuestas fueron disímiles en función de la procedencia del entrevistado, se detallan los proyectos más nombrados por destino:

Tabla 06: Proyectos a priorizar

PROYECTOS PARA PRIORIZAR		
San Andrés de Giles	Carmen de Areco	San Antonio de Areco
Autovía San Andrés de Giles / San Antonio de Areco (RP41)	Asfaltar el camino a Gouin y demás pueblos rurales para facilitar la conectividad entre los destinos del distrito.	Pavimentación de ruta a Carmen de Areco (RP31)
Mejora de los caminos rurales de los pueblos	Pavimentación de ruta a San Antonio de Areco (RP31)	Colocación de QR/Placas con reseñas en las casas históricas del destino (tanto la ciudad como pueblos rurales)

Puesta en valor de estaciones de trenes del distrito	Terminal de ómnibus	Incentivo a la generación de emprendimientos privados mediante beneficios impositivos y/o estímulos
Asfalto al ingreso de Villa Ruiz desde la RN8	Mejorar la cartelería y señalética tanto dentro de los pueblos como en las rutas para mejorar la información al turista	Puesta en valor de la Costanera del Río Areco: senderos, lugares para transitar, bicisendas, espacios públicos, entre otros. Obras contra inundaciones del Río
Concretar el proyecto de Reserva Urbana Natural y Parque Urbano Natural	Aumentar la frecuencia de transporte público entre ciudades	Recuperar el Anfiteatro no solo para los turistas sino también para los arequeros, que posibilite generar eventos, festivales, entre otros.
Contar con transporte público los fines de semana	Señalización de casas históricas del distrito para información turística	Potenciar el turismo de reuniones y convenciones en el destino para romper la estacionalidad.
Mejora de señalética e información turística en las localidades	Renovar el Balneario Municipal	Mejora en baños públicos
Puntos Wi Fi en los principales sitios turísticos	Solucionar la problemática del basural a cielo abierto	Generación de recorridos temáticos por el distrito (gastronómicos, museos y galería, artesanos, artistas, entre otros)
Baños públicos en Azcuénaga	Generar una feria de artesanos y emprendedores de forma semanal	Mejorar la cartelería y señalética para visibilizar los principales atractivos del distrito.
		Terminal de ómnibus
		Ordenamiento territorial para el transporte en el casco histórico

		Trabajar en convertir a San Antonio de Areco en un destino accesible, con guías con lenguaje de señas, rampas para personas con discapacidad, entre otras acciones.
--	--	---

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas realizadas

Al mismo tiempo, los entrevistados fueron consultados acerca de los **atractivos más importantes** que según ellos debían conocer los turistas que visitaban sus destinos. Se detallan los atractivos más nombrados por destino:

Tabla 07: Imperdibles del destino

IMPERDIBLES DEL DESTINO		
San Andrés de Giles	Carmen de Areco	San Antonio de Areco
Estaciones de trenes Solís y Azcuénaga	Pueblos Rurales: Gouin, Tres Sargentos, Tatay	Costanera del Río Areco
Parque Municipal	Fiesta Nacional del Pastel	Casco histórico de San Antonio de Areco
Pueblos Rurales: Azcuénaga, Espora y Villa Ruiz	Balneario Municipal	Parque Criollo
Fiestas patronales de los pueblos	Aeroclub	Pulpería La Blanqueada
Tiro Federal	Casco histórico de Carmen de Areco	Fiesta Nacional de la Tradición
Posta de Figueroa	Almacén de Ramos Generales Minadeo	Museo Las Lilas
Puestos de artesanos	Puestos de artesanos	Peñas en La Matera y de la Tradición

Casco histórico de San Andrés de Giles	Camino ferroviario y estación de tren de Carmen de Areco	Pueblos rurales: Villa Lía, Vagues y Duggan
Capilla Ntra Señora del Rosario de Azcuénaga,	Monasterio San Pablo de la Cruz	Centro de interpretación ferroviario de Vagues
Fiesta del Hornero en Cucullu	Cementerio Municipal y Torre del Silencio	Artesanos: platería, soguería, regionales, entre otros.
	Pulpería de Longo	Puente Viejo

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas realizadas

Por otro lado, los entrevistados fueron consultados acerca de los **recursos** que según ellos no están puestos en valor al día de hoy pero tienen **potencial turístico**. Se detallan los atractivos más nombrados por destino:

Tabla 08: Recursos con potencial turístico

RECURSOS CON POTENCIAL TURÍSTICO		
San Andrés de Giles	Carmen de Areco	San Antonio de Areco
Parque Municipal	Posibilidad de ingresar al Monasterio	Turismo de naturaleza: oportunidad con nueva Reserva creada en Parque Criollo. Avistaje de flora y fauna, senderismo, entre otros.
Casa de Héctor Cámpora	Circuito de murales con diversos artistas locales	Circuitos en bicicleta de San Antonio de Areco a Vagues y posibilidad de conectar con San Andrés de Giles (Camino Real)
Parajes rurales de Franklin y Cucullu	Turismo deportivo: circuito de autos antiguos, torneos de paddle, entre otros.	Actividades náuticas en Río Areco
Circuito religioso de capillas en localidades	Ruta de Estancias y Haras del destino	Circuitos y recorridos por los sitios declarados

rurales		"Lugares Significativos" del destino
Circuito de casas históricas y cascos de estancias (créditos blandos para puestas en valor)	Paseos en kayak en el Balneario	Paseos en carruajes por sitios de relevancia

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas realizadas

Para finalizar este análisis, se le consultó a los entrevistados acerca de las **principales debilidades** que identificaban en sus destinos. Se detallan las más representativas:

Tabla 09: Principales debilidades

PRINCIPALES DEBILIDADES		
San Andrés de Giles	Carmen de Areco	San Antonio de Areco
Falta de oferta gastronómica en ciudad y Solís	Falta de espacios gastronómicos en el destino	Capacidad de carga superada en fechas particulares alrededor del casco histórico
Escasa oferta de alojamiento en el destino	Falta de transporte público que conecte las ciudades/pueblos	Arbolado público insuficiente en la ciudad
Falta y/o mal estado de infraestructura: baños públicos, estacionamientos, accesibilidad, acceso a pueblos rurales	Falta de espacios de articulación público/privado en turismo para desarrollar la actividad	Falta y/o mal estado de infraestructura: terminal de buses, baños públicos, Costanera del Río Areco, accesibilidad, veredas y calles, entre otros
Falta de conciencia turística por parte de su población	Escasa comunicación y presencia en redes digitales	Falta de transporte público que conecte las ciudades/pueblos
Falta de planificación estratégica en torno a la actividad turística	Poca participación de la comunidad local en acciones vinculadas al desarrollo turístico	Falta de asociatividad entre sector público y privado
Falta de espacios de	Poca oferta de	Falta de personal

articulación público/privado en turismo para desarrollar la actividad	entretenimiento nocturno y para familias (días de lluvia/mal clima). Falta de oferta cultural y paseo de compras	capacitado para cubrir puestos de informes del sector público.
	Escasa capacidad de plazas de alojamiento	Poco fomento a privados (microemprendimientos)
	Falta y/o mal estado de la infraestructura; caminos rurales, accesibilidad	Escasa oferta de capacitaciones en el destino
	Poca cultura turística de parte de la sociedad en su conjunto	

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas realizadas

Además del trabajo llevado a cabo con los actores en las entrevistas de partes interesadas, se realizaron **entrevistas en profundidad a ciertos actores claves** para conocer su mirada acerca del proyecto.

Jornadas Abiertas de Diálogo Comunitario

Por último y con el objetivo de avanzar en el abordaje colectivo de las problemáticas, se implementaron Jornadas Abiertas de Diálogo Comunitario en cada destino. Los encuentros contaron con la participación de prestadores de servicios turísticos, funcionarios públicos, representantes del ámbito académico, organizaciones comunitarias y vecinos de los distritos.

Las jornadas tuvieron por objetivo presentar los lineamientos del Plan Estratégico a la comunidad, analizar la situación actual del turismo en el distrito y proyectar los desafíos y oportunidades a futuro en el marco de la integración regional, con propuestas concretas.

Se presentan a continuación informes de las jornadas realizadas en las localidades de San Antonio de Areco y Carmen de Areco.¹¹

Se adjuntan a continuación los flyers diseñados para comunicar y difundir estas jornadas:

¹¹ La Jornada de Diálogo Comunitario prevista para realizarse en la localidad de San Andrés de Giles fue pospuesta por cuestiones logísticas a pedido del Municipio.



Imagen 04: Flyer Jornadas de diálogo comunitario

Fuente: Elaboración propia

Recursos y atractivos turísticos

Recursos turísticos

La identificación de los recursos turísticos con los que cuenta un territorio implican la necesidad de realizar una tarea de relevamiento en la cual pueda identificarse los atractivos que hoy en día son aprovechados turísticamente, como también los potenciales.

Estos atractivos, o recursos en los casos que se encuentran en estado potencial, están atravesados por la cultura, tradiciones y patrimonio que forman parte de los territorios donde se encuentran. Las características de la región Pago de Areco, por su historia y presente, enmarcado en un área de alta productividad de la llanura pampeana, ofrece la posibilidad de aprovechar aspectos de la ruralidad que son muy valorados por los turistas residentes en entornos urbanos.

En este sentido, se abre una oportunidad no sólo para las localidades cabecera de partido, sino también para los numerosos pueblos rurales establecidos en la región. Si bien, en su mayoría no cuentan con una gran infraestructura para recibir a los turistas, cuentan con recursos con gran potencial de atraktividad en el caso de que sean activados.

Asimismo, se detectaron en base al relevamiento de campo y al encuentro con actores clave y partes interesadas, otros atractivos potenciales en los que se seguirá profundizando su análisis en el devenir de la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la región, tales como las [Propiedades con valor arquitectónico](#) de Carmen de Areco, la vivienda del ex Presidente Héctor Cámpora en San Andrés de Giles, el Paso de las Carretas en San Antonio de Areco así como un atractivo integrador de la región y con gran potencialidad por la variedad de productos turísticos potenciales que pueden desarrollarse a partir de él como es el Camino Real, aquella red vial que unía el puerto de Buenos Aires con el Alto Perú y Lima, conectando el Virreinato del Río de la Plata para el correo y el comercio, principalmente.

Dada la centralidad que representa este aspecto para un plan estratégico de desarrollo turístico, los aspectos apenas mencionados en este apartado son desarrollados en profundidad en el siguiente apartado.

Análisis de Recursos y atractivos turísticos

En la profusa teoría que se ocupa de estudiar el fenómeno turístico, se encuentran abundantes definiciones sobre los conceptos "Atractivo Turístico" y "Recurso Turístico". Así existen definiciones, y acepciones, de estos conceptos de varios autores. No

obstante, en esta parte del trabajo (al igual que Ramírez Blanco, en base a Zimmerman), se los define como los “elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico” (1998: 61) y agregamos, o ser parte de la experiencia turística del visitante.

Acerca de la metodología

Para el abordaje de la presente tarea se han implementado distintas metodologías y técnicas en relación a los objetivos trazados en el proyecto.

Por un lado se han relevado los distintos atractivos con valor turístico del destino, realizándose un relevamiento de cada uno de ellos (tantos sean materiales e inmateriales, culturales, naturales, etc.) analizando sus características centrales.

Como segunda instancia se procedió a valorizarlos en base a la siguiente metodología:

1. para aquellos atractivos capaces de traccionar turistas por sí solos, tratándose de verdaderos “imanes” que generan la atracción de turistas al destino.
2. para aquellos atractivos que no logran traccionar a turistas por sí solos, pero al combinarse con otros atractivos, logran traccionar a los turistas al destino.
3. para aquellos atractivos que solo traccionan para movimientos de corta duración, por ejemplo un día, tanto sea de turistas de la zona como de turistas alojados en las distintas localidades.

Por último se elaboró una planilla de Excel a los fines de sistematizar la información relevada

La región denominada Pago de Areco

Región es un término que se utiliza para referirse a una zona geográfica o cultural que comparte ciertas características comunes. El proyecto destaca estas características entendiéndose como el patrimonio de una zona definida por sus aspectos topográficos, históricos, culturales y naturales que marcan un gran potencial turístico para el desarrollo. Para el turismo, el concepto de región suma a su definición la capacidad que tienen estas características para satisfacer deseos y expectativas de los clientes. No obstante, para que una región sea turística, también debe contar con una infraestructura adecuada que incluya e integre esas características en una oferta de calidad, constituida por instituciones, y diferentes actores del sector, incluyendo a los empresarios, los gobiernos locales, las ONGs y la comunidad en general.

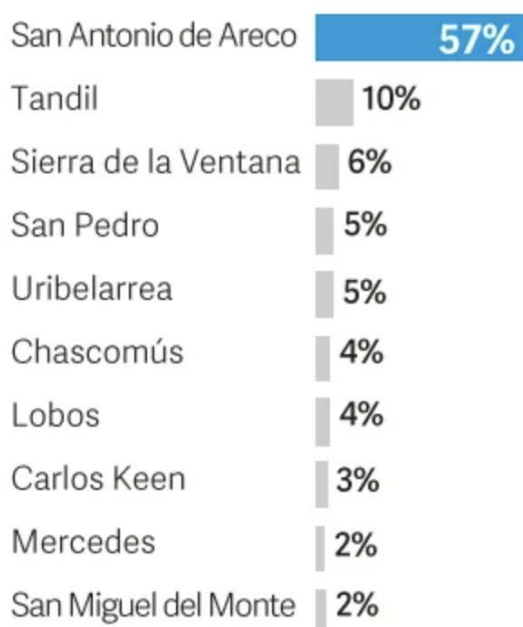
El Pago de Areco

Generalmente, el término “pago” se refiere a pequeñas comunidades de características rurales, que se han desarrollado en torno a algún recurso natural específico. Estas zonas tienen además una identidad y cultura propia.

El “Pago de Areco” es entonces la región geográfica y cultural que se ubica alrededor de San Antonio de Areco, pueblo cabecera del partido homónimo, donde la tradición gauchesca y su importante patrimonio cultural lo ha posicionado como el principal destino de turismo rural de la provincia de Buenos Aires según la encuesta de Usina Turística lanzada en 2021, cuyos resultados pueden observarse en la Tabla 8.

Tabla 10: Destinos de turismo rural mejor posicionados en la mente de los turistas.

¿Cuál es el primer destino que se le viene a la mente?



Fuente: Isaac, G. (2021). El fenómeno del turismo rural: qué elige la gente. Clarín. en base a estudio realizado por Usina Turística.

Como se mencionó en el apartado 1, “Objeto de estudio y alcances”, el plan de desarrollo abarca y entiende por “Pago de Areco” al de San Andrés de Giles; Carmen de Areco y San Antonio de Areco como cabecera junto a pueblos que forman parte y complementan a estos distritos: Vagues; Azcuénaga; Posta de Figueroa; Duggan y Solís.

Geografía

La región se encuentra dentro de la Pampa Húmeda, una zona de transición entre el Bosque Serrano y el Monte de Espinal, caracterizada por un suave relieve y extensas llanuras. La altitud de la región varía entre los 60 y los 100 metros sobre el nivel del mar. El clima es templado y húmedo, con precipitaciones que oscilan entre los 800 y los 1.000 mm anuales, concentradas principalmente en los meses de primavera y verano. Su superficie está dominada por la actividad agropecuaria, con extensas plantaciones de soja, maíz, trigo y girasol. También es importante la cría de ganado vacuno y ovino, y la producción de lácteos y carne.

La región está atravesada por varios ríos y arroyos, como el río Areco y el Arroyo de Giles, que brindan belleza escénica y ofrecen oportunidades para actividades acuáticas y pesca.

El Río Areco es uno de los ríos más importantes de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Se forma en la unión de dos arroyos: Los Ranchos y el Huncalito, en una depresión de Carmen de Areco, conocida como Los Bajos del Tatay. En época de lluvias, el río puede llegar a tener un caudal muy importante, mientras que en época de sequía se reduce considerablemente.

El Río Areco es importante tanto para la actividad económica como para el turismo en la región. En la zona rural de San Antonio de Areco, se pueden encontrar numerosas estancias y establecimientos dedicados al turismo rural y la pesca deportiva. El río es ideal para la práctica de actividades acuáticas como el canotaje, el kayak y la pesca de pejerrey y otras especies autóctonas. También es importante para la producción agrícola y ganadera de la región, ya que proporciona agua para el riego de cultivos y el abrevadero del ganado. En la cuenca del río se cultivan diferentes cultivos como maíz, soja, trigo, girasol, entre otros, y también se cría ganado vacuno y ovino.

El Río es un atractivo natural que destaca por su belleza y biodiversidad. A lo largo de su recorrido se pueden encontrar diferentes especies de aves, mamíferos y reptiles, así como diferentes tipos de plantas y árboles. También es un lugar importante para la conservación de la fauna y la flora de la región, ya que forma parte de la Reserva Natural Otamendi, un área protegida que se encuentra cerca de su desembocadura.

Además, tiene una importante carga histórica y cultural. El río y sus alrededores fueron escenario de importantes acontecimientos durante la época colonial, como las luchas entre las fuerzas españolas y las tropas inglesas durante la invasión británica de 1806 y 1807. También fue un lugar importante para la actividad de los gauchos, quienes lo utilizaban como fuente de agua para sus animales y para su propio consumo.

En la actualidad es un lugar muy visitado por turistas que buscan conocer la rica historia y cultura gauchesca de la región. En las estancias y pulperías cercanas al río se pueden degustar comidas típicas, participar en actividades gauchas y conocer la vida de los gauchos y su relación con el río y la naturaleza.

En resumen, el Río Areco es un río de gran importancia para la región de los Pagos de Areco, tanto desde el punto de vista económico como turístico y cultural. Su belleza natural, su biodiversidad y su rica historia lo convierten en un lugar único que vale la pena visitar y conocer.

El acceso del Río Areco y su relación con el camino de sirga

La Corte Suprema de Justicia de la Nación (en adelante CSJN) en “Las Mañanitas S.A. c/ Neuquén, Provincia del s/ acción declarativa de certeza” [2] estableció que:

“... cuando la ley de fondo habla de un curso de agua navegable su expresión no debe ser confundida con la navegabilidad de hecho. Ello es así ya que los ríos no navegables legalmente pueden prestarse de hecho a cierta navegación, que más bien debe ser definida como “cuasi navegación”, ya que carece de los caracteres necesarios para que el respectivo curso de agua sea considerado legalmente navegable. El concepto legal de la navegabilidad de un curso de agua está subordinado a la índole del tráfico que allí se realice, ya que para serlo debe servir como medio de transporte continuo, para el transporte público de personas y cosas, debe responder a un interés general y a una idea económica del tráfico fluvial organizado. Es por ello que la posibilidad accidental y transitoria de conducir una embarcación por un curso de agua, no lo convierte por ese solo hecho en legalmente navegable” [3].

Asimismo en los citados autos se expresó que “sólo es exigible (el camino de sirga) cuando persigue como destino el previsto en la ley, con el propósito de facilitar la circulación en miras a las necesidades de la navegación, prohibiendo toda obra que perjudique el derecho que tiene un ciudadano de usar de las riberas a dichos fines”[4], y también la CSJN manifestó que “... el Estado sólo tiene derecho a reglamentar el uso del camino de sirga con el único destino que marca la ley, que obedece a las necesidades de la navegación, de la flotación y de la pesca realizada desde las embarcaciones, es decir, en términos de Marienhoff, la “navegación en sentido lato”. Todo otro uso, realizado por quien no sea el propietario de la tierra, es ajeno a la institución y debe ser vedado” [5].

Igualmente, el Nuevo Código agrega que todo perjudicado tiene derecho a que se remueva todo acto contrario a este artículo. Asimismo, se reemplaza la frase “camino público” por “franja de terreno libre” que debe dejar el propietario del inmueble ribereño, eliminando así la controversia sobre el carácter público o privado de la propiedad de esa franja de terreno, en la cual el propietario no puede realizar ningún acto que menoscabe el transporte por agua. Al respecto se expide la CSJN en el fallo mencionado ut supra[6]: “... el camino de ribera pertenece al titular del inmueble ribereño con un río legalmente navegable, resultando claro que el Artículo 2639 del Código Civil no le ha transmitido al Estado la propiedad de la zona de treinta y cinco metros que él establece...”[7] y finalmente concluye que “... el camino de sirga importa una restricción al dominio privado que se fundamenta en el hecho de que se encuentra regulado en el libro tercero del título VI del Código Civil referente a las restricciones y límites del dominio, lo que de por sí indica la existencia de una propiedad privada.”[8].

Desde otra perspectiva, la senadora nacional Nanci Parrilli, en el respectivo debate parlamentario del Anteproyecto, hizo hincapié en este Artículo señalando la conveniencia de eliminar el recaudo de navegabilidad del cauce, siendo aplicable así tanto a los ríos navegables como a aquellos no

navegables, ampliando así la finalidad del camino de sirga y logrando el disfrute colectivo del bien público:

“El camino de sirga tuvo su significado en la época de Vélez Sarsfield y creo que hay que darle significado actual, una denominación que todos entendamos, no sólo los letrados o los abogados que nos hacen cada vez que hablamos del tema de sirga toda la historia de lo que fue eso. Nosotros entendemos que los ríos forman parte del dominio público, y que el espacio de recreación o camino público debe ser público, gratuito y accesible a todos. En el Artículo 1974 se habla solamente de aquellos ríos que son aptos para el transporte. Los ríos de mi provincia no son aptos para el transporte, pero sí tienen -y tenemos todos- el derecho de poder usarlos y tener libre acceso a ese bien, que es común, para poder tener realmente un uso en común y un bien público que es de todos. Así que yo tendría una objeción con respecto a este Artículo, ya que es muy importante para mi provincia -ha sido expuesto en todas las ponencias y yo concuerdo obviamente-, y es el libre acceso al dominio público, que son los ríos, respetando un camino que se ha denominado camino de sirga.”

Resulta tal vez llamativo, en atención al carácter “publicista” del Nuevo Código, que el tamaño de camino de sirga se haya disminuido 15 metros, restringiendo así el acceso al uso y goce del bien público, el cual además, bajo este marco, podría haberse hecho extensible a las aguas no navegables.

Empero, es evidente que, independientemente de la postura en que uno se enrole en cuanto a este instituto, vale la pena destacar que el nuevo texto del artículo ilustra con mayor precisión el concepto de “camino de sirga”. Hoy queda claro que este concepto se refiere a una franja de terreno, dejando así de lado las confusiones a las que daba lugar haberlo definido como una calle o camino público, dadas las definiciones que existen con relación a este término en el ámbito del derecho administrativo.

Por último, resulta factible esbozar que el nuevo artículo ha optado por ceñirse a la finalidad última que ha tenido siempre este instituto y que está ligada al nombre que lleva. En efecto, la definición de sirgar no es otra que remolcar o arrastrar una embarcación desde la orilla” [9] y sólo con este objetivo se ha regulado esta figura.

MARIANI DE VIDAL, M. “Derechos Reales” T. I. Ed. Zavalia. 2004. Buenos Aires.

El Arroyo Giles es un pequeño curso de agua ubicado en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Nace en la zona rural del partido de San Antonio de Areco, en la región conocida como los Pagos de Areco, y desemboca en el Río Areco, cerca de la localidad de Vagues. Tiene una longitud aproximada de unos 25 km, y su caudal también varía según la época del año. En época de lluvias, el arroyo puede tener un caudal importante, mientras que en época de sequía se reduce considerablemente. El arroyo está rodeado por una amplia zona rural, donde se pueden encontrar diferentes establecimientos dedicados a la producción agrícola y ganadera, así como también numerosas estancias y establecimientos dedicados al turismo rural.

El Arroyo Giles es importante tanto para la actividad económica como para el turismo de la región. En la zona rural de San Antonio de Areco, el arroyo es utilizado para el riego de cultivos y el abrevadero del ganado. También es un lugar ideal para la pesca deportiva, ya que se pueden encontrar diferentes especies de pejerreyes y otros peces autóctonos.

En cuanto al turismo, el arroyo es un atractivo natural que destaca por su belleza y su tranquilidad. En sus orillas se pueden encontrar diferentes especies de aves, mamíferos y reptiles, así como diferentes tipos de plantas y árboles. Es un lugar ideal para los amantes de la naturaleza y para aquellos que buscan disfrutar de un día de campo o una caminata al aire libre.

Además, el arroyo es importante desde el punto de vista cultural e histórico. En la zona cercana al arroyo se pueden encontrar diferentes establecimientos rurales y pulperías que conservan la arquitectura y las costumbres gauchescas de la región. También se pueden encontrar antiguos puentes y molinos de agua que datan de la época colonial y que forman parte del patrimonio histórico de la zona.

En conclusión, el Arroyo Giles es un pequeño pero importante curso de agua de la provincia de Buenos Aires, que tiene un importante valor para la actividad económica, turística y cultural de la región de los Pagos de Areco. Su belleza natural, su biodiversidad y su rica historia lo convierten en un lugar único que vale la pena visitar y conocer.

Flora

Algunas de las especies más características de los Pagos de Areco son los pastizales de Flechillares (*Stipa* spp., *Paspalum* spp., *Piptochaetium* spp. y *Aristida* spp.), pasto colorado (*Sorghastrum pellitum*), heno leñoso (*Paspalum dilatatum*), tembladerilla (*Briza subaristata*) y poa (*Poa* spp.). También se encuentran especies del género *Baccharis* spp. y *Margyricarpus* spp. Los nombres más comunes de estas especies son la flechilla, la paja brava, la cola de zorro, entre otras especies.

Antes de la introducción de grandes rebaños de vacas, caballos y ovejas por parte de los españoles en el siglo XVI, la región estaba cubierta por pastos altos y duros. La actividad ganadera y el pastoreo facilitaron el crecimiento de pastos más blandos y verdes al remover la capa superficial del suelo.

Previa introducción del paquete tecnológico en los años 90 y de la sojización de la mayor parte de la pampa húmeda, la vegetación natural de la región predominantemente una pradera con altas gramíneas, y ocasionalmente se encontraban algarrobos, talas y chañares.

Fauna

En cuanto a la fauna, en el Pago de Areco se pueden encontrar diversas especies de animales, algunos de ellos en peligro de extinción, como el tatú carreta (un armadillo de gran tamaño), el aguará guazú (un zorro grande) entre otros.

También se pueden encontrar otras especies de animales como el zorro colorado, la comadreja, el gato montés y la vizcacha. Entre las aves se destacan el cardenal, el hornero, el chimango, la lechuza y la garza.

En resumen, los Pagos de Areco son una región con una gran variedad de flora y fauna, con especies autóctonas que se adaptaron a las características de la Pampa Húmeda. La preservación de estas especies y su hábitat es fundamental para mantener la biodiversidad de la región y promover el turismo ecológico y la educación ambiental.

Ubicación y constitución

A 126 km desde CABA y aproximadamente 1 hora y 45 minutos de Buenos Aires, el acceso por auto es la forma más cómoda y flexible de llegar: por Autopista Panamericana hasta Ruta Nacional nro. 8 que lleva directo a la ciudad de San Antonio de Areco.

También se puede llegar a San Antonio de Areco en colectivo. Las empresas de transporte que ofrecen servicios desde Buenos Aires son "Nueva Chevallier" y "Pullman General Belgrano". Ambas salen desde la Terminal de Ómnibus de Retiro y el viaje dura alrededor de 2 horas.

Respecto al tren, la opción más eficiente quizás, no ha sido re inaugurada aún pero sin embargo el 20 de julio de 2022 y después de 30 años, llegó un tren de pasajeros proveniente de la localidad de Exaltación de la Cruz, a modo de viaje de prueba conectando las paradas de Gaynor, Solís y Vagues. El servicio está previsto para 2023, lo cual representa una oportunidad de fundamental importancia de cara a los nuevos flujos de turistas y excursionistas que pueden comenzar a llegar por este medio de transporte.

Sin embargo, el automóvil particular o alquilado, continúa siendo la opción recomendada, principalmente por la practicidad y flexibilidad en los traslados dentro del destino, donde el transporte público puede no adaptarse a las necesidades del turista.

La región está constituida por tres municipios y cinco localidades, las cuales en combinación, le dan el nombre a la región, tal como puede observarse a continuación:

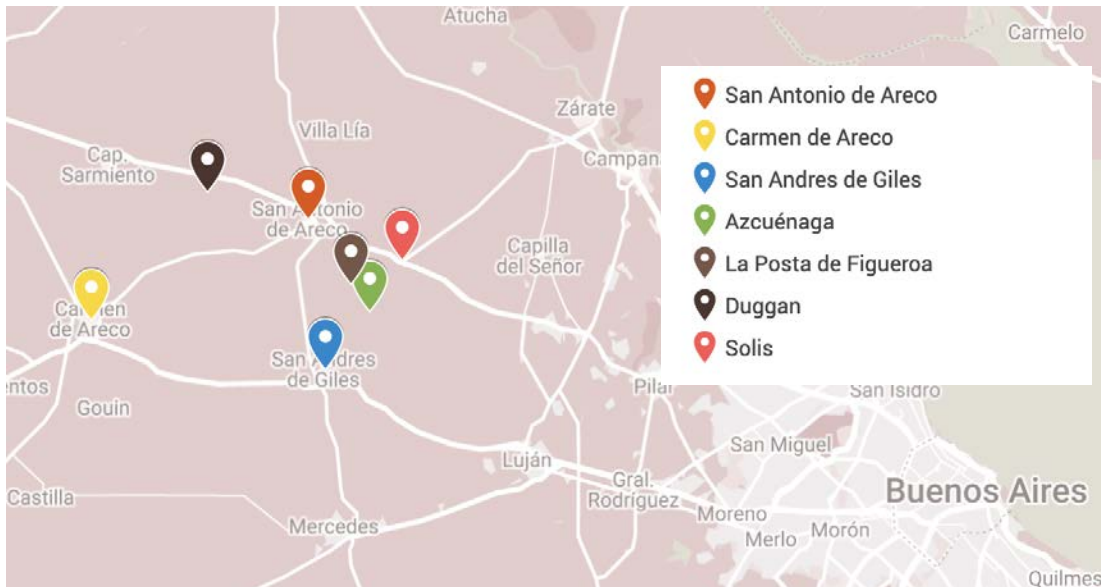


Imagen 05: Ubicación de la región

Fuente: Elaboración propia

Municipios

San Antonio de Areco

Historia:

San Antonio de Areco fue fundada en 1730 como una misión jesuita para evangelizar a los indígenas locales. Durante la época colonial, la ciudad prosperó gracias a la producción agrícola y ganadera. En el siglo XIX, la ciudad se convirtió en un importante centro de actividad gaucha, lo que la llevó a convertirse en un importante foco cultural y turístico. Durante la segunda mitad del siglo XX, la ciudad experimentó un importante crecimiento poblacional y económico, impulsado en gran medida por el turismo.

Demografía:

Según el último censo de población de 2021, la ciudad de San Antonio de Areco tiene una población de 26.671 habitantes.

La mayoría de la población son argentinos, aunque también hay una presencia significativa de inmigrantes europeos y sus descendientes. La ciudad tiene un alto nivel de alfabetización y una tasa de crecimiento demográfico relativamente baja.

Economía:

La economía de San Antonio de Areco se basa en gran medida en el turismo, ya que es un destino popular para aquellos interesados en la cultura gaucha y las tradiciones argentinas. Además, la ciudad cuenta con una importante producción agrícola y ganadera, y una presencia significativa de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y venta de productos artesanales y textiles.

Cultura:

San Antonio de Areco es conocida por su rica cultura gaucha, que incluye tradiciones como el rodeo, la doma, la música y la danza folclórica. La ciudad cuenta con varios museos dedicados a la cultura gaucha y la historia de la región. Además, San Antonio de Areco es famosa por su arquitectura colonial, sus fiestas populares y su deliciosa comida tradicional argentina, como el asado y el mate. La ciudad también cuenta con una importante escena artística, con numerosas galerías de arte y eventos culturales durante todo el año.

Localidades:

- *Villa Lía*

Villa Lía es una localidad ubicada en San Antonio de Areco, provincia de Buenos Aires, Argentina, que se destaca por las siguientes características:

Historia:

Villa Lía fue fundada en 1910 y tiene una historia que se remonta al siglo XX. Conserva parte de su arquitectura histórica, con edificios y estructuras emblemáticas que reflejan el pasado de la región.

Demografía:

Con una población de alrededor de 2,000 habitantes, Villa Lía es una comunidad pequeña y acogedora. La mayoría de los residentes son de origen argentino y han sido parte de la comunidad local durante varias generaciones.

Economía:

La economía de Villa Lía se basa principalmente en la agricultura y la ganadería. Los campos circundantes son productivos y se cultivan diversos cultivos como maíz, trigo y girasol. La cría de ganado también es una actividad importante en la zona.

Cultura:

La cultura de Villa Lía se enmarca en las tradiciones argentinas. La música folklórica y el tango son populares en la comunidad, y se organizan festivales y eventos culturales que resaltan estas expresiones artísticas. La hospitalidad de los residentes y la vida cotidiana en la localidad ofrecen a los visitantes una experiencia auténtica de la cultura local.

- *Duggan*

Duggan es una localidad ubicada en el partido de San Antonio de Areco, en la provincia de Buenos Aires, Argentina. A continuación, se proporciona información sobre su historia, demografía, economía y cultura:

Historia:

La localidad de Duggan fue fundada en el año 1865, y su nombre hace referencia al apellido de uno de los primeros colonos que se establecieron en la zona. Durante gran parte de su historia, la localidad se ha dedicado a la producción agropecuaria y al transporte, gracias a la presencia de una estación ferroviaria en la zona.

Demografía:

Según el último censo, la localidad de Duggan tiene una población de alrededor de 600 habitantes. La mayoría de los habitantes son argentinos, aunque también hay una presencia de inmigrantes europeos y sus descendientes. La localidad cuenta con una escuela primaria y una secundaria, así como también con un destacamento policial y una estación de bomberos.

Economía:

La economía de Duggan se basa principalmente en la producción agropecuaria, como la cría de ganado y la producción de cultivos como el trigo, el maíz y la soja. También hay algunos emprendimientos turísticos en la zona, como establecimientos de alojamiento y restaurantes que ofrecen comida típica de la región.

Cultura:

La localidad de Duggan cuenta con una rica cultura, que se puede apreciar en sus festividades y celebraciones. Entre las festividades más importantes de la localidad se encuentra la Fiesta de la Picada y la Empanada, que se celebra en febrero y que atrae a numerosos visitantes de la región. También hay algunos espacios culturales en la zona, como un museo histórico que muestra la vida cotidiana de los colonos que se establecieron en la zona en el siglo XIX. Además, la localidad cuenta con una iglesia de estilo neogótico, que fue construida a principios del siglo XX y que es un atractivo turístico de la zona.

- *Vagues*

Vagues es un pequeño pueblo rural de la provincia de Buenos Aires perteneciente al Partido de San Antonio de Areco, se encuentra a 134 km de la Ciudad de Buenos Aires. Su nombre recuerda al Capitán Don José Vagués, que tuvo una larga actuación en la época colonial durante las guerras de las fronteras.



Imagen 06: Vagues

Fuente: Turismo San Antonio de Areco

La Estación Vagues fue fundada en el año 1884 por parte del Ferrocarril Central Argentino, en el ramal Victoria-Pergamino y también el empalme hacia la ciudad de Luján. El servicio de trenes fue clausurado definitivamente en el año 1992. En abril de 2012 el edificio y el predio de la vieja estación pasaron a manos del Municipio de San Antonio de Areco. Allí funciona hoy el Centro de Interpretación Ferroviario de Vagues. Es un pueblo chico, con menos de 90 habitantes, con casas sencillas y antiguos establos, una bella parroquia, y mucho verde por doquier. Aquí funciona el Hotel de Campo con restaurante La Posta de Vagues, eje del turismo en el pueblo, muy visitado los fines de semana.

Carmen de Areco

Historia:

Carmen de Areco es una ciudad ubicada en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Fue fundada en 1770 como un puesto de vigilancia español en la región y durante la época colonial, la ciudad se desarrolló gracias a la producción agrícola y ganadera. Durante el siglo XIX, la ciudad se convirtió en un importante centro de actividad comercial y ganadera, lo que la llevó a convertirse en un importante centro de comercio y transporte en la región. En 1885, la ciudad se convirtió en un partido político y desde entonces ha continuado su desarrollo como un importante centro económico y cultural de la provincia.

Demografía:

Según el último censo de población de 2022, la ciudad de Carmen de Areco tiene una población de 17.499 habitantes. La mayoría de la población son argentinos, aunque también hay una presencia significativa de inmigrantes europeos y sus descendientes. La ciudad tiene un alto nivel de alfabetización y una tasa de crecimiento demográfico relativamente baja.

Economía:

La economía de Carmen de Areco se basa en gran medida en la producción agrícola y ganadera, ya que la ciudad se encuentra en una zona fértil para la producción de soja, trigo y otros cultivos. Además, la ciudad cuenta con una importante presencia de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y venta de productos alimentarios y textiles.

Cultura:

Carmen de Areco es famosa por su rica cultura gaucha, que incluye tradiciones como el rodeo, la doma, la música y la danza folclórica. La ciudad también cuenta con varios museos dedicados a la cultura gaucha y la historia de la región. Además, Carmen de Areco es conocida por su arquitectura colonial, sus fiestas populares y su deliciosa comida tradicional argentina, como el asado y el mate. La ciudad también cuenta con una importante escena artística y cultural, con numerosas galerías de arte y eventos culturales durante todo el año.

Localidades:

- *Gouin*

Gouin es una localidad ubicada en el partido de Carmen de Areco, en la provincia de Buenos Aires, Argentina. A continuación, se describen las siguientes características:

Historia:

Su origen se remonta a 1907, cuando se aprobó el nombre "Gouin" en honor a uno de los accionistas franceses de la Compañía General de Ferrocarriles. Fue fundado el 14 de abril de 1908 por la Compañía Inmobiliaria Franco Argentina como parte de la línea principal de ferrocarril que conecta Buenos Aires y Rosario.

Gouin se destaca por su tranquilidad y encanto natural. Con casas centenarias, calles pintorescas, una plaza y capillas, el entorno del pueblo atrae a los visitantes durante todo el año. Además, es conocido por su emblemática "Fiesta Nacional del Pastel", que celebra la historia gastronómica de la región. Durante esta festividad, las reconocidas pasteleras locales presentan sus elaboraciones caseras, brindando a los visitantes la oportunidad de disfrutar de los sabores tradicionales en un ambiente sereno y acogedor.

Atracciones:

Entre las atracciones destacadas en Gouin se encuentran la Plaza San Martín, la Capilla San Agustín, la antigua Estación de Ferrocarril y el Camping Agreste. Además, la Feria "La Matera" se lleva a cabo el segundo domingo de cada mes, ofreciendo una variedad de productos locales.

En cuanto a opciones gastronómicas, los visitantes pueden disfrutar de la autenticidad de la Pulpería Bar Don Tomás, la Pulpería La Mora y el Restaurant de Campo "La

Estación". Además, la Feria "La Matera" también ofrece opciones culinarias los segundos domingos de cada mes.

Algunas fechas importantes en Gouin incluyen la Fiesta Nacional del Pastel, que tiene lugar el segundo fin de semana de diciembre, y las Fiestas Patronales en honor a San Agustín, celebradas el 28 de agosto.

- *Tres Sargentos*

Tres Sargentos es una localidad ubicada en la provincia de Buenos Aires, Argentina, que se distingue por las siguientes características:

Historia:

Tres Sargentos tiene una historia ligada al desarrollo del sistema ferroviario en Argentina. El nombre del pueblo se debe a tres sargentos que participaron en la defensa del Fuerte Independencia en 1827 durante la Guerra del Brasil. La localidad se estableció en el siglo XIX, con la construcción de la estación de tren en 1871, lo que impulsó su crecimiento y desarrollo.

Economía:

La economía de Tres Sargentos está principalmente relacionada con la agricultura y la ganadería. La zona cuenta con extensas áreas rurales donde se cultivan cultivos como maíz, trigo y soja, y se cría ganado vacuno y ovino. Además, el turismo rural ha comenzado a desempeñar un papel importante en la economía local, atrayendo visitantes interesados en disfrutar de la tranquilidad del campo y las actividades al aire libre.

Cultura:

La cultura de Tres Sargentos refleja las tradiciones argentinas y la vida en el campo. Se pueden encontrar eventos y festivales que celebran la música y el folklore argentino, así como las tradiciones gauchas y criollas. La gastronomía local también destaca, con platos típicos como el asado, las empanadas y los dulces regionales.

San Andrés de Giles

Historia:

Durante el siglo XVII, la familia Giles, tuvo una gran relevancia en la escena de la Ciudad de Buenos Aires, llegando uno de sus integrantes, Pedro de Giles a ser designado como alcalde de Primer Voto. Sin embargo, el apellido Giles se fue perdiendo con el tiempo por falta de sucesores varones y sus descendientes adoptaron el apellido Suero.

En octubre de 1793, Suero donó parte de sus tierras, las más cercanas a la Cañada de Giles, para la construcción de un oratorio. Estas fueron aceptadas por el cura párroco

de San Antonio de Areco, don Vicente Piñeiro, quien el 30 de noviembre (día de San Andrés) de 1806 dió la primera misa. De esta forma se pueden vislumbrar los vínculos históricos, políticos y geográficos entre estas localidades que componen los Pagos de Areco desde los tiempos de su fundación.

La ciudad (Figura 13) se desarrolló gracias a la producción agrícola y ganadera de la zona. Durante el siglo XIX, la ciudad se convirtió en un importante centro de actividad comercial y ganadera, lo que la llevó a convertirse en un importante centro de comercio y transporte en la región. Durante la Guerra de la Independencia, la ciudad tuvo un papel importante en la lucha contra los españoles. En 1820, la ciudad se convirtió en un partido político y desde entonces ha continuado su desarrollo como un importante centro económico y cultural de la provincia.

Demografía:

Según el último censo de población de 2022, la ciudad de San Andrés de Giles tiene una población de 26.474 habitantes. La mayoría de la población son argentinos, aunque también hay una presencia significativa de inmigrantes bolivianos. La ciudad tiene un alto nivel de alfabetización y una tasa de crecimiento demográfico relativamente baja.

Economía:

La economía de San Andrés de Giles se basa en gran medida en la producción agrícola y ganadera, ya que la ciudad se encuentra en una zona fértil para la producción de soja, trigo y otros cultivos. Además, la ciudad cuenta con una importante presencia de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y venta de productos alimentarios y textiles. La ciudad también cuenta con una importante actividad turística, sobre todo en sus localidades rurales debido a sus atractivos naturales, culturales y gastronómicos.

Cultura:

San Andrés de Giles es conocida por su rica historia y cultura, que incluye tradiciones como la música y la danza folclórica. La ciudad también cuenta con varios museos dedicados a la historia y la cultura de la región. Además, San Andrés de Giles es famosa por su arquitectura colonial, sus fiestas populares y su deliciosa comida tradicional argentina, como el asado y el mate. La ciudad también cuenta con una importante escena artística y cultural, con numerosas galerías de arte y eventos culturales durante todo el año.

Localidades:

- *Azcuénaga*

Azcuénaga es una localidad ubicada en el partido de San Andrés de Giles, en la provincia de Buenos Aires, Argentina.

Historia:

La localidad de Azcuénaga fue fundada en 1865 y lleva el nombre de un héroe de la independencia argentina, el coronel Manuel Azcuénaga. Durante la época colonial, la zona estaba habitada por los pueblos originarios, pero con la llegada de los españoles se establecieron estancias y se desarrolló la actividad ganadera. En 1871, llegó el ferrocarril y se construyó la estación de Azcuénaga, lo que impulsó el crecimiento de la localidad y la consolidación de la pequeña comunidad.

Demografía:

La localidad de Azcuénaga tiene una población de 312 habitantes, según el último censo de población. La mayoría de los habitantes son argentinos, aunque también hay una presencia de inmigrantes europeos y sus descendientes. La localidad tiene un alto nivel de alfabetización y una tasa de crecimiento demográfico relativamente baja.

Economía:

La economía de Azcuénaga se basa principalmente en la producción agropecuaria y en la actividad turística. Los habitantes de la zona se dedican principalmente a la producción de cereales, oleaginosas y ganadería. Además, la localidad cuenta con una importante actividad turística, gracias a su riqueza histórica y cultural.

Cultura:

La localidad de Azcuénaga tiene una rica cultura e historia, con festividades y celebraciones que giran en torno a la tradición y la historia de la región. En la localidad se pueden encontrar numerosas edificaciones antiguas y monumentos que cuentan la historia del lugar. Además, Azcuénaga es reconocida por la gastronomía regional, donde se destacan los platos típicos de la cocina argentina, como el asado y las empanadas.

● *Posta de Figueroa*

La Posta de Figueroa es un paraje ubicado en el partido de San Andrés de Giles, en la provincia de Buenos Aires, Argentina.

Historia:

La Posta de Figueroa debe su nombre a que en el siglo XIX era una posta de la ruta del norte, que unía Buenos Aires con Córdoba. Los viajeros que transitaban la ruta hacían una parada en la posta para descansar y cambiar de caballos. La localidad se desarrolló en torno a la posta, y en la actualidad cuenta con algunas casas y establecimientos rurales.

Esta posta recibió la visita de distintas personalidades de la historia argentina, en tránsito por el Camino Real al norte, entre ellos los generales Estanislao López, Ángel Pacheco, Lucio Norberto Mansilla, Juan Lavalle y José María Paz, este último cuando era traído en calidad de detenido desde la Aduana de Santa Fe hacia el Cabildo de la Villa de Luján. Don Juan Manuel de Rosas visitó la estancia en varias ocasiones dada la amistad existente con los propietarios de la casa por su filiación federal. De hecho, es en esta Posta que se reunieron Juan Manuel de Rosas y Facundo Quiroga, luego de

otra reunión que tuvieron en la quinta de Terrero en San José de Flores. Allí, posterior a dicha reunión, Quiroga salió en camino hacia el norte del país y Rosas firma la histórica "Carta de la Hacienda de Figueroa" dictada el 20 de diciembre de 1834 a su edecán y dirigida a Facundo Quiroga. Considerada una página dorada de la vida política de ese tiempo, la carta explicaba el pensamiento e ideario de Rosas. El original lo llevaba Quiroga en momentos de resultar asesinado en Barranca Yaco en febrero de 1835.

Demografía:

La Posta de Figueroa es un paraje rural, por lo que su población es reducida y dispersa. Según el último censo, su población es de alrededor de 50 habitantes.

Economía:

La economía de La Posta de Figueroa se basa principalmente en la producción agropecuaria, como la cría de ganado y la producción de cultivos como el trigo, el maíz y la soja.

- **Solís**

Solís es una localidad argentina de la provincia de Buenos Aires, perteneciente al partido de San Andrés de Giles.

Historia:

El 16 de julio de 1894 fue inaugurada la estación Solís, del Ferrocarril Central Argentino , en el ramal Victoria-Pergamino, sobre tierras de la estancia "La Argentina" del ex presidente Julio Argentino Roca. En 1901 se instaló sobre el camino a Zárate un almacén de ramos generales de la firma "José Terrén y Compañía", de la localidad vecina de Azcuénaga. Después cambió por la firma Francisco Gurría y Compañía. Fue, precisamente el aragonés Gurría, socio del almacén, quien, con fines de extender la casa de comercio, se entrevistó con el general Roca para que le vendiera tierras, surgiendo la idea de Roca de donar las tierras para que se hiciera un pueblo frente a la estación. Roca donó el terreno para que se fundara la escuela n.º 8, en 1906, que recientemente cumplió su centenario, y donó los ladrillos para que se comenzará la obra. Poco a poco se fueron vendiendo terrenos y así nació el pueblo de Solís, hoy uno de los más pujantes del distrito.

Dinámica turística de los pueblos rurales

Hasta mitad del siglo XX, la mayor parte de la población de la región Pago de Areco habitaba en la zona rural y sus ciudades cabecera tenían una cantidad pequeña de habitantes. Posteriormente, a lo largo de los años se fue produciendo un proceso de migración del campo a la ciudad. Fue disminuyendo la población residente en el campo y fue creciendo la población del distrito debido básicamente al aumento de la población en la ciudad cabecera.

San Antonio de Areco cuenta con tres localidades: Villa Lía, Duggan y San Antonio de Areco propiamente. Las localidades no tienen límites definidos, y cada una de ellas cuenta con una planta urbana cuya zonificación consiste en un área residencial, área complementaria, residencial extraurbana y el resto del territorio, corresponde al área rural.

Los pueblos rurales a nivel turístico presentan diferentes tipos de dependencia respecto a San Antonio de Areco.

Se exponen sintéticamente a continuación las particularmente vinculadas a la actividad turística:

Dependencia institucional y administrativa: por no resultar localidades cabeceras de distrito, la Dirección Municipal de Turismo se encuentra localizada en la ciudad de San Antonio de Areco. Las delegaciones no cuentan con personal técnico-profesional que doten de autonomía a los pueblos rurales.

Información y orientación turística: la demanda turística de los pueblos rurales se informa sobre estos en las oficinas de informes de la ciudad cabecera. Además, desde la centralidad de San Antonio de Areco como marca turística, se las entiende como recursos que añaden valor al producto fundamental, que es la visita a la propia localidad cabecera.

Servicios bancarios: la carencia de cajeros automáticos en las localidades es un problema que se manifiesta con mayor fuerza en Duggan y Villa Lía, por la distancia que se encuentran de la ciudad cabecera.

Transporte para turistas: la centralidad se encuentra también en la localidad cabecera.

Lo anterior se complementa con el análisis turístico específico de los pueblos, que se expone a continuación.

Mapeo y valoración de atractivos turísticos

A continuación se mencionan los enlaces con el análisis detallado de atractivos de cada uno de los municipios que forman parte de la región Pago de Areco. Al momento de clasificarlo, se ha determinado de la siguiente manera:

- Valor 1: para aquellos atractivos capaces de traccionar turistas por sí solos, tratándose de verdaderos “imanes” que generan la atracción de turistas al destino.
- Valor 2: para aquellos atractivos que no logran traccionar a turistas por sí solos, pero al combinarse con otros atractivos, logran traccionar a los turistas al destino.
- Valor 3: para aquellos atractivos que solo traccionan para movimientos de corta duración, por ejemplo un día, tanto sea de turistas de la zona como de turistas alojados en la localidad de referencia.

San Antonio de Areco

Tabla 11: Atractivos de San Antonio de Areco

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Valoración por capacidad de tracción del atractivo
Los Gauchos	Cultural	Cultural - Otros	1
Arquitectura del Casco Histórico	Cultural	Cultural Histórico/Patrimonial	1
El camino real	Cultural	Cultural Histórico/Patrimonial	1
El asado	Cultural	Cultural - Gastronómico	1
Costanera Río Areco	Natural	Natural - Ríos, lagos y lagunas	1
Centro de interpretación Ferroviario Vagues	Cultural	Cultural Histórico/Patrimonial	1
Fiesta de la Tradición	Evento programado	Evento - Otros	1
Fiesta de las Tropillas Entabladas y Jineteada	Evento programado	Evento - Otros	1
Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes	Cultural	Cultural - Museo	1
Museo Las Lilas de Areco	Cultural	Cultural - Museo	1

Museo Draghi	Cultural	Cultural - Museo	2
Sitios significativos (con vestigios observables)	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Paso de las Carretas	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Caminos rurales	Otros	Natural - Otros	2
Las picadas	Cultural	Cultural - Gastronómico	2
Museo de la Ciudad Usina Vieja	Cultural	Cultural - Museo	2
Duggan	Cultural	Cultural - Gastronómico	2
Bolicho de Bessonart	Cultural	Cultural - Gastronómico	2
Estancia La Porteña	Cultural	Cultural - Museo	2
Fiesta Patronal de San Antonio de Areco	Evento programado	Evento - Religioso	2
La Olla de Cobre	Cultural	Cultural - Gastronómico	2
La Ruta de Los Haras	Cultural	Cultural - Museo	2
Museo de Arte La Recova	Cultural	Cultural - Museo	2
Museo de la Ciudad y Centro Cultural Usina Vieja	Cultural	Cultural - Museo	2

Museo Evocativo Osvaldo Gasparini	Cultural	Cultural - Museo	2
Palacio Municipal	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Parque Criollo Ricardo Guiraldes	Natural	Evento - Gastronómico	2
Parroquia San Antonio de Padua	Cultural	Evento - Religioso	2
Puente Viejo	Cultural	Natural - Otros	2
Pulpería la Blanqueada	Cultural	Natural - Otros	2
Reserva Natural	Natural	Natural - Ríos, lagos y lagunas	2
Río Areco	Natural	Natural - Ríos, lagos y lagunas	2
Estaciones ferroviarias (Areco, Duggan y Villa Lía)	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Museo Rostro de las Pampas	Cultural	Cultural - Museo	3
Centro de Exposición "De Ayer y Hoy"	Cultural	Cultural - Gastronómico	3
MaLali Esquina del Arte	Cultural	Cultural - Otros	3
Museo Antonio Pazzaglia de la CESOSP	Cultural	Cultural - Museo	3

Plaza Ruiz de Arellano	Natural	Natural - Avistaje flora y fauna	3
Ruta Cervecera	Cultural	Cultural - Gastronómico	3
Seven de la Tradición	Evento programado	Evento - Deportivo	3
Solar Natal Hipolito Vieytes	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3

San Andrés de Giles

Tabla 12: Atractivos de San Andrés de Giles

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Valoración por capacidad de tracción del atractivo
Pueblo de Azcuénaga	Otros	Otros - Otros	1
Estancia "La Merced".	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	1
Camino Real	Cultural	Cultural - Folklórico	1
Pueblo de Villa Ruiz	Otros	Otros - Otros	2
Parroquia San Andrés Apóstol	Cultural	Evento - Religioso	2
Parroquia San Andrés Apóstol	Cultural	Cultural - Religioso	2
Parque Municipal San Andrés de Giles	Natural	Natural - Otros	2

Palacio Municipal de San Andrés de Giles	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Municipalidad de San Andrés de Giles	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
La Pulpería de Ruiz	Cultural	Cultural - Gastronómico	2
Estancia La Paterna y la Cañada de la Cruz	Otros	Otros - Otros	2
Estancia Chica	Cultural	Otros - Otros	2
Estación Azcuénaga, del F.C. Gral. Bmé. Mitre.	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Corsos	Evento programado	Evento - Otros	2
Centro Cultural Museográfico	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Casa Mendez	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Casa de Héctor Cámpora	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	2
Capilla Ntro. Sro. de la Asunción	Cultural	Cultural - Religioso	2
Capilla Ntra. Sra. del Rosario	Cultural	Cultural - Religioso	2
Capilla Ntra. Sra. de Lourdes	Cultural	Cultural - Religioso	2
Bar 2 de Mayo	Cultural	Cultural - Gastronómico	2
Estancia La Cándida López	Cultural	Otros - Otros	3

Tiro Federal San Andrés de Giles	Otros	Otros - Otros	3
Puente de Fierro	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Pueblo de Villa Espil	Otros	Otros - Otros	3
Pueblo de Solís	Otros	Otros - Otros	3
Pueblo de Franklin	Otros	Otros - Otros	3
Pueblo de Cucullú	Otros	Otros - Otros	3
Plaza San Martín	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Mural de Adobe	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Heavy	Otros	Otros - Otros	3
Estación Solís, del Ferrocarril Central Argentino, en el ramal Victoria-Pergamino	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Estación San Andres de Giles	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Cruz del Obispo Escalada	Otros	Otros - Otros	3
Cementerio Sud	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Capilla Santa Teresita del Niño	Cultural	Cultural - Religioso	3
Capilla San Felipe Apóstol	Cultural	Cultural - Religioso	3
Bar El Viejo Tropezon	Cultural	Cultural - Gastronómico	3

Carmen de Areco

Tabla 13: Atractivos de Carmen de Areco

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Valoración por capacidad de tracción del atractivo
Remates y Ferias «Lito & Toti Araneta e Hijos»	Evento programado	Evento - Otros	1
Conjunto Patrimonial Histórico de la provincia Monasterio Retiro de San Pablo, Iglesia de San Patricio, Cementerio de la Congregación Pasionista y Colegio de San Pablo.	Cultural	Cultural - Religioso	1
Fiesta Nacional del Pastel	Evento programado	Evento - Gastronómico	1
Mundialito Carmen de Areco	Evento programado	Evento - Deportivo	2
Carmen Rock	Evento programado	Evento - Musical	2
Fiesta de las Tropillas	Evento programado	Evento - Otros	2
Feria Artesanal La Matera	Evento programado	Evento - Gastronómico	2
Balneario y Camping Municipal	Natural	Natural - Ríos, lagos y lagunas	2
Museo Histórico	Cultural	Cultural - Museo	2
Fiesta de la Sagrada Familia	Evento programado	Evento - Religioso	3
Fiesta del Locro Patrio	Evento programado	Evento - Gastronómico	3
Fiesta Patronal de la Virgen del	Evento	Evento - Religioso	3

Carmen	programado		
Fiesta de la Maquinaria Agrícola del Carmen	Evento programado	Evento - Otros	3
Fiesta Patronal San Agustín	Evento programado	Evento - Religioso	3
Fiesta de los Tres Sargentos	Evento programado	Evento - Otros	3
Fiesta Aniversario de la Creación del Partido de Carmen de Areco	Evento programado	Evento - Otros	3
La Feria del Pueblo	Evento programado	Evento - Gastronómico	3
Parroquia Nuestra Señora del Carmen	Cultural	Cultural - Religioso	3
Palacio Municipal	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Cementerio Municipal	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Estación de Tren Carmen de Areco	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Estación de Tren Gouin	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Estación de Tren Tres Sargentos	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Biblioteca Popular Juan Bautista Alberdi	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Cine Teatro Italia	Cultural	Cultural - Otros	3
Plaza San Martín	Natural	Natural - Otros	3
Capilla San Agustín	Cultural	Cultural - Religioso	3

Camping Agreste	Natural	Natural - Rural	3
Biblioteca de la Antigua Estación	Cultural	Cultural - Histórico/Patrimonial	3
Capilla de la Sagrada Familia	Cultural	Cultural - Religioso	3
Plazoleta de «Los Tres Sargentos»	Natural	Natural - Rural	3
Mural de la historieta	Cultural	Cultural - Otros	3
Escultura de Mafalda	Cultural	Cultural - Otros	3
Almacén de ramos generales "El 13"	Cultural	Cultural - Gastronómico	3
Bar "Don Tomás"	Cultural	Cultural - Gastronómico	3
Escultura del Pastel	Cultural	Cultural - Folklórico	3
Restaurante "La Estación"	Cultural	Cultural - Gastronómico	3

Productos, espacios, atractivos con potencial turístico. Componentes materiales e inmateriales con potencialidad turística

Detallamos a continuación diversos componentes capaces de transformarse en atractivos turísticos:

Tabla 14: Recursos con potencialidad turística

Componentes	Anclaje de desarrollo (componentes de producto, potencialidades, etc. Que aportan a entender su capacidad de desarrollo)	Ubicación
Música surera	La música surera, música sureña o música tradicional pampeana (de la región pampeana) es la denominación que reciben una serie de estilos musicales de base folklórica, característicos de la región pampeana de Argentina, que en tiempos coloniales y hasta la bien entrada la segunda mitad	San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles

	<p>del siglo XIX era el "sur" de la Nación. Los principales estilos y danzas que la integran son la milonga surera, milonga pampeana o milonga campera,¹ el malambo, la payada, la cifra, la huella, el triunfo y el estilo. Asociada con la cultura gauchesca, tradicionalmente se interpreta con canto solista y guitarra..</p>	
<p>El gaucho y la cultura gauchesca</p>	<p>El Gaucho es la denominación utilizada para nombrar al habitante característico de las llanuras y zonas adyacentes de Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil (Río Grande del Sur), también por la zona austral de Chile (Región de Los Lagos, Región de Aysén y Región de Magallanes), en la región al sur de Bolivia en todo el departamento de Tarija y el chaco chuquisaqueño, en el curso del siglo XVII hasta mediados del siglo XIX. Se identificaba por su condición de hábil jinete y por su vínculo con la proliferación de vacunos en la región; además, por las actividades económicas y culturales derivadas de ella, en especial la del consumo de carne y la utilización del cuero.</p> <p>Si bien el desarrollo de la agricultura extensiva en la provincia de Buenos Aires fue disminuyendo y mermando la actividad ganadera (actividad directamente relacionada al gaucho) su figura, la identidad, sus usos y costumbres, su forma de vida, sus producciones, actividades cotidianas, etc. siguen muy vigentes como idiosincrasia, como forma de vida y tradiciones.</p> <p>Ligado a ello es que se articula la temática relacionada al caballo como el binomio del gaucho, la producción artesanal (cuero, soguería, platería, etc.).</p> <p>En los últimos años se ha intentado trabajar en pos de la valoración de la mujer y su relación con la cultura gauchesca. A la mujer gaucha tradicionalmente se la ha llamado «china»</p> <p>Se identifica fuertemente a la región con la cultura gauchesca y sus tradiciones. Y se evidencia que existe mucho potencial en este tema para abordar en el desarrollo turístico.</p>	<p>San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles</p>
<p>El caballo</p>	<p>Como se expresó en el apartado anterior, la cultura gauchesca se encuentra íntimamente ligada al caballo. En tal sentido, existe una gran oportunidad para desarrollar</p>	<p>San Antonio de Areco, Carmen</p>

	productos, propuestas y proyectos relacionados con este animal.	de Areco y San Andrés de Giles
El Camino Real	<p>El antiguo "Camino Real" una red de caminos que vinculan la zona cercana a la Ciudad de Buenos Aires y el norte del país y otros países como Bolivia, Chile, etc. ha tenido su punto de partida en la zona de abordaje de este trabajo. tanto sea con el trazado de caminos rurales como el establecimiento de Postas (por ejemplo la paradigmática Posta de Figueroa) o espacios relacionados al río (el Puente Viejo, el Paso de las Carretas).</p> <p>Se considera que desarrollar un abordaje sobre este recurso permitiría hilvanar a los tres destinos del Pago de Areco</p>	San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles
Ferias de remates	<p>Estos tradicionales espacios de intercambio (tanto sea comercial como trueque) se han desarrollado históricamente como "espacios de encuentro" de los habitantes de la región, siendo un reservorio de tradiciones, de costumbres así como una forma tradicional de comercio, fundamentalmente en los pueblos rurales</p> <p>Es posible desarrollar estos espacios como atractivos turísticos, sin perder su identidad tradicional</p>	Villa Lia, Carmen de Areco y algunos pueblos rurales de San Andrés de Giles
Folklore	<p>El folclore o folklore (del inglés folk, «pueblo», y lore, «acervo», «saber» o «conocimiento»)es el cuerpo expresivo de la cultura compartida por un grupo particular de personas; abarca las tradiciones comunes a esa cultura, subcultura o grupo. Estas incluyen tradiciones orales, como cuentos, leyendas, proverbios, chistes, música tradicional y cultura material.</p> <p>Si bien se trata de un elementos rescatado como atractivo turístico, particularmente en San Antonio de Areco, expresado en la organización de Bailecitos Criollos donde los turistas pueden ir a bailar coordinados por profesores de danzas folklóricas, las peñas habituales e incluso las llamadas "noches de los bares" donde los bares salen a la calle en verano (San Antonio de Areco). Más allá de ello se evidencia que esta temática y actividad puede ser aún más desarrollada y potenciada.</p>	San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles
La forma de vida	Es sabido que el turista proveniente de las grandes urbes busca cada vez más la tranquilidad, la	Pueblos rurales y

	seguridad y la paz de los pueblos rurales. Es por ello que consideramos que se debería explotar aún más estos atributos, siempre de manera sostenida y sostenible en el tiempo asegurando no perder dicha cualidad	ámbitos urbanos de los tres partidos.
Ferrocarril	Si bien la región es atravesada por tres líneas ferroviarias que con el devenir del tiempo fueron dejando de funcionar, en estos últimos años se comenzó a trabajar en la “vuelta del tren” en algunas de estas líneas. Se considera una gran temática a desarrollar	Los tres partidos.

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, a continuación presentamos pueblos, parajes y otros espacios con capacidad de desarrollo turístico potencial. Es decir, pueblos que cuentan en la actualidad con atractivos potenciales pero que aún no tienen desarrollada oferta, no poseen desarrollo ni flujo de turistas relevante.

Tabla 15: Espacios turísticos potenciales

Espacio turístico (nombre del pueblo, paraje, sitio o zona)	Anclaje de desarrollo (componentes de producto, potencialidades, etc. Que aportan a entender su capacidad de desarrollo)
Desarrollo de pueblos rurales	Recorrido 1: Solís, Azcuénaga, Villa Lía, Duggan y Vagues Recorrido 2: Cululú, Villa Ruiz, Espora, Heavy, Gouin, Tres Sargentos
Costa del río Areco	Desarrollo de la ruta que une Carmen de Areco y San Antonio de Areco bordeando el río, desarrollo de puntos de acceso y actividades de trekking, cicloturismo, navegación, etc.

Fuente: elaboración propia

Respecto a la determinación de áreas, circuitos, rutas temáticas, recorridos potenciales que pueden ser desarrollados a futuro, se presentan a continuación:

Tabla 16: Rutas turísticas y temáticas

Rutas turísticas	Productos y atractivos	Identificación del espacio	Corto Plazo	Mediano plazo	Largo plazo

La ruta del caballo	Haras, producción equina, equitación, doma india, cabalgatas, artesanías ligadas, el gaucho.	Toda la región	X	X	X
Rutas temáticas	Eje de productos/atractivo	Identificación del espacio	Corto Plazo	Mediano plazo	Largo plazo
Rutas gastronómicas	producción gastronómica tradicional (pastelería, asado, quesos, dulces, etc.)	Toda la región		X	X
Ruta de sitios significativos	La localidad de San Antonio de Areco mediante su Junta de Estudios Históricos ha denominado, durante muchos años, a ciertos espacios como de valor patrimonial. Se evidencia estos recursos como atractivos para el desarrollo de algún tipo de ruta o propuesta turística Lugares significativos	San Antonio de Areco	X	X	X

Fuente: elaboración propia

Estructura económica y tributaria

Los 3 municipios analizados en el marco del presente Plan forman parte de la Región “Norte” del [Sistema de Información Municipal Consolidada \(SIMCo\)](#) de la Provincia de Buenos Aires.

El Área Norte se compone por los siguientes municipios: Alberti, Arrecifes, Bragado, Capitán Sarmiento, Carmen de Areco, Chacabuco, Chivilcoy, Colón, General Arenales, General Viamonte, Junín, Mercedes, Pergamino, Rojas, Salto, San Andrés de Giles, San Antonio de Areco y Suipacha. La integran 18 municipios, representando el área más numerosa en ese sentido.


A continuación, se analizarán distintos aspectos de los gobiernos locales en torno a su estructura económico-financiera:

Presupuestos municipales

San Antonio de Areco

A partir de los datos obtenidos en el portal de transparencia de la Municipalidad de San Antonio de Areco en su [página web oficial](#), el municipio cuenta con un presupuesto de \$3.951.102.667,84, detallados en distintos rubros. El detalle completo puede identificarse en el siguiente [link](#).

A continuación, se detalla los orígenes de los fondos, tanto a nivel municipal, provincial como nacional, de los ingresos del Municipio:

 Municipalidad de San Antonio de Areco	R.A.F.A.M.	Hoja: 1 de 1
CALCULO DE RECURSOS POR PROCEDENCIA		15/12/2022 08:18
		Presupuesto: 2023

CODIGO	DESCRIPCION	PRESUPUESTADO
10 - Origen Municipal		
11	- De libre disponibilidad	1.757.875.586,99
12	- Afectados	117.958.204,00
Total Origen Municipal		1.875.833.790,99
20 - Origen Provincial		
21	- De libre disponibilidad	1.435.240.495,00
22	- Afectados	359.629.457,69
Total Origen Provincial		1.794.869.952,69
30 - Origen Nacional		
32	- Afectados	280.398.924,16
Total Origen Nacional		280.398.924,16
TOTAL PRESUPUESTO 2023		3.951.102.667,84

Imagen 07: Presupuesto municipal - San Antonio de Areco

Como se detalla, el 47.4% de los ingresos del municipio provienen del propio estado municipal, 45.4% del estado provincial y el 7.2% restante del estado nacional.

San Andrés de Giles

Del mismo modo, el Municipio de San Andrés de Giles también cuenta con un portal de Transparencia a nivel gubernamental donde se informan los actos de gobierno, como así también el presupuesto del gobierno local. Estos datos muestran el historial desde el año 2013, por lo cual se destaca el hecho que ha trascendido esta política a las distintas gestiones político partidarias en los últimos 10 años.

De acuerdo a dicho [informe](#), el Municipio generó un resultado en el año 2022 de un total de \$56.145.398,28. A continuación se muestra un cuadro resumen de este detalle en dicho ejercicio, indicando los ingresos, gastos y demás aspectos económico-financieros del gobierno local:

RESULTADO EJECUTADO A LOS FINES DEL ARTICULO 31° DE LA L.O.M.

PERIODO: 01/01/2022 AL 31/12/2022

RESULTADO FINANCIERO	IMPORTE
I. INGRESOS CORRIENTES	2.407.438.544,46
II. GASTOS CORRIENTES	2.260.118.012,17
III. AHORRO CORRIENTE (I + II)	147.320.532,29
IV. RECURSO DE CAPITAL	233.403.537,15
V. GASTOS DE CAPITAL	397.490.097,31
VI. INGRESOS TOTALES	2.640.842.081,61
VII. GASTOS TOTALES	2.657.608.109,48
VIII. RESULTADO FINANCIERO (VI - VII) Res. Del Art. 43 Decreto 2980/00	-16.766.027,87
INGRESOS POR ENDEUDAMIENTO	
SALDO DE INICIO DE CAJA Y BANCOS (ORDINARIOS)	127.122.280,26
SERVICIOS DE LA DEUDA (Amortización devengada)	7.204,44
CANCELACION DE OTROS PASIVOS AL CIERRE (Pago DF imputado al Pasivo)	54.203.649,67
RESULTADO EJECUTADO DEL EJERCICIO (ORDINARIO) Art. 44 Dto.2980	56.145.398,28

Imagen 08: Presupuesto municipal - San Andrés de Giles

Carmen de Areco

En el caso del Municipio de Carmen de Areco, cuenta con un portal de [memoria económico-financiera](#) donde se detallan los ingresos y egresos del año 2022. No sucede, como en el caso de los otros municipios, que se pueda observar un resultado histórico o acceso a información más detallada.

Acorde a este informe, el gobierno local generó un resultado en el año 2022 de un total de \$186.391.589,18. A continuación se muestra un cuadro resumen de este detalle en dicho ejercicio:

Resultado Artículo 44	Importe
Recursos Corrientes y de Capital PERCIBIDO	1.806.226.578,90
Gastos Corrientes y de Capital DEVENGADO	1.493.831.873,19
RESULTADO DEL ART. 43	112.195.005,71
Ingresos por endeudamiento aprobado	0,00
Saldo de Caja y Bancos al cierre del ejercicio anterior (Recursos Ordinarios)	82.140.424,14
Servicios de la deuda	7.943.880,67
RESULTADO DEL ART. 44	186.391.589,18

Imagen 09: Presupuesto municipal - Carmen de Areco

Presupuestos turísticos

San Antonio de Areco

De acuerdo al [informe](#) publicado por el gobierno local, el Municipio destina en el año 2023 un total de \$17.624.428,31 de asignación específica para turismo.

1110157000 - Secretaría de Turismo y Cultura			
01.00.00 - Administración de Turismo y Cultura	13.827.295,40	0,00	13.827.295,40
<i>Total Administración de Turismo y Cultura</i>	13.827.295,40	0,00	13.827.295,40
16.00.00 - Turismo	17.624.428,31	0,00	17.624.428,31
<i>Total Turismo</i>	17.624.428,31	0,00	17.624.428,31
17.00.00 - Cultura			
17.01.00 - Administración de Cultura	25.105.002,37	0,00	25.105.002,37
17.02.00 - Talleres Culturales	54.451.609,00	0,00	54.451.609,00
17.03.00 - Escuela de Música	2.312.800,37	0,00	2.312.800,37
17.05.00 - Escuela de Danza	175.000,00	0,00	175.000,00
<i>Total Cultura</i>	82.044.411,74	0,00	82.044.411,74
18.00.00 - Parque Criollo	10.766.870,02	0,00	10.766.870,02
<i>Total Parque Criollo</i>	10.766.870,02	0,00	10.766.870,02
19.00.00 - Museo R. Guiraldes - Talleres de Patrimonio Cultural Tangible e Intangibl	18.430.750,31	0,00	18.430.750,31
<i>Total Museo R. Guiraldes - Talleres de Patrimonio Cultural Tangible</i>	18.430.750,31	0,00	18.430.750,31
20.00.00 - Celebraciones de Fiestas Locales (Día del Pueblo, Patronales Localidades	7.450.000,00	0,00	7.450.000,00
<i>Total Celebraciones de Fiestas Locales (Día del Pueblo, Patronales</i>	7.450.000,00	0,00	7.450.000,00
Total Secretaría de Turismo y Cultura	150.143.755,78	0,00	150.143.755,78

Imagen 10: Presupuesto turístico - San Antonio de Areco

Al mismo tiempo, como se observa en el cuadro anterior, el presupuesto total de la Secretaría de Turismo y Cultura es de \$150.143.755,78. Esto equivale a un 3.8% del total del presupuesto del Municipio (\$3.951.102.667,84).

San Andrés de Giles

En el caso del Municipio de San Andrés de Giles, no hay un detalle específico del presupuesto destinado al sector turístico, sino que se indica como una asignación para "Difusión de la Cultura, el Turismo y el Patrimonio".

En este caso, el presupuesto para dicho programa en el año 2022 fue de \$61.929.506,32, sin detallar de forma pormenorizada cada uno de los aspectos del programa. En este sentido, el presupuesto de este programa, corresponde a un 2.15% del total del Municipio para ese año (\$2.874.402.014,26),

A continuación, se detalla el presupuesto por cada uno de los programas:

Evolución de Gastos por Programa	Vigente	Preventivo	Compromiso	Devengado	Pagado
Departamento Ejecutivo					
1110101000 - 16 Administración de Justicia Municipal	10.596.252,00	0,00	10.591.402,42	10.591.402,42	10.286.775,94
1110105000 - 50 Prestación de Servicios en el ejido urbano	508.342.155,31	0,00	504.119.559,95	504.119.559,95	495.285.194,68
1110105000 - 51 Prestación de servicios en el Cementerio Norte	22.098.165,00	0,00	22.090.463,41	15.370.463,41	13.755.696,07
1110105000 - 52 Prestación de Servicios Sanitarios	73.017.941,45	0,00	71.862.408,02	71.862.408,02	68.922.589,82
1110105000 - 53 Prestación de Servicios en la red vial municipal	59.493.525,01	0,00	59.486.830,58	59.486.830,58	58.415.998,28
1110105000 - 54 Prestación de Servicios en la red vial Provincial	68.735.979,60	0,00	55.004.081,94	55.004.081,94	54.771.751,75
1110105000 - 55 Implementación de Políticas Medio Ambientales	54.350.775,39	0,00	52.798.338,40	52.798.338,40	51.102.898,57
1110106000 - 60 Asistencia en el Hogar Jorge E. Coll	58.852.470,00	0,00	57.543.792,17	57.543.792,17	55.932.222,81
1110106000 - 61 Asistencia Jardín Maternal Brotecitos	28.904.474,00	0,00	22.493.601,15	22.493.601,15	22.005.511,24
1110106000 - 62 Promoción del Deporte y la recreación	53.395.471,37	0,00	50.711.049,06	50.711.049,06	49.585.431,20
1110106000 - 63 Promoción, Desarrollo y Asistencia Social	239.939.452,32	0,00	211.000.505,38	177.977.987,69	172.467.609,00
1110107000 - 70 Prestación de Servicio en el Hospital Municipal "Se	679.232.866,34	0,00	773.199.482,29	773.199.482,29	745.992.169,40
1110107000 - 71 Prestación de Servicio en Unidades Sanitarias	82.207.859,44	0,00	79.781.635,48	79.781.635,48	77.963.758,26
1110107000 - 72 Atención en Hogar Geriátrico "Ntra. Sra. de Luján"	86.207.722,24	0,00	86.201.593,50	86.201.593,50	84.478.821,31
1110107000 - 73 Control Bromatológico	26.713.198,32	0,00	26.642.643,81	26.642.643,81	26.090.825,92
1110108000 - 91 Deuda Flotante	54.203.651,00	0,00	54.203.649,67	54.203.649,67	54.203.649,67
1110115000 - 21 Inspección General y Protección Ciudadana	121.407.027,65	0,00	111.966.891,68	111.966.891,68	107.994.291,34
1110115000 - 22 Difusión de la Cultura, Turismo y Patrimonio	61.929.506,32	0,00	61.475.840,87	61.475.840,87	59.544.593,65
1110115000 - 23 Desarrollo Productivo local	5.770.767,03	0,00	5.701.018,13	5.701.018,13	5.567.749,39
1110117000 - 18 Contribución a la Educación	322.994.710,70	0,00	269.581.016,77	179.171.575,19	163.073.980,08
Actividades Centrales	214.946.010,77	0,00	214.888.931,02	214.453.331,02	207.712.837,69
Partidas no asignables a programas	9.840,00	0,00	9.604,44	9.604,44	9.604,44
Total Departamento Ejecutivo	2.833.349.821,26	0,00	2.801.354.340,14	2.670.766.780,87	2.585.164.960,51
H.C.D.					
Actividades Centrales	41.052.193,00	0,00	41.052.182,72	41.052.182,72	39.747.581,53
Total H.C.D.	41.052.193,00	0,00	41.052.182,72	41.052.182,72	39.747.581,53
Total General	2.874.402.014,26	0,00	2.842.406.522,86	2.711.818.963,59	2.624.912.542,04

Imagen 11: Presupuesto por programa - San Andrés de Giles

Carmen de Areco

De acuerdo al [informe](#) publicado por el gobierno local, el Municipio presupuestó en el año 2022 un total de \$24.726.548,23 para la Dirección de Turismo, por todo concepto. Esto corresponde al 1.45% del presupuesto total del gobierno local, que para dicho año fue de \$1.705.214.051,77.

A continuación se detalla el presupuesto por cada área del Municipio para el año 2022:

Evolución de Gastos por Programa	Vigente	Preventivo	Compromiso	Devengado	Pagado
Departamento Ejecutivo					
1110101000 - 16 Dirección de Legales y Técnica	6.456.637,91	0,00	6.894.921,06	6.894.921,06	6.847.831,86
1110103000 - 16 Dirección de Relaciones de Trabajo	6.599.574,31	0,00	7.033.950,28	7.033.950,28	7.018.350,28
1110103000 - 26 Fondo Educativo	41.806.226,65	0,00	37.833.251,69	37.833.251,69	37.573.062,69
1110103000 - 27 Programa Especial de Emergencia Educativa PEE	18.597.840,64	0,00	88.538.412,84	17.857.688,08	17.857.688,08
1110103000 - 28 Centro Universitario Carneño	15.000.000,00	0,00	15.000.000,00	12.000.000,00	12.000.000,00
1110110000 - 16 Oficina de Empleo	12.883.025,53	0,00	5.448.778,12	5.448.778,12	5.088.778,12
1110110000 - 17 Dirección de Bromatología y Zoonosis	15.988.491,07	0,00	16.324.858,58	16.324.858,58	16.283.114,04
1110110000 - 18 Dirección de Producción Ciencia y Tecnología	15.794.673,92	0,00	10.837.727,38	10.837.727,38	10.818.527,38
1110110000 - 26 Dirección de Cultura	39.551.182,22	0,00	36.808.384,73	36.788.364,73	33.917.857,82
1110110000 - 26 Dirección de Turismo	24.726.548,23	0,00	21.221.951,22	20.927.261,22	20.888.482,29
1110112000 - 27 Dirección de Seguridad y Protección Ciudadana	60.184.427,42	0,00	60.388.202,45	60.388.202,45	59.678.137,44
1110113000 - 16 Dirección de Higiene Urbana y Medio Ambiente	184.771.236,78	0,00	161.544.214,28	158.502.414,28	156.936.135,22
1110113000 - 17 Obras y Servicios Públicos	206.187.848,53	0,00	184.702.078,42	184.702.078,42	183.532.873,02
1110113000 - 51 Obras de Viviendas	149.140.046,65	0,00	148.256.030,73	148.256.030,73	148.256.030,73
1110113000 - 52 Obras de Infraestructura Urbana	377.878.811,15	0,00	498.464.738,18	278.302.821,00	276.302.821,00
1110114000 - 17 Dirección de Salud	75.484.175,12	0,00	69.122.180,02	69.119.780,02	67.073.798,20
1110114000 - 18 Coordinación de Abordaje Territorial	2.010.925,13	0,00	2.028.875,57	2.028.875,57	2.028.875,57
1110114000 - 19 Dirección de Inclusión Social	55.307.267,65	0,00	52.834.781,30	52.834.781,30	51.743.986,67
1110114000 - 20 Dirección de Educación y Deportes	60.858.986,88	0,00	79.680.188,21	79.680.188,21	78.949.454,42
1110114000 - 21 Oficina de Adultos Mayores	2.469.172,86	0,00	2.751.949,67	2.751.949,67	2.185.949,67
1110114000 - 26 Dirección de Juventud	5.922.939,78	0,00	5.951.896,64	5.951.896,64	5.899.626,64
1110114000 - 28 Dirección de Niñez y Adolescencia	17.461.429,85	0,00	16.707.678,74	16.343.678,74	16.225.357,63
1110114000 - 29 Dirección de Mujeres y Diversidades	11.312.930,81	0,00	11.450.863,93	11.450.863,93	11.436.263,93
Actividades Centrales	253.595.147,63	0,00	233.407.354,72	233.243.872,72	228.296.648,16
Partidas no asignables a programas	7.943.860,67	0,00	7.943.860,67	7.943.860,67	7.943.860,67
Total Departamento Ejecutivo	1.687.362.814,99	0,00	1.763.187.910,43	1.483.487.536,49	1.466.888.411,83
H.C.D.					
Actividades Centrales	18.851.437,68	0,00	18.303.897,37	18.303.897,37	18.283.897,37
Total H.C.D.	18.851.437,68	0,00	18.303.897,37	18.303.897,37	18.283.897,37
Total General	1.706.214.051,77	0,00	1.802.491.807,80	1.502.791.433,86	1.485.172.309,00

Recursos humanos municipales

San Antonio de Areco

A partir de los datos obtenidos en el portal de transparencia de la Municipalidad de San Antonio de Areco, podemos identificar que la Secretaría de Turismo y Cultura, de la cual depende la Dirección de Turismo del municipio, contaba al finalizar el ejercicio 2022 con un total de 122 trabajadores, con un total de masa salarial anual de \$55.682.573,30

Cargo	Cantidad de		Costo Anual En Pesos
	Cargos	Hs. Cátedra	
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 11	1		617.145,76
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 12	1		635.114,09
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 13	1		654.117,00
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 3	12		5.338.742,19
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 4	7		3.512.951,98
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 5	2		1.033.855,70
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 6	1		533.420,36
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 7	2		1.096.965,45
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 8	1		564.823,10
PERS ADMINISTRATIVO - CATEGORIA 9	1		581.924,20
Personal Docente - Director 3º	1		949.698,22
Personal Docente - Profesor	61		22.213.474,28
PERSONAL OBRERO - CATEGORIA 13	1		654.117,00
PERSONAL OBRERO - CATEGORIA 3	1		487.320,44
PERSONAL OBRERO - CATEGORIA 5	3		1.550.783,55
PERSONAL OBRERO - CATEGORIA 6	2		1.066.840,74
PERSONAL SEGURIDAD - CATEGORIA 4	1		501.850,28
PERSONAL SEGURIDAD - CATEGORIA 5	1		516.927,85
PERSONAL SEGURIDAD - CATEGORIA 7	1		274.241,36
PERSONAL SUPERIOR - DIRECTOR	4		7.354.202,45
PERSONAL SUPERIOR - SECRETARIO	1		2.205.798,21
PERSONAL TÉCNICO - CATEGORIA 11	1		617.145,75
PERSONAL TÉCNICO - CATEGORIA 12	1		635.114,09
PERSONAL TÉCNICO - CATEGORIA 5	1		516.927,86
PERSONAL TÉCNICO - CATEGORIA 8	1		564.823,10
SERV Y MAEST - CATEGORIA 3	1		487.320,44
SERV Y MAEST - CATEGORIA 5	1		516.927,85
Total	112		55.682.573,30

Imagen 13: Recursos humanos municipales - San Antonio de Areco (1)

A modo complementario, el documento indica que la totalidad de empleados del Estado Municipal es de 1389 personas, con un monto presupuestario en sueldos de \$892.618.261,73.

Subtotal con Cargos	1.389	892.618.261,73
Subtotal sin Cargos		0,00
Total General	1.389	892.618.261,73

Imagen 14: Recursos humanos municipales - San Antonio de Areco (2)

De esta manera, se evidencia que la Secretaría de Turismo y Cultura tiene un 8.78% de la planta de trabajadores del Estado Municipal.

San Andrés de Giles

Esta información no está disponible en el Municipio de referencia.

Carmen de Areco

En el caso de Carmen de Areco, si bien cuenta con un portal de [Transparencia](#) donde menciona la posibilidad de conocer la nómina del personal municipal, el link no permite descargar la información ya que no está disponible.

Inversiones y financiamiento

Autovía Ruta Provincial 41 (RP41)

Uno de los proyectos más importante a nivel de inversión pública en el área del Pago de Areco, es la intervención sobre la Ruta Provincial 41 para transformarla en autovía entre las ciudades de Baradero y Castelli.

Esta ruta conecta dos de las ciudades que forman parte del Plan, San Antonio de Areco y San Andrés de Giles, lo cual supone una obra estratégica para la seguridad vial de la zona, como así también para la logística productiva y los flujos turísticos crecientes. A su vez, contempla la construcción de un puente sobre el Río Areco, lo cual supone una acción para mitigar el impacto de las crecidas del río.

El proyecto está financiado por el Ministerio de Obras Públicas de la Nación y Vialidad Provincial de Buenos Aires.



Imagen 15: Obras en Autovía RP41

Programa 50 destinos

El programa, desarrollado por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, financia proyectos de infraestructura e instalaciones turísticas a nivel federal, en una continuación. Los proyectos son elevados desde los municipios a las 23 jurisdicciones provinciales y la CABA, que solicitan financiamiento al Estado Nacional para llevar a cabo las obras.

En este sentido, en la ciudad de Carmen de Areco, se llevó adelante la obra de cartelería y señalética turística, que incluyó el diseño, confección y colocación de 34 carteles y señales: 11 informativos, 16 interpretativos, 3 indicativos y 4 mapas, resultado de una inversión de alrededor de \$2 millones, tal como lo señala la siguiente [gacetilla de prensa](#).

El detalle de la obra y el mapa con las implementaciones a nivel federal se pueden visualizar en el siguiente [link](#).

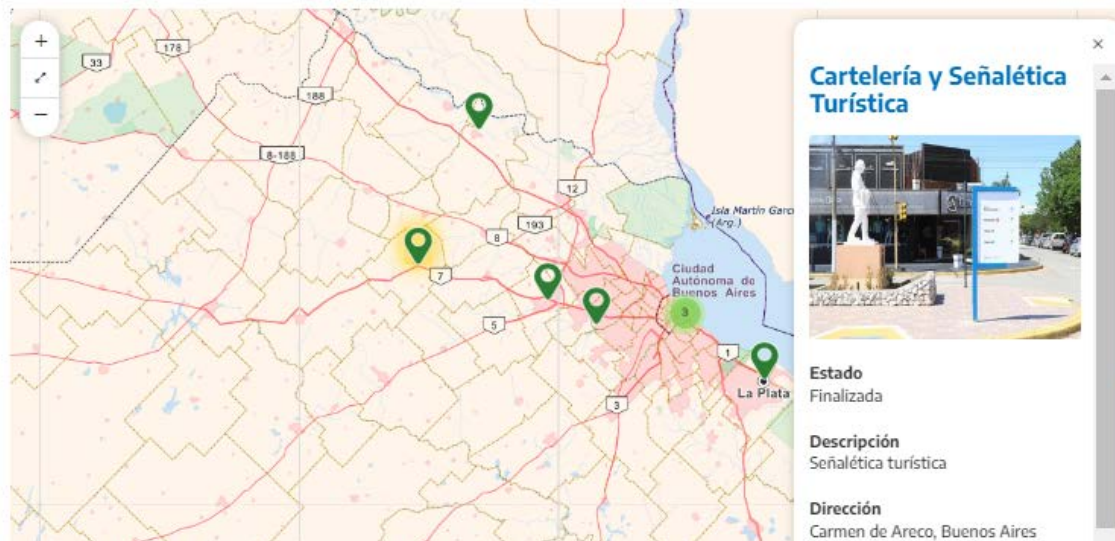


Imagen 16: Programa 50 destinos - Carmen de Areco

Marco legal e institucional

Competencias de los gobiernos municipales que conforman el Pago de Areco

Lo expuesto en este apartado toma como fuente significativa al Informe Diagnóstico del Plan Estratégico de Turismo “San Antonio de Areco 2019 - 2029”.

La provincia de Buenos Aires actualmente se divide jurisdiccionalmente en el nivel municipal en 135 distritos bajo la denominación de Partidos, dentro de los cuales se encuentran los partidos de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Gilles. El Régimen Municipal en la provincia es establecido por la Constitución provincial, la que indica que la administración municipal es la encargada de la administración de los intereses y servicios locales de cada uno de los partidos que componen la provincia.

Asimismo, si bien la Constitución provincial es el marco para la administración municipal de los partidos, la norma fundamental que regula su organización es el decreto ley 6769/58 llamado “Ley Orgánica de las Municipalidades” (en adelante LOM) con las modificaciones introducidas por numerosos Decretos- Leyes¹². La LOM establece que el gobierno municipal está conformado por el Departamento Ejecutivo y el Departamento Deliberativo, y que tanto el Intendente como los Concejales son elegidos en forma directa por el voto popular y duran cuatro años en sus cargos, pudiendo ser reelectos. El Concejo Deliberante además se renueva por mitades cada dos años. También la LOM fija las funciones del HCD y del Ejecutivo al que le corresponde la administración general y la ejecución de las ordenanzas sancionadas por el Concejo Deliberante.

La división orgánica de los municipios en un Departamento Ejecutivo y un Concejo Deliberante resulta relevante a los efectos de la formulación de un Plan Estratégico de Turismo, dado que este último órgano es el responsable de establecer obligaciones de carácter regulatorio en ordenanzas municipales, sirviendo como marco para diferentes procesos y trámites ligados a la actividad turística en una jurisdicción.

¹² Los Decretos-leyes son: 7.443/68, 8.613/76, 8.752/77, 8.851/77, 9.094/78, 9.117/78, 9.289/79, 9.443/79, 9.448/79, 9.926/83, 9.950/83 y 10.100/83 y las Leyes: 5.887, 5.988, 6.266, 6.896, 10.140, 10.164, 10.251, 10.260, 10.377, 10.706, 10.716, 10.766, 10.857, 10.936, 11.024, 11.092, 11.134, 11.239, 11.240, 11.300, 11.582, 11.664, 11.690, 11.741, 11.757, 11.838, 11.866, 12.076, 12.120, 12.288, 12.396, 12.929, 13.101, 13.154, 13.217, 13.580, 13.924, 14.062, 14.139, 14.180, 14.199, 14.248, 14.293, 14.344, 14.393, 14.480, 14.491, 14.515 y 14.449.

Los municipios de la Provincia de Buenos Aires no tienen autonomía, por lo cual, no se auto constituyen, ni normativa ni históricamente. Es el gobierno provincial el que les da origen, aun cuando la Constitución Nacional proclama su autonomía. De esta manera, los gobiernos locales bonaerenses no gozan plenamente de ninguna de las formas de autonomía, y sólo acceden plenamente a la autonomía política, es decir, a la elección directa de las autoridades locales.

Bennardis (2004) agrega que, en la Provincia de Buenos Aires, la autonomía municipal es restringida, dado que reconoce, únicamente, dos de las cuatro facetas: la política y, parcialmente, la autonomía administrativo funcional, ya que el marco normativo establece ambigüedades, interferencias y controles que coartan las potestades de organización interna.

Organismos municipales de turismo

El municipio de San Antonio de Areco cuenta con una Secretaría de Turismo y Cultura, la cual está a cargo de la Dirección de Turismo, teniendo por objetivos “el desarrollo turístico del municipio a través del diseño e implementación de políticas públicas para fortalecer el desarrollo de la actividad, coordinando su accionar con el sector privado; la promoción del destino: sus atractivos, eventos y actividades de interés turístico y el servicio de asistencia, orientación e información al visitante”¹³

En cuanto al municipio de Carmen de Areco, la Dirección de Turismo y Comercio es la encargada de las políticas turísticas locales, la cual depende de la Secretaría de Gobierno municipal. Quien lleva adelante el cargo de directora del área en la actualidad es Yenifer Mella.

Finalmente, en el municipio de San Andrés de Giles la Coordinación de Turismo, a cargo de Alfonso Ponchione, es la encargada de las políticas turísticas locales. Este organismo depende de la Dirección de Cultura, Turismo y Patrimonio, la cual se encuentra en la órbita de la Secretaría de Gobierno municipal.

Normativas aplicables a la actividad turística

El marco legal en el cual se encuadra el proyecto en análisis está formado por las normativas nacionales, provinciales y municipales atinentes a la actividad.

Normativas nacionales

En el orden nacional la actividad está regida por la Ley Nacional de Turismo 25.997 y su decreto reglamentario N° 1297/2006.

¹³ Ver Municipio de San Antonio de Areco (2022). Presupuesto Municipal 2023. Descripción del Programa. p. 50.

Dicha norma tiene por objeto (art. 1°) “el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad”.

Dicho objeto de la norma puede resumirse del siguiente modo:

- Declarar al turismo de interés nacional.
- Considerar al turismo receptivo como una actividad de exportación no tradicional y prioritaria.
- Establecer mecanismos de participación y concertación del sector público y privado en la actividad turística, siendo ambos sectores aliados estratégicos.

Entre los principios que emanan de la norma (art. 2°), observamos a los siguientes:

- Facilitación
- Desarrollo Social, Económico y Cultural
- Desarrollo Sustentable
- Calidad
- Competitividad
- Accesibilidad: como posibilidad de todas las personas y sectores de la sociedad a gozar de unas vacaciones.

La ley crea y, en algún caso recepta, varios órganos e instituciones orientados a concretar sus objetivos.

- El Comité Interministerial de Facilitación Turística integrado por representantes de las áreas ministeriales y entidades públicas, como ejemplo de la necesaria intersectorialidad de la actividad turística, que requiere para su efectiva promoción y desarrollo el tratamiento integral, obviando los "compartimientos estancos" en el ejercicio de las competencias.
- El Consejo Federal de Turismo, respecto del cual regula su composición y le atribuye competencias propias. Tal decisión reafirma la concurrencia de competencias entre la Nación y las Provincias y asigna un genuino alcance federal a la ley.
- El Instituto Nacional de Promoción Turística, es un ente público integrado por el sector privado y público y orientado a la promoción del turismo receptivo

internacional (importante actividad de exportación) y fortaleciendo la imagen turística de Argentina en el exterior.

- Finalmente, como órgano burocrático de aplicación se crea la Secretaría de Turismo, hoy Ministerio de Turismo y Deportes, asignándole deberes y facultades.

Entre los deberes, resulta de gran trascendencia el establecido en el inc. a) del art. 7º en tanto las políticas nacionales de la actividad turística deben surgir en el marco del Plan Federal Estratégico que, como tal, requiere la participación de los sujetos públicos y privados de la actividad y en tal sentido garantizar la sustentabilidad de las decisiones que se adopten.

Las competencias y funciones de cada uno de estos organismos son las siguientes:

- Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación: es la autoridad de aplicación de la ley y entre sus deberes y facultades se cuentan:
 - Elaborar un plan federal estratégico;
 - Proponer reglamentaciones a la actividad turística, consultando al CFT y la CAT;
 - Elaborar el plan de inversiones;
 - Propiciar la investigación y capacitación técnica y profesional;
 - Administrar el Fondo Nacional de Turismo;
 - Fomentar la inclusión en los programas de estudio en todos los niveles de la enseñanza pública y privada de contenidos de formación turística;
 - Fijar tarifas y precios en lo referente al turismo social en las unidades turísticas;
- Por su parte el Consejo Federal del Turismo, cuyos integrantes son las máximas autoridades de turismo de todas las provincias y de la Ciudad de Buenos Aires, o quien ellos designen, tiene como finalidad examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal (artículo 2º Estatuto CFT, y artículo 10º de la Ley Nacional de Turismo 25.997); sirve de ámbito para que las autoridades de turismo provinciales intercambien criterios para llevar adelante acciones y desarrollar sus políticas.

La ley le asigna también el rol de ente consultivo de los proyectos normativos que reglamentan a la actividad turística (artículo 7º de la Ley Nacional 25.997), y de los proyectos presentados por las provincias para integrar el Plan Nacional de Inversiones Turísticas (artículo 36º de la ley nacional 25.997).

- Comité Interministerial de Facilitación Turística: Su objetivo es coordinar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de las distintas entidades públicas de nivel nacional con competencias relacionadas y/o afines al turismo en beneficio del desarrollo sustentable del país y su competitividad (artículo 3° de la Ley Nacional 25.997). Está integrado por un representante de cada uno de los ministerios nacionales y/o de las Secretarías de Presidencia de la Nación con competencias relacionadas y/o afines al turismo y funciona en el ámbito del Ministerio de Turismo de la Nación o el organismo que en el futuro la reemplace. En el seno de este Comité podrán constituirse grupos de trabajo "ad-hoc" para desarrollar informes o estudios de carácter específico.
- Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR): Se constituye como un ente público no estatal, público por que es creado por la propia ley, y no estatal por que no forma parte de la estructura organizativa de la Administración Pública, es decir, no depende de ningún organismo público y se rige por un régimen financiero distinto al de los organismos públicos; es independiente en sus decisiones y en su operatoria. Su función principal es promocionar a la Argentina en el exterior que es uno de los pilares básicos y objetivos centrales de la propia ley cuando en su artículo 1° considera al turismo receptivo como una actividad prioritaria dentro de las políticas turísticas del país y como una actividad de exportación no tradicional.

El objetivo principal es desarrollar y ejecutar planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional, así como de los productos directamente relacionados con él y de la imagen turística del país en el exterior.

También con motivo de la pandemia y para dinamizar el sector, duramente afectado por las normas de aislamiento, se dictó la Ley 27.563 de Sostenimiento y Reactivación Productiva de la Actividad Turística Nacional, donde merece destacarse el art. 14° en cuanto instruye al BCRA a disponer líneas de créditos para Municipios y Comunas de zonas cuya actividad principal sea el turismo, que cuenten con garantía de coparticipación federal de impuestos, de fondos propios afectados a fideicomisos que garanticen el pago o garantizados por las propias provincias. Estos créditos deberán ser aplicados a la inversión en obras y servicios públicos destinados a la recuperación y puesta en valor de la localidad solicitante. La tasa de interés no podrá superar en más de dos (2) puntos a la tasa ofrecida para inversiones en plazo fijo tradicional en pesos por el Banco de la Nación Argentina, con un plazo de gracia de ocho (8) meses desde su otorgamiento.

Otras normativas de alcance nacional aplicables a la actividad turística se enlistan a continuación:

- Ley 18828 – Ley Nacional de Hotelería
- Ley 18829 – Ley Nacional de Agentes de Viajes
- Ley 19918 – Adopción del Convenio de Bruselas sobre contrato de Viaje
- Ley 21382 – Ley Nacional de Inversiones Extranjeras
- Ley 24240 – Ley de Defensa del Consumidor

- Ley 24787 - Modificatoria de la Ley de Defensa del Consumidor
- Ley 24999 – Modificatoria de la Ley de Defensa del Consumidor
- Ley 25599 – Ley de Turismo Estudiantil
- Ley 25643 – Ley de Turismo Accesible
- Ley 25651 – Incorporación de Información a Vouchers
- Ley 26104 – Publicidad con Fines Turísticos
- Ley 26208 – Modificatoria de la Ley de Turismo Estudiantil
- Ley 26356 – Ley de Tiempo Compartido
- Ley 26361 – Modificatoria de la Ley de Defensa del Consumidor
- Decreto 1818/72 - Decreto Reglamentario de la Ley Nacional de Hotelería
- Decreto 2182/72 – Decreto Reglamentario de la Ley de Agentes de Viajes
- Decreto 1853/93 – Decreto Reglamentario de la Ley Nacional de Inversiones Extranjeras
- Decreto 1297/06 – Decreto Reglamentario de la Ley Nacional de Turismo
- Asignación Complementaria Programa REPRO II - Resolución Conjunta 1/2021
- Programa La Ruta Natural - Resolución 3/2021
- Programa de Auxilio para Prestadores Turísticos APTur IV - Resolución 59/2021
- Programa de Auxilio para Prestadores Turísticos APTur III - Resolución 364/2020
- Programa de Auxilio para Prestadores Turísticos APTur - Resolución 262/2020
- Reglamento del Régimen de Incentivos a la Preventa de Servicios Turísticos Nacionales - Resolución 456/2020
- Creación del Consejo Interministerial para la Reapertura Progresiva y responsable del Turismo - Resolución 412/2020
- Reglamento del "Programa de Desarrollo de Corredores Turísticos" del Préstamo BID 2606/OC-AR - Resolución 294/2020
- Resoluciones y normativa actualizada del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación: [Normativa | Argentina.gob.ar](https://www.argentina.gob.ar/normativa)
- Decreto Presidencial del 10 de noviembre de 1999 - Declaración de San Antonio de Areco como "Poblado Histórico de Interés Nacional".

Normativas provinciales

En el ámbito de la Provincia de Buenos Aires rige la Ley 14.209 que también declara al turismo de interés provincial estableciendo como principios los siguientes:

- Derecho sociocultural
- Sustentabilidad
- Protección del Patrimonio Natural y Cultural
- Calidad y Competitividad
- Transversalidad: se instruye la coordinación de competencias entre organismos en cuestiones inherentes al desarrollo turístico, propiciando la generación de mecanismos que impulsen la activa participación de los sectores involucrados.
- Accesibilidad
- Profesionalización del sector
- Protección al turista
- Fomento de la actividad turística: determinando su incorporación a regímenes de estímulos iguales a los establecidos por otras actividades económicas a desarrollar en la Provincia. Resulta pertinente a nuestro análisis destacar que entre las facultades de la autoridad de aplicación (según el decreto reglamentario 13/14, la Secretaría de Turismo o el organismo que en el futuro la reemplace -hoy Subsecretaría de Turismo-) se encuentran, entre otras:
 - Formular las políticas provinciales de la actividad turística con el fin de planificar, programar, promover, capacitar, preservar, proteger, generar inversión y fomentar el desarrollo en el marco de un plan de turismo provincial.
 - Facilitar el desarrollo de productos turísticos en coordinación con los municipios, pudiendo acordar regiones, zonas, corredores y circuitos.
 - Coordinar con otras áreas gubernamentales provinciales y municipales, planes, programas y proyectos de desarrollo turístico, promoviendo la participación del sector privado.
 - Articular la participación de los municipios en la supervisión y fiscalización de los servicios turísticos de cada jurisdicción.
 - Incentivar y fomentar la localización de servicios de turismo receptivo.
 - Fortalecer ventajas competitivas.
 - Promover una conciencia turística en las comunidades locales.
 - Incentivar y orientar la inversión en proyectos de interés turístico.

- Diseñar y proponer sistemas de créditos, subvenciones de tasas y/o exenciones fiscales que contribuyan al desarrollo del turismo.

Crea asimismo el Consejo Provincial de Turismo como entidad de carácter asesor, consultivo, de concertación y apoyo a la gestión de la Autoridad de Aplicación.

Entre sus funciones y, vinculadas al presente proyecto, merecen destacarse:

- Impulsar propuestas y acciones que beneficien la inversión pública y privada en turismo.
- Promover, colaborar y participar en ferias, conferencias, exposiciones y otros eventos de la actividad.
- Se crea también el Fondo Provincial de Inversión para el Turismo.

Asimismo, y en orden a las obligaciones de los prestadores, se implementa un Registro de Prestadores Turísticos en el cual deben registrarse las personas físicas o jurídicas que en forma habitual, permanente, eventual o transitoria proporcionen, intermedien o comercialicen servicios o desarrollen actividades turísticas, pudiendo delegar algunas de sus facultades en los municipios (art.16°).

Merece asimismo citarse el art. 17° en cuanto dispone que la Subsecretaría de Turismo de la provincia “realizará e implementará un plan conforme a los principios y objetivos de la ley, en el que se plasmarán las estrategias y acciones de largo, mediano y corto plazo, y acentuará el rol de los municipios como ejes de la planificación turística en un esquema descentralizado”.

De suma importancia resulta el art. 18° en cuanto establece que la Subsecretaría de Turismo de la provincia “diagramará y articulará acciones conjuntas con organismos nacionales, provinciales y los municipios para la conformación de zonas o regiones turísticas, que permitan la plena vigencia de los contenidos de esta Ley”.

También se establece la prioridad en la atención de rutas y caminos de acceso a las Zonas Turísticas, a los fines de promover y fomentar el turismo, lo cual obviamente redundará en beneficio de toda la zona.

Contiene también normas que establecen las obligaciones de prestadores y turistas (arts. 24° y 25°), derechos de los prestadores (art. 26°) y protección al turista (art. 27° y 28°).

Deben ser tenidas en cuenta las medidas de fomento (arts. 34° y 35°) que permite a la Subsecretaría de Turismo de la provincia gestionar ante el BAPRO una línea de crédito cuyo objeto sea la inversión de capital en recursos turísticos y/o equipamiento de Micro y pequeñas empresas del sector, permitiendo a los municipios interesados firmar un convenio con el BAPRO, pudiendo hacerse cargo de hasta el 50% de la tasa de interés del crédito.

Otras normativas de alcance provincial aplicables a la actividad turística se enlistan a continuación:

- Ley 12.484 - Registro Provincial de Guías de Turismo. Reglamentando el ejercicio de la actividad.
- Ley 14.799 - Marco Regulatorio del Ejercicio Profesional de los Profesionales en la provincia de Buenos Aires.
- Ley 13.122 - Adhesión a la Ley Nacional 25.599 de Requisitos para las Agencias de Viajes Turísticos para Contingentes Estudiantiles.
- Ley 14.095 - Adhesión a la Ley Nacional 25.643 de Turismo Accesible para personas con movilidad y/o comunicación reducida.
- Ley 15.191 - De medidas para el sostenimiento y reactivación productiva de la actividad turística, en el marco de las Leyes de emergencia 15.165, 15.174 y 15.178 (pandemia).
- Ley 10.907 - Regulación de las Reservas y Parques Naturales. Crea el Fondo Provincial de Parques, Reservas y Monumentos Naturales.
- Ley 10.419 - Creación de la Comisión Provincial de Patrimonio Cultural.
- Ley 13.056 - Creación del Instituto Cultural de la provincia.
- Ley 12.739 - Modificatoria de la Ley 10.419 de Comisión Provincial de Patrimonio Cultural.
- Ley 14.940 - Adhesión a la Ley Nacional N° 27.046 de obligación de exhibir la leyenda "La explotación sexual de niños, niñas y adolescentes y la trata de personas en la Argentina es un delito severamente penado. Denúncialo" en lugares visibles de terminales de transporte, medios de transporte público, pasos fronterizos, oficinas públicas de turismo y lugares oficiales de promoción.
- Ley 14.832 - Modificatoria de la Ley 14.803 (Ley de Ministerios) y el Decreto-Ley 7.385 (Comisión de Investigaciones Científicas, CIC). Creación de los Ministerios de Producción; Ciencia, Tecnología e Innovación; Gestión Cultural. Al Ministerio de Producción le asigna las siguientes funciones, entre otras: "(...) 11. Conducir la actividad turística como generadora de desarrollo local y regional, fomentando el cuidado de los recursos y atractivos a través de una explotación equilibrada desde el punto de vista ambiental y social; 12. Promover la regionalización del turismo a través de la creación de consorcios que propendan a la participación y el estímulo de la inversión privada; 13. Administrar las unidades fiscales provinciales relacionadas con la actividad turística y los recursos provenientes de la Cuenta Ley Provincial de Turismo N° 5254; 14. Mantener actualizado el Registro de Prestadores de servicios turísticos de la jurisdicción y actuar en representación de la Provincia ante el Consejo Federal de Turismo o cualquier otra modalidad de interacción en la materia".
- Ley 13.531 - Disposiciones, Registro Provincial y Habilitación de Campamentos Turísticos o Camping en la provincia.

- Ley 14.798 - Regulación de la Formación y Ejercicio de la Profesión de Guardavidas (ambiente acuático, playas, lagos, arroyos, natatorios, piletas, muelles, primero auxilios de emergencia, habilitación, requisitos, obligaciones, temporada, timonel, libreta).
- Ley 10.559 y modificatorias - Fija el monto que recibirán las Municipalidades en concepto de coparticipación.
- Ley 14.888 - Normas de Protección de los Bosques Nativos de la provincia. Aprueba el ordenamiento territorial según Ley Nacional N° 26.331. Crea Programa, Comisión, Fondo, Registros de Infractores y Profesionales.
- Decreto 13/14 - Reglamentación Ley 14.209
- Resolución 23/14 - Creación Registro de Prestadores Turísticos y dentro de él, el Registro de Hotelería y Afines y la incorporación del Registro de Guías de Turismo de la provincia, así como la aprobación del reglamento de Clasificación y Categorización de los Alojamientos Turísticos de la provincia de Buenos Aires.
- Decreto-Ley 8.912 - Normas de Ordenamiento Territorial y Uso del Suelo. Urbanización.
- Ley 12.257 - Código de Aguas - Régimen de Protección, Conservación y Manejo del Recurso Hídrico de la provincia de Buenos Aires.
- Ley 15.394 - Ley de Presupuesto General para el Ejercicio 2023.
- Ley 15.391 - Ley Impositiva para el Ejercicio Fiscal 2023.
- Ley 13.756 - Declara como Conjunto Patrimonial Histórico de la provincia al Monasterio Retiro de San Pablo, la Iglesia de San Patricio, el Cementerio de la Congregación Pasionista y el Colegio de San Pablo en el Partido de Carmen de Areco.
- Ley 12470 - Declara Monumento Histórico y Bien de Pertenencia al Patrimonio Cultural de la provincia de Buenos Aires en los términos de la Ley 10.419 al Puente Viejo en el Río San Antonio de Areco.
- Ley 4.756 - Instituyese como "Día de la Tradición" en el territorio de la provincia el 10 de noviembre de cada año, aniversario del nacimiento de José Hernández.
- Ley 10.220 - Declárase sede provincial permanente de la Tradición a la localidad de San Antonio de Areco.
- Ley 15.162 - Declara Personalidad Destacada Post Mortem a Luis María Roberto, oriundo de San Antonio de Areco.
- Ley 15.161 - Declara Personalidad Destacada Post Mortem a Emilio José Barletti, oriundo de San Antonio de Areco.
- Ley 14.426 - Declárase personalidad destacada del deporte de la provincia "post mortem" a Don Santiago Luján Saigós (1929-1965) por su destacada labor como

piloto deportivo en la categoría mayor de la "Asociación Corredores Turismo Carretera" (ACTC) y su ejemplar hombría de bien que trascendió su ciudad natal San Antonio de Areco.

- Ley 15.377 - Declárase a la localidad de San Andrés de Giles "Capital Provincial del Chancho"
- Ley 11.691 - establece que la Ruta Provincial 41 lleve el nombre de "Presidente Héctor J. Cámpora" dentro de los límites del partido de San Andrés de Giles.
- Ley 10.965 - Declárase Monumento Histórico Provincial el Casco de la Estancia "La Merced", próxima a la localidad de Azcuénaga, Partido de San Andrés de Giles

Normativas municipales

Las fuentes de información utilizadas para este apartado fueron el Digesto Normativo Digital de San Antonio de Areco y el de San Andrés de Giles, así como la solicitud de información que se realizó a los tres municipios que conforman el Pago de Areco.

San Andrés de Giles

- Ordenanza N° 49/1988 - Declara como Lugar Histórico en Azcuénaga La posta de Figueroa.
- Ordenanza N° 119/88: declara a la Estación Azcuénaga del Ferrocarril General Bartolomé Mitre como Lugar Histórico, dado que es la primer estación ferroviaria construida en el partido de San Andrés de Giles y porque el solar donde se levanta el actual edificio fue epicentro de acciones militares durante la revolución de 1880 por parte de las tropas a cargo del coronel Eduardo Racero que respondían al gobierno nacional Nicolás Avellaneda. Además, declara a la Estación de Giles del Ferrocarril Urquiza Lugar Significativo.
- Ordenanza N° 199/1988 - Declara como Lugar Histórico en Azcuénaga la Estación y la Capilla.
- Ordenanza N° 20/1993 - Declara como Lugar Significativo en Azcuénaga la Casa Terrén.
- Ordenanzas N° 652/2001 y N° 745/2002, convalidadas por Decretos Provinciales N° 1410/2001 y N° 2836/2002 - Código de Ordenamiento Urbano y Territorial.
- Ordenanza N° 688/2001: Declara como Lugar Significativo en Azcuénaga el edificio de la Cooperativa, Ord.
- Ordenanza N° 1103/06 - Código de Ordenamiento Urbano y Territorial del Partido de San Andrés de Giles.
- Ordenanza N° 1223/2007 - Declara como Lugar Significativo en Azcuénaga la ex fonda Sforzini y Club Apolo.

- Ordenanza N° 1372/09 - Creación de la “Comisión municipal de patrimonio urbanístico, arte y cultural” que dependerá de la Secretaría de Cultura, Educación, Ecología y Medio Ambiente.
- Ordenanza N° 1413/09 - Designación de plaza "El Hornero" en Cucullu. El horno de ladrillos hace referencia a la cultura e identidad de la localidad de Cucullu. En la década de 1940 se instalaron los primeros hornos de ladrillos y en el año 2004 se empezó a ofrecer el horno de ladrillos como atractivo turístico cultural y comenzaron a llegar turistas a la localidad gracias a la gentileza de vecinos que abrieron sus puertas para que la gente los visitara. En 2006 se realizó por primera vez la “Fiesta del Hornero”. Se realizó la escultura denominada “El Ladrillero”.
- Ordenanza N° 1414/09 - Designar Hacienda de Figueroa el camino entre Azcuénaga y Solís (ruta provincial 193, ubicado entre la localidad de Azcuénaga y la de Solís, específicamente hasta la ruta nacional N° 8). Señalización y material educativo. Identificar con su nombre el camino de acceso a la Hacienda de Figueroa utilizado habitualmente desde San Andrés de Giles, es una forma de promover el conocimiento del lugar, su vínculo con la ciudad, y un punto de partida para difundir en los distintos ámbitos, particularmente el escolar, los hechos históricos que se relacionan con ella.
- Ordenanza N° 1485/10 - Hacer de nuestra comunidad una “ciudad saludable”. Se dispone la concentración de los residuos sólidos urbanos y demás elementos que la población desecha, sin excepción, en el predio de la Planta Modelo de Tratamiento de Residuos Sólidos Urbanos de la Municipalidad de San Andrés de Giles.
- Ordenanza N° 1518/10 - Se declara “Zona de diversión y esparcimiento” al área territorial comprendida entre las líneas paralelas imaginarias ubicadas a cien (100) metros a ambos lados de la Ruta Nacional N° 7 entre los kilómetros noventa y cinco (95) y ciento cinco (105) de la misma. Se declara de Interés Turístico Municipal a los establecimientos urbanos o rurales del Partido de San Andrés de Giles que contribuyan a difundir las costumbres y tradiciones locales, servicios gastronómicos y de hotelería y que se inscriban en el Registro que a tal efecto habilitará el Departamento Ejecutivo Municipal.
- Ordenanza N° 1635/12 - Declaración del arbolado público como patrimonio natural.
- Ordenanza N° 1710/13 - Presupuesto participativo.
- Ordenanza N° 1787/14 - Declara Lugar Significativo a la Escuela Nacional (Escuela Normal Superior “Fray Mamerto Esquiú”).
- Ordenanza N° 1751/14 - "Compre local". Se crea el Régimen Especial y de Promoción, el cual supone una obligación de prioridad para la contratación de proveedores locales, con relación a la provisión de insumos, la ejecución de obras, y/o la prestación de servicios vinculados a requerimientos presupuestarios del Estado Municipal.
- Ordenanza N° 1843/15 - Regulación de ferias. Crea el Registro Municipal de Feriantes,

- Ordenanza N° 1851/15 - Declara varios Lugares Significativos en Azcuénaga: Panadería "La Moderna", edificio de la antigua Sastrería "La Porteña", edificio del Restaurante "La Casona".
- Ordenanza N° 1856/15 - Uso de bolsas de polietileno. Programa de reemplazo de las bolsas de polietileno/bolsa plástica tipo camiseta, por las de papel o cartón reciclado, tela o similar,
- Ordenanza N° 1950/16 - Régimen de padrinazgo de espacios verdes.
- Ordenanza N° 2053/17 - Declarar Patrimonio Cultural y Artístico a la Estatua de San Andrés Apóstol entronizada en el templo parroquial.
- Ordenanza N° 2110/18 - Creación de Registro de Guías de Turismo.
- Ordenanza N° 2129/18 - Recuperación y preservación de Estaciones de Ferrocarril. En el partido existen diez edificios de estaciones de ferrocarril de las cuales sólo dos fueron declaradas Lugar Histórico y Lugar Significativo respectivamente. Sin embargo, todos los edificios de estaciones del ferrocarril presentan valor arquitectónico, histórico y cultural, cada uno tiene determinadas particularidades que las convierten en únicas y que recuerdan un tiempo donde todos los pueblos del partido estaban comunicados y llenos de vida. Se inicia en el seno de la Comisión Municipal de Patrimonio urbanístico, artístico y cultural el proceso de declaración de Lugar significativo o Lugar histórico según corresponda a los edificios de las estaciones de ferrocarril. La norma promueve la recuperación, puesta en valor y conservación de las mismas.
- Ordenanza N° 2136/18 - Plazas inclusivas e integradoras. Todas las plazas y parques de San Andrés de Giles deberán adecuarse, contando como mínimo con dos juegos especialmente diseñados a tal fin.
- Ordenanza N° 2142/18 - Preservación del patrimonio cultural (preventiva). Se suspenden, con carácter preventivo y por el término de 180 días, las tramitaciones y aprobaciones de toda actuación administrativa, referente a demoliciones y modificaciones, de construcciones que datan de más de setenta años de antigüedad.
- Ordenanza N° 2167/18 - Creación del Programa Fortalecimiento a las instituciones deportivas.
- Ordenanza N° 2168/18 - Creación del programa de fortalecimiento a las instituciones culturales.
- Ordenanza N° 2172/18 - Creación del Registro Municipal de Prestadores de Turismo Alternativo y Activo.
- Ordenanza 2173/18: Responsabilidad social empresarial. Objeto: la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones empresariales que tengan como finalidad contribuir al bien común. Se crea en el ámbito de la Comisión de Presupuesto del HCD, la comisión Municipal

de Responsabilidad Social Empresaria, a la que se le asignan entre sus funciones: instituir un premio anual de "Responsabilidad Social" .

- Ordenanza N° 2182/19 - Preservación del Patrimonio Cultural.
- Ordenanza N° 2190/19 - Convenio puesta en valor palacio municipal.
- Ordenanza N° 2185/19 - Convenio de asistencia técnica con la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Objeto: la prestación de cursos de capacitación, trabajos de investigación, asistencia técnica, asesoramiento técnico por parte de la facultad, en aquellos temas relacionados con las incumbencias de las carreras dictadas en ésta.
- Ordenanza N°2187/19 - Convenio Marco con la Universidad Nacional de San Antonio de Areco (UNSADA). Objeto: realización de estudios, investigaciones y/o acciones que den respuestas a necesidades de la producción y el trabajo de este Municipio, como así también en lo económico, social y cultural.
- Ordenanza N°2233/19 - Modificación al Código Urbano y Territorial.
- Ordenanza N°2224/19 - Normativa para carros gastronómicos.
- Ordenanza N° 309/20: Modificar el Código de Ordenamiento Urbano y Territorial. Prohibidos en el ámbito del Partido de San Andrés de Giles, los emprendimientos residenciales bajo la figura de Barrios Cerrados, excepto aquellos que obtuvieron permisos provinciales previo a la puesta en vigencia de esta ordenanza (El Chamental, Chacras de San Andrés)
- Ordenanza N° 2308/20: Creación del registro de bosques, montes y arboledas. Declaración a los arbolados, montes y bosques contenidos en el registro como "Patrimonio Ecológico Municipal", medidas de conservación.
- Ordenanza N° 2303/20: Regulación de la producción de cerveza artesanal. Crea el "Programa de Promoción de Producción de Cerveza Artesanal". La cerveza elaborada bajo esta reglamentación deberá exhibir sin excepción la etiqueta "Hecho en San Andrés de Giles".
- Ordenanza N° 2300/20 - Programa de recolección de Aceites Vegetal Usados.
- Ordenanza N° 2296/20 - Creación del Programa CompostAR.
- Ordenanza N° 1556/11 - Tratamiento Integral de RSU
- Ordenanza 1799/14 - Promueve la separación en origen, realizando la recolección de residuos secos en la ciudad de San Andrés de Giles y en las localidades rurales.
- Ordenanza N° 2283/20 - Fomentar políticas para la producción agropecuaria urbana y rural agroecológica. Certificación participativa y sello de origen.
- Ordenanza N° 2275/20 - Creación del programa góndola local. Fomentar el consumo de productos locales "Hecho en San Andrés de Giles".

- Ordenanza N° 2252/20 - Autorizar intervenciones artísticas en Boulevard de Av. Scully e identificarlo como Paseo de la Memoria.
- Ordenanza N° 12/21: Eximir de tasas a la Posta de Figueroa.
- Ordenanza N° 92/21 - Incorporación de las Reservas Urbanas Naturales y los Parques Urbanos Naturales previstos en el COUT a los registros específicos del Patrimonio Cultural del Partido de San Andrés de Giles en los términos previstos en la Ordenanza N°2182/19. Delimitación, señalización, protección de flora y fauna, previsión de equipo de trabajo multidisciplinario para gestión de plan de manejo.
- Ordenanza Fiscal Impositiva N° 2469/22.

Carmen de Areco

- Ordenanza de Delimitación de Áreas 134/80
- Ordenanzas modificatorias de la Ordenanza 134/80 de Delimitación de Áreas: Ordenanzas 2410/09 y 2482/10
- Ordenanza Fiscal N° 3112/2022
- Ordenanza Impositiva N° 3176/2023

San Antonio de Areco

- Ordenanza 1043/78 - Referida a la Zona de Preservación Patrimonial.
- Ordenanza N° 867/1988 - Construcción de "La Matera" en el Parque Criollo, destinado a la realización de "eventos oficiales", así como a los no oficiales autorizados por el Municipio.
- Ordenanza N° 1283/1992 - Creación Museo de la Ciudad, donde también funciona el Archivo Histórico Municipal. Se crea a los fines de reunir, clasificar y exponer elementos documentales de la evolución edilicia de la ciudad y elementos representativos de su pasado histórico como objetos, documentos, fotografías, etc., así como asesorar en cuanto a la conservación y restauración de los edificios significativos.
- Ordenanza N° 1546/1994 - Declaración de Interés Turístico Municipal al complejo hotelero Cina Cina.
- Ordenanza N° 1830/96 - Crea la Comisión Permanente de la Tradición de San Antonio de Areco.
- Ordenanza N° 1838/1996 - Reglamentación uso del Parque - pautas generales sobre lo que los arequeros sienten que deben preservar como auténtica Tradición: Desfiles de Paisanos y Tropillas (vestimenta, caballo, orden del desfile); destrezas (pialada, jineteada, carrera de la sortija, carreras cuadreras, pollas, arréglese como pueda, etc.); danzas, músicas y canciones.

- Ordenanza N° 2.027/98 - implementación del denominado "Programa Permanente de Actividades Típicas, Demostración de Usos y Costumbres, Tareas de Campo y Destrezas Criollas" en el ámbito del Museo Gauchesco y Parque Criollo " Ricardo Güiraldes".
- Ordenanza N° 2146/1999 - Declaración como Lugar significativo a la Iglesia del Nazareno.
- Ordenanza N° 2290/2000 - Colocación carteles indicadores en cementerio dada la gran concurrencia de turistas al lugar por dos motivos fundamentales, la riqueza arquitectónica de la parte más antigua del cementerio y visitar las tumbas donde descansan los restos mortales de personas que han surgido de este pago y trascendido por su obra, nacional e internacionalmente, ejemplo: Ricardo Güiraldes y Segundo Sombra, entre otros.
- Ordenanza N° 2489/2002 - Modificación Ordenanza 2.027/98 - Programa Permanente de actividades típicas.
- Ordenanza N° 2501/2002 - Preservación y protección del Patrimonio cultural
- Ordenanza N° 2597/2002 - Declaración de Interés Cultural al Museo de Bellas Artes Osvaldo Gasparini.
- Ordenanza N° 2676/2003 - Creación Comité de Cuenca Río Areco (conformada por los distritos de: San Antonio de Areco, C. de Areco, San A. de Giles, Exaltación de la Cruz, Zárate y Chacabuco).
- Ordenanza N° 2795/2004 - Declaración Tiro Federal como "Lugar Significativo".
- Ordenanza N° 3063/2006 - Pintura de frentes - consulta obligatoria. Toda propuesta de pintura de fachadas dentro del área de la Zona de Preservación Patrimonial deberá contar con la aprobación de la Comisión para la Zona de Preservación Patrimonial y Oficina de Planeamiento Municipal.
- Ordenanza N° 3095/2006 - Interés Patrimonial inmueble Moreno y Mitre, propiedad del Sr. Américo Antonio Fernández.
- Ordenanza N° 3557/2010 - Declara al caballo de Interés Económico, Cultural y Tradicional
- Ordenanza N° 3.763/12 y Ordenanza N° 4141/16 - Prohibición de bolsas plásticas.
- Ordenanza N° 3860/2014 - Programa Nacional de Inversión Turística para el proyecto "Señalética del caso urbano de la Ciudad de San Antonio de Areco".
- Ordenanza N° 3896/2014 - Peatonal Pasaje de la Riestra los días domingos y fines de semana largos debido a la afluencia turística y residente en el Parque San Martín.
- Ordenanza N° 4041/15 - Se declara a la Marcha a Juan Hipólito Vieytes como Himno de San Antonio de Areco, compuesta con el fin de destacar la figura del prócer arequero difundiendo a las generaciones venideras el mérito que Vieytes merece.

- Ordenanza N° 4042/15 - Área de Expansión Gastronómica.
- Ordenanza N° 4043/15 - Programa de Saneamiento del Basural a Cielo Abierto e Implementación del Sistema de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos.
- Ordenanza N° 4049/15- Declaración de Interés Legislativo y Cultural a la labor artística y cultural del Sr. Miguel Ángel Gasparini, como Museólogo, Docente de Arte, Pintor y Muralista, como asimismo al Atelier y Museo de Arte "La Recova", de su propiedad.
- Ordenanza N° 4060/15 - Adhesión a la Ley Provincial de Turismo.
- Ordenanza N° 4.086/16 - Regulación de Carros Gastronómicos.
- Ordenanza 4.088/16 - Se crea el "Registro de Prestadores de Turismo Alternativo y/o Activo" y el permiso para el desarrollo de la actividad, como marco regulatorio a la actividad de "Turismo Alternativo y/o Activo" en el Partido de San Antonio de Areco.
- Ordenanza N° 4102/16 - Creación Ente de Turismo de San Antonio de Areco (ETSADA) de conformación mixta público-privada.
- Ordenanza N° 4118/16 - Regulación de Circos y Parques de Diversiones.
- Ordenanza N° 4143/16 - Constitución Sello de Calidad San Antonio de Areco: "Hecho en Areco para el país y el mundo". Distinción otorgada a un producto local en razón de cumplir los estándares exigidos a cada sector productivo, sea primario, industrial, comercial o de servicios y también al diseño gráfico o logo que da significado visual a esa distinción.
- Ordenanza N° 4147/16 - Programa Incubadora Agroindustrial Municipal. Entre sus objetivos: impulsar la industrialización de la ruralidad, agregando valor a la producción primaria y apoyar y promover el sector agroindustrial, turístico y cultural, así como productivo en otras áreas en general y/o particular, conforme los planes y programas que se vayan desarrollando.
- Ordenanza N° 4149/16 - Creación de Parque Botánico y de Concientización Ambiental Carlos Merti y del Centro de Rescate y Rehabilitación de Fauna Autóctona que funciona en el mismo. Prohibición de Jardines Zoológicos. Ordenanza N° 4226/17 - Prohibición de aplicación de agroquímicos bajo modalidad aérea.
- Ordenanza N° 4237-17 - Régimen producción local alimentos. En los fundamentos expresa que la localidad es Capital Nacional de la Tradición y un destino turístico por excelencia y que la existencia de productos alimenticios regionales y tradicionales es un atractivo más para sus vecinos y visitantes.
- Ordenanza N° 4285/17- Creación Reserva Natural Urbana de San Antonio de Areco situada dentro del perímetro de la Isla "Carlos A. Fernández y Juan C. Testoni" en el sector denominado Ribera Urbana del Río Areco, siendo sus límites los propios físicos determinados entre el Río Areco y el canal, con la finalidad de brindar un aporte nuevo al ambiente ribereño, promoviendo el anidamiento de aves palustres y

acuáticas, conformando un sitio de fácil avistaje -desde ambas márgenes del río- y que sirva para la toma de conciencia y el cuidado del medio ambiente.

- Ordenanza N° 4.318/18 - Adherir a Red de Parlamentos Locales en ODS.
- Ordenanza N° 4.358/18 - Creación Manual para Promotores Turísticos
- Ordenanza N° 4392/19 - Creación Unidad de Gestión de Espacios Verdes.
- Ordenanza N° 4456/20 - Declárase de Interés Legislativo, Patrimonial y Cultural la Puesta en Valor y Restauración de la Parroquia San Antonio de Padua – Monumento Histórico Nacional.
- Ordenanza N° 4478/20 - Programa Municipal de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos
- Ordenanza N° 4490/20 - Sello de Calidad Turística Sanitaria.

Estructura territorial y sostenibilidad

Usos del suelo y usos turísticos del suelo. Planes de ordenamiento territorial

Se tomó como fuente del análisis realizado respecto al ordenamiento territorial en la provincia de Buenos Aires y, específicamente, en el municipio de San Antonio de Areco el artículo “La consideración del Turismo en el Ordenamiento Territorial del Municipio de San Antonio de Areco” (Beltrami y Carrasco, 2021).

La provincia de Buenos Aires constituye una de las pocas provincias del país que cuenta con legislación en materia de ordenamiento territorial tanto mediante el Decreto Ley 8912/77 de “Ordenamiento Territorial y Uso del Suelo” como de la norma fundamental que regula la organización de los municipios, el Decreto Ley 6769/58 “Ley Orgánica de las Municipalidades” (LOM), con las modificaciones introducidas por numerosos Decretos-Leyes.

El Decreto Ley 8912/77 indica que el proceso de planeamiento debe considerar las siguientes etapas sucesivas: 1. Delimitación preliminar de áreas. 2. Zonificación según usos. 3. Planes de ordenamiento municipal. 4. Planes particularizados. Son muy pocos los municipios que han logrado cumplir las cuatro etapas del proceso de planeamiento, debido quizás a que históricamente han tenido debilidades institucionales que limitaron sus procesos de planificación. Asimismo, vale mencionar que este Decreto menciona entre los objetivos del ordenamiento territorial a “la preservación de las áreas y sitios de interés natural, paisajístico, histórico o turístico, a los fines del uso racional y educativo de los mismos”. Esta resulta la única referencia al turismo en la normativa provincial, siendo usado el adjetivo “turístico” como caracterización de algún área o sitio, lo cual dificulta integrar la dinámica de dicha actividad en los procesos de ordenamiento, particularmente en localidades que se constituyen destinos turísticos consolidados.

Por otro lado, de acuerdo con la competencia establecida por la LOM a los Concejos Deliberantes, los municipios bonaerenses tienen la facultad de regular y organizar el espacio de su jurisdicción, determinando los diferentes tipos de zonas e imponiendo restricciones y límites en los usos del suelo. Sin embargo, debe considerarse que en la jerarquización del proceso de planeamiento, la primacía la continúa sustentando la autoridad provincial, la cual se encarga del proceso de convalidación técnica de la Ordenanza de ordenamiento territorial promulgada por los municipios, que en caso de lograr dicha convalidación técnica, esta se materializa en un Decreto emanado del Poder Ejecutivo provincial. Sin contar con el mismo, la planificación territorial municipal queda sin posibilidad de implementación real.

Los procesos de ordenamiento territorial contemplan las actividades económicas que se desarrollan en una jurisdicción, incluyendo a la actividad turística en aquellos municipios en donde se la considera relevante. El turismo se despliega en el marco de la complejidad del territorio, interactuando con los distintos actores y en estrecha interrelación con las distintas dimensiones sociales, económicas y ambientales (Rossi et. al, 2018, en Beltrami y Carrasco, 2021). Al territorio se lo entiende como un espacio “donde se manifiestan y dirimen los conflictos económicos, sociales, políticos y culturales, donde se lucha por las conquistas de los respectivos intereses y donde se disputa el poder político y económico” (Manzanal 2007: 25, en Beltrami y Carrasco, 2021).

Las Ordenanzas municipales de ordenamiento territorial convalidadas técnicamente por la provincia, entonces, establecen el marco jurídico del ordenamiento territorial y, en relación a la actividad turística, son las que determinan y priorizan las áreas de uso turístico y de esta manera orientan las inversiones para el desarrollo turístico.

Sin embargo, vale mencionar que la planificación territorial es una herramienta aún incipiente en los municipios bonaerenses. Más aún, la incorporación de la actividad turística en el ordenamiento territorial.

San Antonio de Areco es uno de los pocos municipios de la provincia de Buenos Aires que cuenta con un Código de Ordenamiento Territorial (COT), aprobado por Ordenanza N° 3647/11 y su modificatoria Ordenanza N° 3754/12 y convalidado técnicamente mediante Decreto provincial N° 12/2014. El COT establece su revisión cada tres años, habiéndose actualizado en 2016 por medio de la Ordenanza N° 4078. Como ejes principales fueron considerados: a) el fortalecimiento del perfil productivo de San Antonio de Areco; b) el acceso al suelo y la vivienda; c) el reconocimiento y dinamización del eje Av. Quetgles – Nuevo circuito de bulevares; d) la gestión de la zona de preservación patrimonial y la búsqueda de una solución a las inundaciones.

Se observa que el uso turístico del suelo es un criterio considerado en la zonificación del Municipio de San Antonio de Areco, ya que se estableció una “Zona de Servicios Turísticos”, la cual es definida asociada a los “sectores especializados donde se propicia la localización de actividades vinculadas al turismo y aquellas complementarias, así como a la recreación y el esparcimiento”. Sin embargo, su utilización es muy restringida pues únicamente aplica a un conjunto de manzanas ubicadas sobre el Bv. Zerboni que bordea la costanera del río Areco, lo cual indica que la planificación pública considera únicamente a una demanda interesada por la costanera de la localidad de San Antonio de Areco, sin considerar otras zonas de demanda turística tales como el Casco Histórico de la misma, siendo el sitio en el que se concentran numerosos establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos -alojamientos, restaurantes, museos, locales de artesanías-, y donde, además, el uso intensivo por parte de no residentes genera una serie de impactos en la infraestructura y el espacio público. Es decir, no se asume al patrimonio ni al área de protección histórica como pasible de aprovechamiento turístico. Incluso, cuando los procesos institucionales de promoción turística la exponen como un producto de turismo cultural. Tampoco el COT considera los espacios rurales (los campos o emprendimientos rurales privados de uso turístico rural quedaron excluidos) de dicha

localidad como de las localidades de Villa Lía, Duggan y Vagues, cuya zonificación consiste únicamente en área residencial, área complementaria, área residencial extraurbana y, el resto del territorio, área rural, sin contemplar el uso turístico del suelo.

En otra de las zonificaciones, se encuentra la “Zona de Esparcimiento”, ubicada en las cercanías de la costanera que bordea al río Areco y al Parque Criollo. La figura utilizada resulta apropiada, pero su aplicación en el territorio también se observa con limitaciones.

Por otro lado, en los Distritos de Equipamiento se encuentra la “Zona Banda de Circulación”, la cual resulta destacable para la planificación turística, al incorporar al COT las áreas por donde circulan las personas y las mercaderías. Asimismo, dentro de las Áreas Especiales, se encuentra la “Zona de Preservación Patrimonial” que consiste en “aquellos sectores que incluyen a los inmuebles y sitios considerados de valor arquitectónico, estilístico, histórico, urbanístico o simbólico que forman parte de la memoria colectiva y de la identidad, cuya permanencia está sometida a acciones de preservación y/o protección”.

En el COT no se visualizan las áreas de inversión turística municipal y/o provincial para la conformación de productos turísticos, como es el caso del Camino Real (recurso turístico potencial ubicado dentro del área periurbana de la ciudad cabecera), para el cual se colocó señalética específica a los efectos de impulsar la demanda turística al sitio. Tampoco se han considerado en la planificación modalidades de uso turístico por fuera de las tipologías turísticas dominantes.

En conclusión, si bien el Municipio de San Antonio de Areco ha iniciado la planificación de los usos del suelo de su territorio y en la actualización del COT, ha considerado al turismo como actividad relevante, el COT presenta una marcada orientación a ordenar la planta urbana construida u orientar la morfología y escala de las intervenciones futuras, pero, a los efectos de la planificación turística, carece de un enfoque relacional y dinámico que dé cuenta de los usos reales del suelo por parte de residentes y turistas. Es decir, que permita visualizar las áreas donde la demanda turística provoca un uso intensivo del espacio construido, así como orientar los nuevos desarrollos en función de dicha actividad.

San Andrés de Giles cuenta con un Código de Ordenamiento Urbano y Territorial del partido, aprobado según las ordenanzas N° 2233/19 y N°2309/20 y reglamentado en febrero de 2021¹⁴. Si bien podría considerarse que el sólo hecho de contar con una normativa de estas características colabora en una mejor planificación y gestión de la actividad turística local y de los pueblos rurales del partido, el código no hace mención en ninguna parte a la actividad turística, lo cual podría significar un condicionante en el futuro.

Sólo se menciona en dos apartados a los establecimientos hoteleros. En la primera instancia, en la sección 4 “Normas generales sobre tejido urbano”, “Disposiciones referentes a espacio para carga y descarga y estacionamiento de vehículos”, obliga a los hoteles a contar con un módulo de estacionamiento por cada dos habitaciones.

¹⁴Código de Código de Ordenamiento Urbano y Territorial. (2021). San Andrés de Giles. https://www.sanandresdegiles.gob.ar/sites/default/files/codigo_ordenamiento_2021.pdf

La segunda instancia en la que se menciona a los establecimientos hoteleros es en la sección 6 “Normas generales sobre urbanizaciones”, “Urbanizaciones privadas de perímetro cerrado (Clubes de campo)”, donde se prohíbe a la hotelería como un uso posible dentro de la misma.

Carmen de Areco cuenta con una Ordenanza vigente de Delimitación de Áreas (Ordenanza N° 134/80), la cual ha tenido a lo largo del tiempo modificaciones, entre ellas pueden citarse las Ordenanzas 2410/09 y 2482/10 convalidadas por la provincia de Buenos Aires mediante Decreto 615/11. La Delimitación de Áreas, como fue mencionado al inicio de este apartado, es la primera etapa en el proceso de planeamiento urbano según el Decreto Ley 8912/77 de la provincia, sin que se profundice en asignar usos al suelo (entre ellos el uso turístico). Vale mencionar que actualmente, el Municipio se encuentra formulando su Plan de Ordenamiento Urbano y Territorial¹⁵. Esta tarea, que está siendo financiada y asistida por el Consejo Federal de Inversiones y el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, ya pasó por la etapa de diagnóstico, donde cabe destacar que se identificaron conflictos y potencialidades. Entre ellos, vinculados al turismo puede señalarse los conflictos asociados a la existencia de un basural a cielo abierto y la contaminación del río. Asimismo, entre las potencialidades se encuentran “Turismo pampeano no explotado”, “Ubicación geográfica”, “Borde del río a explotar”, “Área central comercial” y “Espacios verdes y recreativos”.

En este sentido, se infiere un gran interés del municipio respecto a la actividad turística, dado que la mayoría de las potencialidades identificadas tienen estrecha relación con la actividad turística.

Centralidades y dependencias

En la región Pago de Areco pueden identificarse determinadas centralidades y dependencias que condicionan la gestión y el desarrollo del territorio en diversos aspectos y formas. En primer lugar, podríamos destacar que estas centralidades y dependencias podrían analizarse desde múltiples perspectivas. En este caso, se realizará en términos geográficos y administrativos, como así también estará cruzado por el enfoque del desarrollo turístico de la región.

En primer lugar, en términos administrativos, como ya se señaló en el apartado “Competencias de los gobiernos municipales que conforman el Pago de Areco”, los tres partidos están condicionados por la Constitución de la provincia de Buenos Aires y demás normativas que atañen a diversas temáticas, desde la regulación de diferentes actividades profesionales, industriales y productivas, la asignación de recursos por

¹⁵Gobierno de la Provincia de Buenos Aires & Consejo Federal de Inversiones (CFI). (2021). Ordenamiento territorial de 50 municipios de la Provincia de Buenos Aires: Informe final. Coordinador general: Arq. Julio S. Cavigliani. Expertos: Dra. Julieta Frediani, Dra. Daniela Cortizo, Dra. Mariana Birche, Arq. Agustina Parodi. Producción audiovisual: Facundo Pepe. Asistentes: Mariana Abentin, Leonardo Fontana. La Plata. http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2022/07/informe-final_15dic-1-1.pdf

coparticipación, la regulación de áreas protegidas, la protección de la cultura, entre otras; que dependen del gobierno provincial.

Es decir, cada partido y municipio guarda una dependencia significativa con el gobierno central de la provincia de Buenos Aires, lo cual exige a quienes conducen los municipios acudir a las autoridades provinciales para poder llevar adelante gran parte de los proyectos y obras de cierta magnitud en el partido.

Esa dependencia se intensifica cuando la magnitud de las obras requiere de fondos que sólo cuenta el Estado Nacional. La institucionalidad indica que, si bien puede haber un acuerdo directo entre Nación y Municipios, lo cual de por sí es una relación de dependencia, lo más apropiado es articular u obtener la validación del Estado provincial, significando una dependencia en doble nivel.

A su vez, cada pueblo rural que forma parte de los partidos de la región depende política y administrativamente del municipio cabecera, donde el intendente designa a un delegado municipal que lo represente. Existen algunos casos, como lo es Tres Sargentos y Gouin, en el partido de Carmen de Areco, donde el delegado es elegido por voto popular. No obstante, tal como lo señala la Ley Orgánica de Municipalidades, es facultad del ejecutivo del municipio cabecera de partido decidir que el delegado sea elegido democráticamente o que surja producto de su propia designación.

Es claro que la posibilidad de elegir al representante del pueblo ofrece algún grado de autonomía a estos pueblos, aunque la misma es bastante limitada debido a que en el resto de los aspectos que hacen a la administración local, dependen de los recursos y decisiones del gobierno central del partido.

En cuanto a la perspectiva turística resulta trascendental este análisis en la región del Pago de Areco, debido al valor que las partes interesadas entrevistadas asignan a los pueblos rurales, las estancias y demás elementos asociados a la ruralidad como principales atractores de turistas. De esta forma, el eslabón con mayor grado de dependencia es el que se identifica como principal ámbito sobre el cual intervenir y donde se entrecruzan las responsabilidades de los diferentes niveles del Estado. Con ello nos referimos a las vías de acceso, donde se encuentran rutas nacionales, provinciales y caminos vecinales. Pero también los servicios de transporte, salud, policía, saneamiento, electricidad, entre otros.

De todos ellos, prácticamente ninguno depende propiamente de la decisión y/o los recursos de los propios pueblos donde sucede la actividad, lo cual complejiza la acción en un contexto donde no siempre están alineados los intereses.

Estudio de suelos y producción agropecuaria y agroindustrial

Lo expuesto en este apartado toma como fuente significativa al Informe Diagnóstico del Plan Estratégico de Turismo “San Antonio de Areco 2019 - 2029”.

Tipo de suelos

La región alcanzada por el denominado Pago de Areco se asienta en suelos característicos de la llanura pampeana representados por sedimentos eólicos uniformes y de alta cohesión, comúnmente de color castaño claro. Los suelos corresponden al grupo de los argiudoles típicos. Son suelos del orden molisol cuyo material original predominante es el loess. Son suelos fértiles y profundos que poseen nutrientes que fortalecen el crecimiento de las plantas. Surge como resultado de la acción del clima húmedo o subhúmedo sobre materiales loésicos y en posiciones de buen drenaje.

Presenta un horizonte argílico es decir con importante contenido de arcilla. El enriquecimiento en materia orgánica en el horizonte A de 28 cm de espesor y el incremento de arcilla en el Bt son los rasgos distintivos de estos suelos, presentando algunas variaciones que dependen de la localización geográfica de los perfiles (Flores et al.).¹⁶

De acuerdo a las características señaladas, estos suelos tienen altos niveles de productividad. De hecho, se estima que el 70% de la superficie de la región está destinada a la producción agropecuaria, y de esta proporción, más del 70% tiene uso agrícola con una rentabilidad alta de los cultivos. El resto de la superficie corresponde a tierras utilizadas para la actividad ganadera y otras producciones.

Caracterización de la producción agropecuaria

Hasta hace unos 25 años, la región del Pago de Areco se caracterizó por un sistema productivo mixto de rotación agrícola-ganadera, fundamentalmente, con los cultivos de maíz, trigo, soja y girasol. Esto se fue modificando hacia un sistema productivo agrícola predominante sin rotación mixta, con la preeminencia del monocultivo de la soja, y dejando en segundo lugar el trigo y el maíz. Desapareció un cultivo como el girasol por competencia con la soja y por la presencia de plagas como las cotorras.

De acuerdo al Ing. Fernando Mousegne, Jefe de la Agencia de Extensión de San Antonio de Areco del INTA, en términos de superficie, San Antonio de Areco tiene 37 mil ha plantadas de soja, 11 mil ha de trigo, entre 10 y 11 mil ha de maíz; y 15 mil ha de ganadería, y otras producciones como los haras y pasturas naturales.

De acuerdo al INTA (2013)¹⁷, los principales problemas del sector agropecuario en la región en la que se ubica el Pago de Areco, son los siguientes:

a) La existencia de una brecha tecnológica entre empresas y sistemas productivos, debido a diversas causas (discontinuidad e inestabilidad de políticas favorables para la

¹⁶ Flores Pamela, Isasi María Teresa, Martín Irene, Miño Mariela, Ruggiero Carlos, "Diagnóstico ambiental de la ciudad de San Antonio de Areco", Universidad Nacional de General Sarmiento, 2013.

¹⁷ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) Proyecto Regional con Enfoque Territorial (2013). Contribución al desarrollo competitivo, sustentable e inclusivo del territorio norte de la provincia de Buenos Aires (Mimeo).

producción y comercialización interna y externa; ausencia de políticas de largo plazo; insuficiente acceso al crédito; desconocimiento de prácticas, tamaño del establecimiento, ajustes tecnológicos, limitaciones financieras, etc). Así como hay muchos productores de punta que absorben tecnología, también hay sectores que están por debajo del potencial.

b) El avance del monocultivo de la soja. Se ha pasado de la rotación con ganadería a las rotaciones con agricultura, y de allí al monocultivo. Durante el periodo 2002-2011 la soja creció fuertemente en superficie desplazando a otras actividades, debido a la simplicidad del cultivo, el uso de variedades genéticamente modificadas, su adaptación al sistema de Siembra Directa, sus relativamente bajos costos de implantación y protección, y la obtención de rendimientos altos y estables. Incluso el monocultivo de la soja ha intensificado algunos de los problemas de degradación y contaminación de los recursos naturales, fundamentalmente del suelo y el agua, por el mal uso de los recursos naturales. Esa situación, especialmente en predios chicos y medianos, ha provocado una degradación de los suelos, que se manifiesta entre otras cosas en balances negativos de carbono; disminución de disponibilidad de nutrientes y riesgos de erosión especialmente en suelos con pendientes. De esta manera se registra un déficit de nutrientes en el suelo, resultando insuficiente la reposición que normalmente se realiza con la aplicación de fertilizantes químicos, frente a la fuerte y continuada extracción de nutrientes que una intensiva secuencia de cultivos realiza (INTA, 2013).

Actualmente, debido a las consecuencias del monocultivo de la soja, los productores están tendiendo a pasar a las rotaciones agrícolas, incorporando otros cultivos como el maíz y el trigo. Esto se debe a la presencia de malezas resistentes y a una coyuntura en la que el precio de la soja está más equilibrado. Asimismo, el deterioro de los suelos ha provocado que los propietarios que arriendan su campo, participen de las decisiones sobre el manejo de su predio, sobre todo en los relativamente grandes. Existe una preocupación acerca del mantenimiento de las condiciones agronómicas del campo.

c) El incremento de los riesgos de contaminación ambiental. En términos generales, se destaca un manejo inadecuado de los agroquímicos y de los envases vacíos y altas dosis de aplicación. Aun así, se registra una mejora en los últimos años dado por un cambio en la visión en las nuevas generaciones que trabajan en el campo, más propensas a la adhesión de nuevas tecnologías y al cuidado de los empleados.

En 2017, el Concejo Deliberante de **San Antonio de Areco** por medio de la Ordenanza No 4.226 prohibió "la aplicación de productos fitosanitarios y/o fertilizantes, de cualquier clase toxicológica, bajo la modalidad aérea" y sostiene funcionarios de la Municipalidad que se prohibió el uso de glifosato en todo el distrito, lo cual no pudo ser corroborado en las Ordenanzas. Hay un registro municipal de aplicadores de productos fitosanitarios y fertilizantes, en el que los interesados deben manifestar su intención.

d) La concentración de la tierra, disminución de las EAPs y del empleo. La concentración de la tierra ha provocado un mayor impacto en las pequeñas y medianas empresas rurales familiares ocasionando su desplazamiento. Incluso a pesar del dinamismo del sector agropecuario, su capacidad de generar empleo directo es limitada. La disminución del número de empresas agropecuarias, la incorporación de nuevas tecnologías intensivas en capital, la pérdida de diversidad productiva, la falta de

oportunidades de empleo y escasez de servicios, están provocando la migración de los productores y asalariados rurales hacia pueblos o ciudades vecinas y también hacia grandes centros urbanos, generando desocupación y subocupación y un aumento de la población con dificultades socioeconómicas (INTA 2013). En consecuencia, se observa una disminución de la población en la zona rural.

Sin embargo, paralelamente, se registra la presencia de nuevos pobladores, llamados “neururales” que, en busca de un mayor contacto con la naturaleza, sin prescindir de buena parte de los servicios públicos con los que cuentan en las grandes ciudades, se mudan tanto a áreas y pueblos rurales, como así también a las ciudades cabecera de los partidos de la región. Estos nuevos habitantes no se incorporan al mercado laboral, sino que hacen un uso residencial del lugar generando externalidades tanto positivas como negativas.

Situación de la ganadería y de otras actividades pecuarias

Actualmente la ganadería está pasando por un momento de recuperación, no solamente por el manejo de los campos sino por la forma de trabajo. El feed lot, que era muy común, está disminuyendo, y se observa que hay una mayor dedicación al ciclo completo: cría, recría y engorde. Este nuevo manejo se registra principalmente en los productores, que son propietarios de los campos, y que han mantenido la ganadería. Esto se debe a que el productor que hizo abandono de la ganadería es muy difícil que la vuelva a incorporar porque ya no tiene la estructura necesaria: alambrados, aguadas y montes. Sin embargo, el productor que la mantuvo, aunque sea en la zona marginal del campo ahora la está colocando en mejores áreas y está entrando en una rotación con cultivos. Este cambio no sucede en los predios arrendados.

A pesar de la percepción de que la ganadería estaría disminuyendo, cabe destacar que el número de cabezas se ha mantenido estable, incluso estaría creciendo (INTA 2019). La ganadería, además, es la segunda actividad productiva más importante después de la agricultura. También hay producciones intensivas de pollos y cerdos, pero la ganadería es la más importante de las actividades pecuarias. La producción de carne aviar se estructura a partir de la integración vertical de distintos eslabones de la cadena, coordinados por la firma industrial que elabora el alimento, dispone de la genética y cuenta con los insumos y la tecnología necesaria para producir. Por su parte la etapa de engorde es realizada por productores, de tamaño y perfil heterogéneo, que disponen de mano de obra e infraestructura (galpones y equipamiento), y que se vinculan a la firma industrial por contrato (INTA 2013). Por otro lado, hay una producción de cerdos importante pero la misma está concentrada en uno o dos grandes productores, si bien también hay algunos productores familiares.

Por otro lado, la apicultura es una actividad productiva que no ha crecido en los últimos años, más bien se ha reducido en el territorio como consecuencia del avance de la frontera agrícola. El crecimiento de la superficie con cultivos ha derivado en una fuerte reducción de la flora natural, mediante una disminución de la superficie con bosques y pasturas, tanto naturales como implantadas.

Otra actividad productiva que se destaca es la equina, la que genera un importante impacto en la generación de empleo. Hay haras no de grandes dimensiones pero que realizan un trabajo intenso, que se destaca a nivel nacional. No se trata de un fenómeno nuevo, tiene muchos años y se han ido instalando nuevos haras en los últimos años. El origen de los capitales es nacional y extranjero y se observan en toda la región. Por ejemplo, en el Candil se ubica la clínica equina más destacada de sudamérica. También hay centros de mejoramiento en inseminación y reproductivos que funcionan como una actividad agropecuaria importante.

Otras características del sector agropecuario

En la Argentina se han llevado adelante Censos Nacionales Agropecuarios en 1988, 2002 y 2018 en los cuáles se identifica una transformación del sector productivo asociado al campo. Esta transformación ha virado del modelo de propiedad y trabajo de la tierra en pequeñas y medianas parcelas a el modelo conocido como de "Agronegocio" donde los contratos de arrendamiento de extensiones significativas de terreno comienzan a incrementarse y adquirir un peso relevante en la producción.

Explotaciones agropecuarias y superficie por tipo de dominio y régimen de tenencia de la tierra, en los partidos de San Andrés de Giles, San Antonio de Areco y Carmen de Areco, en unidades y hectáreas. Años 1988 y 2018.

Tabla 17: Explotaciones agropecuarias por municipalidad 1988 - 2018

1988						
Ciudad	EAP1	Superficie 2	Propiedad 3	Superfici e	Arrendamiento 3	Superficie
San Andrés de Giles	423	72.017	270	29.869	28	5.550
San Antonio de Areco	293	89.987	217	64.486	76	1.828
Carmen de Areco	245	75.763	168	46.021	13	1.980
2018						
Ciudad	EAP	Superficie	Propiedad	Superfici e	Arrendamiento	Superficie
San Andrés de Giles	136	47.901	221	26.917	266	17.291

San Antonio de Areco	136	77.299	223	39.989	320	28.924
Carmen de Areco	109	71.119	147	43.093	139	23.904

1. Refiere a Explotaciones Agropecuarias Productivas.

2. Expresado en hectáreas.

3. Expresado en unidades de parcelas.

Nota: Una EAP puede abarcar más de una parcela.

Fuente: elaboración propia en base a Censo Nacional Agropecuario 1988 y 2018, INDEC.

Puede apreciarse en las tablas la caída exponencial de Explotaciones Agropecuarias Productivas (EAP), aspecto que no encuentra correlatividad con la superficie total de las mismas. Lo cual demuestra el proceso de concentración de la producción agropecuaria.

Asimismo, surge el formato de tenencia de la tierra por arrendamiento, el cual era prácticamente insignificante en 1988 y en la actualidad representa alrededor del 35% de la superficie producida en los tres partidos de la región. Cabe destacar que también existían otros tipos de tenencia y uso de la tierra, como el de aparcería, el cual era significativamente más elevado que el de arrendamiento en 1988. Sin embargo, al día de hoy es prácticamente inexistente.

Agroindustria, turismo rural y agroturismo

De acuerdo con el INTA (2013) los partidos ubicados en el Pago de Areco tienen grandes potenciales para agregar valor a la producción primaria en origen y potencialidad para fortalecer el entramado industrial ligado a la agroalimentación y la agroindustria para generar más valor agregado y empleo. Asimismo, las localidades cabecera de la región Pago de Areco tienen grandes centros urbanos cercanos y están ubicadas en la Ruta Mercosur.

Existen experiencias en distintos lugares del país de elaboración y venta de productos regionales que se articulan a las estrategias turísticas de un destino, y que permiten la generación de ingresos para grupos familiares y pequeños emprendedores.

En relación al turismo rural, desde la AER Areco del INTA en el marco del Programa PROFEDER (Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable) del INTA se desarrollaron acciones en la Localidad de Villa Lía hace varios años a cargo de la técnica Catalina Bouvier pero no se formaron Grupos de emprendedores de Turismo Rural en el marco de Cambio Rural ni de otros programas¹⁸. Se intentó organizar un

¹⁸ Cambio Rural fue uno de los instrumentos del Programa PROFEDER que desde 2004 comienza a apoyar experiencias de Turismo Rural llegando a contar con 112 experiencias de Turismo Rural distribuidas en 20 provincias.

Grupo de Cambio Rural en conjunto con productores de Santa Lucia (San Pedro), pero no prosperó. Actualmente desde la AER Areco no hay acciones programadas en relación a la promoción del Turismo Rural.

PROFEDER concibe al Turismo Rural como una estrategia para la promoción de procesos de desarrollo territorial con la capacidad de fortalecer el capital social, fomentar la participación social, la articulación y la búsqueda de consenso entre los actores del territorio para la cooperación y el trabajo asociativo, que permite además mejorar la competitividad económica y la creación de valor agregado a nivel local (Guastavino, Trímboli y Rozenblum, 2009)¹⁹. Por su parte, la OMT define al Turismo Rural como: “conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”.

En función de los objetivos del presente trabajo resulta apropiado diferenciar los conceptos de Turismo Rural y Agroturismo, entendiendo al primero como a las actividades turísticas que se desarrollan en el ámbito rural y al segundo, como una actividad que además de desarrollarse en el ámbito rural, permite al turista involucrarse en la forma de vida del productor y su familia, observar y/o participar de prácticas productivas y en el procesamiento de productos agropecuarios con la organización de visitas a actividades productivas de bienes primarios, artesanales y agroindustriales. Es decir, el agroturismo en principio es una forma de Turismo Rural en el que las actividades no solo son realizadas en el medio rural y son un complemento de la actividad productiva del productor, sino que están relacionadas a la explotación agropecuaria, brindando la opción de participar en las labores del campo.

Entendiendo al Agroturismo de la forma señalada, actualmente se registran actividades de Turismo Rural en la región pero no así de Agroturismo. Asimismo se puede señalar que San Antonio de Areco tiene importantes potencialidades para fomentar una mayor diversificación del sector agropecuario en relación al desarrollo emprendimientos recreativos, experiencias de agroturismo, elaboración y venta de productos regionales, tomando en cuenta la cercanía del distrito a grandes centros urbanos y la presencia de emprendedores en las localidades de Areco.

El Censo Nacional Agropecuario realizado por INDEC en 2018, relevó 1 EAP que ofrece agroturismo, dado que la experiencia incluye “participación en tareas de campo”, en San Andrés de Giles y 5 en San Antonio de Areco, de las cuáles una podríamos catalogar a 1 como agroturismo, 2 como turismo rural y 2 como turismo rural con gastronomía. Asimismo, 4 de las 5 EAP de San Antonio de Areco ofrecen alojamiento con una capacidad total de 80 plazas.

¹⁹ Guastavino, m., Rozenblum, c. Trimboli, g. 2009. Enfoque institucional del INTA para apoyar el desarrollo del turismo rural. Trabajo presentado en el IV Congreso Argentino y latinoamericano de antropología rural. Mar del Plata – 25 al 27 de marzo de 2009.

Distribución de asentamientos humanos

Los partidos de la región Pago de Areco cuentan en los tres casos con un municipio, que además es cabecera de partido y una serie de aglomerados poblacionales o pueblos rurales. Estos se constituyeron producto de la expansión y desarrollo de la ganadería, posteriormente la agricultura y apuntalado en buena medida por la construcción de las líneas de ferrocarril, generando justamente aglomerados donde existía población rural dispersa.

A continuación se enuncian los pueblos rurales presentes en la región de los que se estimará su población en función de proyectar un 15% la población relevada en el CENSO 2010. El porcentaje de incremento surge de la variación de la población total de la región Pago de Areco entre CENSO 2010 y 2022.

En el partido de San Antonio de Areco encontramos hacia el Norte al pueblo rural de Villa Lía, con una población estimada en 1360 habitantes; hacia el Oeste al pueblo rural de Duggan, con una población estimada en 659 habitantes; y hacia el Sureste el considerado en términos turísticos como pueblo rural de Vagues, aunque según los CENSOS es considerado como un paraje con población rural dispersa.

En el partido de San Andrés de Giles encontramos prácticamente todos los pueblos rurales hacia el Este. Allí se encuentran los pueblos rurales de Solís, con una población estimada en 1151 habitantes, Azcuénaga, con una población estimada en 359 habitantes, Villa Ruiz, con una población estimada en 549 habitantes, Cucullú, con una población estimada en 654 habitantes y Villa Espil, con una población estimada en 181 habitantes; hacia el Sudoeste Franklin, con una población estimada en 330 habitantes.

En el partido de Carmen de Areco encontramos al pueblo rural de Gouin al Sudeste del partido, con una población estimada en 140 habitantes y el pueblo de Tres Sargentos, con una población estimada en 390 habitantes.

Caracterización sociodemográfica

Según los datos provisionales del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022 (CENSO 2022)²⁰ Los Partidos de San Antonio de Areco y San Andrés De Giles tienen una población de 26.671 y 26.474 habitantes respectivamente, los cuales representan cada uno el 0,06% de la población nacional total. Mientras que el Partido de Carmen De Areco posee una población de 17.386 habitantes que representa el 0,04% de la población nacional total.

El incremento de la población del Pago de Areco entre 2010 y 2022 (12 años) fue en promedio del 15% total (alrededor de 3.085 hab. por municipio en promedio), a razón de 1,3% por año (257 hab. por municipio por año), por encima del incremento de población a nivel provincial (11,78%).

²⁰ Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC). Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://www.indec.gob.ar/>

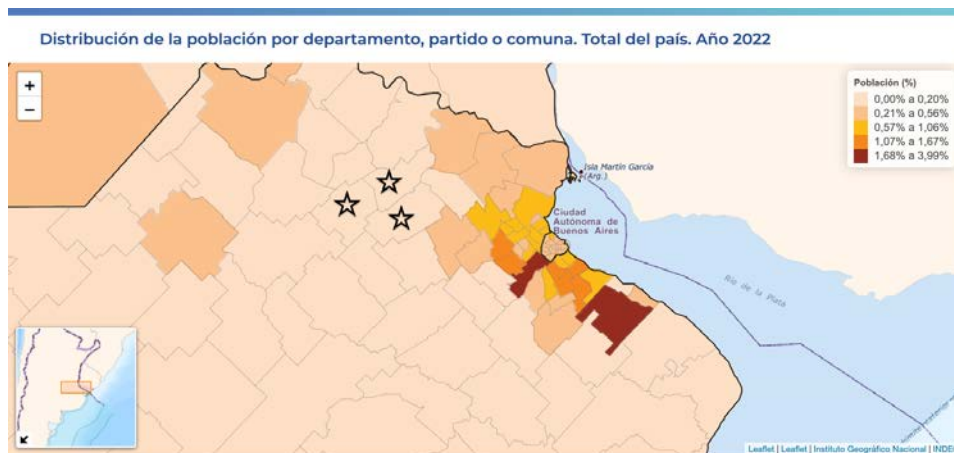


Imagen 17: Distribución territorial por Municipio

Tanto en San Andrés de Giles como en Carmen de Areco hay un porcentaje similar de mujeres, representando alrededor del 50,4%, mientras que en San Antonio de Areco ese porcentaje se eleva a 51,47%.

De acuerdo a la Dirección Provincial de Estadística de la provincia de Buenos Aires²¹, con datos elaborados hasta 2013, la mayor densidad urbana la tiene el municipio más pequeño de los tres en superficie (857,6km), San Antonio de Areco con 27hab/km, luego el más grande de los tres en superficie (1.132km), San Andrés de Giles con 20hab/km y, por último, Carmen de Areco con sus 1.061km de superficie posee alrededor de 14hab/km. Siendo este último municipio el que posee la mayor población urbana (87%) consolidando el alto porcentaje que ya poseía en 1991 (76%), siguiéndole San Antonio de Areco (85%) y por último San Andrés de Giles (70,5%), estos dos últimos municipios evidencian una transformación de población eminentemente rural hacia 1991 (entre el 73% y el 80% de población rural hace 32 años) a una población eminentemente urbana en la actualidad, en consonancia con la tendencia general de la provincia hacia la urbanización de su población.

Aún con estos datos, con un 19% en promedio de población rural hacia 2010 entre los tres municipios del Pago de Areco, se encuentran muy por encima del promedio provincial de 2,8% de población rural.

Conectividad

En términos de conectividad nos referiremos a medios e infraestructuras, como así también a los servicios de transporte que conectan a centros emisores con la Región.

²¹ Dirección Provincial de Estadística del Ministerio de Hacienda y Finanzas. Gobierno de la provincia de Buenos Aires. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/>

Conectividad aérea

- San Andrés de Giles cuenta con un aeródromo de dominio público (designador local: GIL) y donde funciona el Club Argentino de Planeadores Albatros, el cual no cuenta con empresas que ofrecen servicios regulares o privados de transporte, aunque sí ofrece servicios recreativos como vuelos de bautismo. Asimismo, el hospital municipal cuenta con un helipuerto habilitado de dominio público (designador local: HSH).
- San Antonio de Areco cuenta con aeródromo de dominio público (designador local: SNT), donde funciona el Aeroclub San Antonio de Areco y tampoco cuenta con empresas que ofrezcan servicios de transporte. En el distrito también existe un aeródromo privado (designador local: SHP), propiedad del Haras La Pomme.
- Carmen de Areco cuenta con un aeródromo de dominio público (designador local: CNO), donde funciona el Aeroclub Carmen de Areco pero no cuenta con servicios de transporte aéreo, sino que los servicios están orientados a la producción rural. En el partido también se encuentra un helipuerto privado (designador local: HRC), propiedad de Goyaike Sociedad Anónima, dedicada a la producción tambera.

Conectividad fluvial

El río Areco y el arroyo Giles, ambos cursos de agua que vinculan los tres municipios de la región y alguno de sus pueblos rurales, no presentan condiciones para su navegabilidad para el transporte de carga ni de pasajeros. Aunque sí están dadas las condiciones para la navegación en pequeñas embarcaciones con fines recreativos.

Conectividad ferroviaria

Si bien la mayoría de las localidades surgieron y/o fueron impulsadas por el desarrollo del ferrocarril, el estado actual de la infraestructura y servicios es muy limitado.

Actualmente sólo el pueblo rural de Franklin, partido de San Andrés de Giles, recibe regularmente formaciones con pasajeros que realizan el servicio Retiro - Palmira (Mendoza) correspondiente al ferrocarril San Martín. No obstante, los días y horarios de las frecuencias no son funcionales a la actividad turística. En este momento²², los servicios programados que paran en Franklin son viernes 8 y 22 de septiembre, que salen de retiro a las 21:15hs y llegan a la localidad a las 00:01hs del sábado. Mientras que para regresar, están programados dos servicios los días domingo 10 y 24 de septiembre, que salen desde Justo Daract, provincia de San Luis, a las 18:50hs, pasan por Franklin a las 07:07hs del lunes y llegan a Retiro a las 10:05 hs.

Por otro lado, actualmente la empresa estatal Trenes Argentinos Operaciones se encuentra realizando tareas de mejoramiento de infraestructura en el ramal que conecta Capilla del Señor con Vagues, en el partido de San Antonio de Areco. Incluso,

²²Consulta realizada el 29 de agosto de 2023 en portal Satélite Ferroviario ([Tren Retiro-J. Daract-Palmira \(Mendoza\) :: SATÉLITE FERROVIARIO \(sateliteferroviario.com.ar\)](http://TrenRetiro-J._Daract-Palmira_(Mendoza)::SATÉLITE_FERROVIARIO(sateliteferroviario.com.ar)))

el 22 de julio de 2022 se realizó un viaje exploratorio con una formación que llegó hasta la estación de Vagues. Contar con esta extensión de la línea Mitre permitirá también conectar a otro de los pueblos rurales de la región Pago de Areco, que es Solís, en el partido de San Andrés de Giles.

Según la fuente consultada, con fecha 25 de julio de 2022, este servicio debería estar operativo “en los primeros meses de 2023”²³. Sin embargo, al momento de realizar el presente diagnóstico, no hay novedades sobre su puesta en funcionamiento.

Adicionalmente, Trenes Argentinos Operaciones, a través de la resolución del Ministerio de Transporte N°405/2023 fue instruida para poner en marcha el proyecto de extender en 149 kilómetros la operación del ramal G del ferrocarril Belgrano Sur, permitiendo unir la localidad de Villars y Salto. Esta extensión permitiría que el tren vuelva a pasar por las estaciones de La Valerosa, Espora y Tuyutí, ubicadas en el partido de San Andrés de Giles, como también por las estaciones y pueblos de Gouin y Tres Sargentos, ubicados en el partido de Carmen de Areco.

Conectividad Vial

El principal medio de transporte por el cual llegan los turistas a la región es el vehículo particular, por lo cual resulta trascendental relevar las vías de acceso a la localidad.

La Ruta Nacional N°8, que nace en la bifurcación de la Ruta Panamericana o RN N° 9, llega al Municipio de San Antonio de Areco en formato de autopista y lo comunica con la CABA por medio de la RN N° 9. Este trayecto insume 118 kilómetros y un tiempo de viaje estimado en una hora y media, según el día y horario de viaje. Asimismo, Carmen de Areco y San Andrés de Giles se comunican con la capital a través de la RN N° 7 que es autopista, ubicándose a una distancia de 147 y 108 kilómetros, e insumiendo 1:50 hs y 1:25 hs respectivamente.

La cercanía con la RN ° 9 (a la altura del Municipio de Zárate), la RN N°193, la RP 41 y 51 ofrecen al Pago de Areco una comunicación con diferentes partidos y provincias del centro, norte y oeste del país. Particularmente con el Gran Rosario, que se encuentra a 200 kilómetros y 2 horas de viaje, a través de las RP N° 41 o 51 (según desde donde se parta) y la RN N° 9, y con el Complejo Zárate – Brazo Largo, que ya forma parte de la RN N°12, y posteriormente empalma con la RN N° 14 denominada la Ruta del MERCOSUR, lo que permite un intercambio comercial con Brasil, Uruguay y Paraguay. Además, encontramos otras dos Rutas Provinciales que no están pavimentadas: RP N°31 y RP N°38.

Cabe destacar que se prevé que la RP N° 41 se vea jerarquizada en el transporte de carga de la RMBA e intermediaciones, como también para abordar el incremento de tránsito vehicular que se da en la temporada estival, siendo que la ruta acerca a los partidos del Norte de la provincia a la Costa Atlántica, evitándose el paso por la CABA.

Como parte del plan de jerarquización, recientemente fue licitada la construcción de una segunda calzada en el tramo que une a San Antonio de Areco con San Andrés de Giles. Esta situación reafirma la ubicación estratégica del Pago de Areco.

²³Vease [Realizaron un viaje de prueba hasta San Antonio de Areco | enelSubte](#)

En cuanto a la conectividad hacia los pueblos, detallamos a continuación la conectividad en relación a la cabecera de partido:

San Antonio de Areco

- Villa Lía: 18 kilómetros por ruta provincial 41 y camino de acceso a Villa Lía.
- Duggan: 20 kilómetros por ruta nacional 8 y camino de acceso a Duggan.
- Vagues: 5 kilómetros por ruta provincial 41 y camino vecinal.

San Andrés de Giles

- Solís: 22 kilómetros por camino provincial secundario N°094-01 o ruta provincial 41 y ruta nacional 8.
- Azcuénaga: 12 kilómetros por camino provincial secundario N°094-01.
- Villa Ruiz: 19 kilómetros por camino provincial secundario N°094-02.
- Cucullú: 9 kilómetros por camino provincial secundario N°094-02.
- Franklin: 35 kilómetros Camino provincial secundario N°094-03 y luego camino vecinal.
- Villa Espil: 13 kilómetros por ruta nacional 7.

Carmen de Areco

- Gouin: 16 kilómetros por camino de acceso a Gouin.
- Tres Sargentos: 23 kilómetros por ruta nacional 7.

Referido a los servicios de transporte automotor, en la región funcionan las siguientes empresas:

- Chevalier: viaja a San Antonio de Areco todos los días, saliendo desde Retiro a las 06:05 hs, 10:01 hs, 13:00 hs, 14:01 hs, 15.30 hs, 19:00 hs y 22:45hs
- Central Argentino: viaja a San Antonio de Areco todos los días, saliendo desde Retiro a las 19:15hs.
- Condor Estrella: viaja a San Andrés de Giles y Carmen de Areco todos los días, saliendo desde Retiro a las 10:00hs. Además, los días viernes agrega otro servicio a las 19:30hs.

- **Combis:** actualmente las empresas Robertdive, Fabe bus y Tapi Tours ofrecen servicios regulares que conectan Buenos Aires con San Andrés de Giles y Carmen de Areco.
- **Transporte “Ricardito”:** conecta todos los días a San Antonio de Areco con los pueblos rurales de Duggan y Villa Lía.
- **Colectivo “El Vasco”:** conecta a San Antonio de Areco con el pueblo rural de Villa Lía.
- **Servicio local:** empresa sin nombre conecta los días de semana a San Andrés de Giles con los pueblos rurales de Azcuénaga y Solís.
- **Master Bus:** conecta los días de semana a San Andrés de Giles con el pueblo rural de Cucullú.
- **La Isleña Metropol:** conecta todos los días a San Andrés de Giles con Villa Espil.

Gestión de residuos sólidos urbanos

San Andrés de Giles

En el partido de San Andrés de Giles, según el Código de Ordenamiento Urbano y Territorial, aprobado por las ordenanzas N° 2233/19 y N°2309/20, se encuentra prohibida radicación o localización de plantas de tratamiento y/o disposición final de Residuos Especiales²⁴ y Residuos Radiactivos²⁵. Asimismo, se determina que “los establecimientos públicos y privados y personas físicas o jurídicas generadoras de Residuos Patogénicos²⁶” deben contratar Centros de Tratamiento para que se hagan cargo de la recolección periódica y transporte de los mismos.

Por otro lado, también prohíbe la introducción, el transporte, el almacenamiento transitorio y la disposición final de todo tipo de residuos provenientes de otros países y de los residuos domiciliarios no generados en el distrito.

Respecto a la recolección de residuos, desde el año 2011 existe la ordenanza N° 1556 sobre “Tratamiento integral de residuos”, donde se determina la clasificación de todas las corrientes de residuos que se generan en la ciudad y que se gestionan por medio del municipio.

Asimismo, el municipio cuenta con una campaña para el aprovechamiento de los residuos reciclables que se generan en el partido. La misma consiste en recolectar los

²⁴ El código toma como referencia para definir el alcance de los residuos especiales a las definiciones plasmadas en la Ley No 11720/95 y su Decreto Reglamentario No 806/97.

²⁵ El código toma como referencia para definir el alcance de los residuos radiactivos a las definiciones plasmadas en la Ley Nacional No 25018/98;

²⁶ El código toma como referencia para definir el alcance de los residuos patogénicos a las definiciones plasmadas en la Ley No 11347/92 y su Decreto Reglamentario No 450/94 (modificado por su similar No 405/97).

siguientes tipos de residuos: papel, cartón, plástico, latas, vidrios y telas, siguiendo un recorrido por barrio y localidad y según el día de la semana que a cada uno le toca.



Imagen 18: GIRSU - San Andrés de Giles

Fuente: Sitio web del municipio de San Andrés de Giles (Municipalidad de San Andrés de Giles (sanandresdegiles.gov.ar))

San Antonio de Areco

La recolección general y la disposición final de residuos es llevada adelante por personal y con la flota de la Secretaría de Servicios e Higiene Urbana de la Municipalidad de San Antonio de Areco. Se realiza la recolección de los residuos sólidos domiciliarios, así como ramas, pasto y podas y los llamados voluminosos: escombros, montañas de piedras, lavarropas viejos.

La frecuencia de recolección es de lunes a lunes, los siete días de la semana. En la Ciudad Cabecera se dispone de 4 recorridos: dos en el centro (en el sentido de Lavalle y sus paralelas y las calles perpendiculares), otro que abarca a los barrios y otro que abarca la zona de las quintas. En la Localidad de Villa Lía la frecuencia es de cinco días y en la Localidad de Duggan la frecuencia es de tres días y en los días domingo se realiza únicamente la recolección de los residuos de los 170 contenedores.

Cuando se llevan adelante eventos culturales como la Fiesta de la Tradición, o los Carnavales se colocan determinados dispositivos para contener esa situación, tal como la colocación de más contenedores en el lugar del evento y en la zona de influencia. Por otro lado, la Secretaría cuenta con una flota de vehículos livianos con personal destinado al mantenimiento artesanal o manual y si hay un evento, esa cuadrilla se duplica. Por ejemplo, "cuando se hacen los cuatro días de carnavales, al

otro día a las seis de la mañana va una cuadrilla de 4, 5 personas a levantar todo”, sostiene Natalini. Para mantener limpia la Costanera se cuenta con una camioneta con dos personas que de lunes a lunes recorren el lugar desde la mañana y levantan el pañal sucio, la lata de cerveza o la bolsa rota por los perros, en forma manual.

Además, se lleva adelante una iniciativa de separación de residuos en origen, la que se encuentra en sus etapas iniciales. Los puntos elegidos para la separación de residuos son los siguientes: la Costanera, el barrio Municipal, 11 establecimientos educativos, el palacio municipal y el edificio del Concejo Deliberante. Asimismo, la recolección diferenciada se realiza todos los martes y para esta tarea se contrata a una empresa tercerizada. El tipo de residuos es ordenado de acuerdo a un color, aunque en principio para lograr un efecto inmediato se separan los residuos en dos grandes grupos: los secos y los húmedos. Inicialmente una recolección semanal es suficiente de acuerdo al volumen de residuos que se recolectan, pero se prevé aumentar los puntos de separación en origen y en consecuencia la frecuencia de recolección.

Los residuos diferenciados son enviados a una Planta de Separación de Residuos que funciona desde marzo de 2019. Si bien la Planta es chica resulta suficiente para los reducidos volúmenes actuales. Tiene tres empleados y cuenta con una cinta de separación, en la que se vuelcan los residuos. Allí se separan por origen: el plástico, el vidrio, cartón, papel blanco y otros. También disponen de una enfardadora que enfarda 60 kg de PET²⁷ y se acopian en un galpón. Se calcula que se ha logrado una reducción del 10% al 15% de los residuos que ya no se entierran.

La Secretaría de Servicios e Higiene Urbana tiene el objetivo de que cada tipo de residuo se pueda ubicar en un destino específico que permita la emisión de un certificado de disposición final o de recepción para colocarlo en el mercado. Por ejemplo, los plásticos son comprados por la empresa COPEC, de General Pacheco. De esta manera la disposición no solo no provoca un costo ambiental, sino que además genera un ingreso económico extra. Asimismo, se pretende ampliar la colocación de todos los residuos en el mercado como el plástico, cartón y vidrio, y de esta manera inscribir esta tecnología en el Registro de Tecnologías de Residuos Sólidos Urbanos del OPDS. El objetivo consiste en que el OPDS habilite a la Municipalidad a emitir certificados de trazabilidad a aquellos que lleven sus residuos a la Planta y asegurando el destino de los mismos.

En el mismo predio donde se encuentra la Planta de Separación de Residuos funcionó un basural a cielo abierto en el que se realizó la disposición final de residuos durante 30 años. En 2018 la Municipalidad firmó un convenio con el CEAMSE para la realización de transferencia, es decir, los residuos se siguen volcando allí, pero al otro día se llevan al Complejo Norte 3 del CEAMSE²⁸. La disposición final en el basural tiene el mismo costo que llevar los residuos al CEAMSE con la ventaja de no seguir volcando en el basural. En efecto desde esa instancia de acuerdo ya no se vuelca y la Municipalidad se propuso sanear el basural, para lo cual se están realizando los

²⁷ Tereftalato de polietileno, es un tipo de plástico utilizado mayormente en los envases de bebidas, en especial botellas de agua, y en textiles.

²⁸ El CEAMSE firmó acuerdos con San Andrés de Giles, Capitán Sarmiento y San Antonio de Areco.

estudios correspondientes para el cierre técnico y disminuir el impacto ambiental. El basural tiene una superficie de 10 has que limitan con la RP No 41 y el Río Areco. Si bien el domo de residuos es de 5 has, una parte del terreno, unas 3 has están en la planicie de inundación del río.

Por otro lado, la Municipalidad se propone contar con un lugar de disposición de residuos en Areco o regionalizarlo con alguna localidad vecina. En 2008, la Provincia financió la creación de un relleno sanitario en General Sarmiento que tenía la capacidad para recibir los residuos de Areco durante 30 años, pero cuando se ejecutó toda la obra, el HCD de General Sarmiento sancionó una Ordenanza prohibiendo el ingreso de los residuos de Areco.

De acuerdo con fuentes municipales, no hay basurales clandestinos en el distrito. En la Localidad de Villa Lía se formaban lugares de acopio de basura, pero se fueron desactivando. Por último, en los bulevares (de forma eventual) se suelen dejar residuos, pero con una frecuencia de recolección diaria no permanece más de un día, y no se llegan a formar microbasurales.

Carmen de Areco

La gestión de residuos se lleva adelante con la recolección de residuos secos que se realiza de domingo a viernes a partir de las 21:00 hs y en zona rural día por medio. Y con la recolección de residuos secos desde Av. Sarmiento hasta 9 de Julio y Azcuénaga hasta Alberdi los días lunes, miércoles y viernes, desde Espil hasta M. Romero y Alberdi hasta Chacabuco los días martes y jueves. Lunes, miércoles y viernes se recolectan los puntos limpios. Está previsto que en un corto a mediano plazo se implementen los días verdes, que se basará en la recolección en ciertos barrios por día.

Desde el año 2021 existe la ordenanza N° 3107/2021, la cual regula la recolección de residuos sólidos urbanos y reciclables. Además, cuentan con un programa denominado "separemos en origen" que apunta a la concientización de los vecinos en ese aspecto.

Por otro lado, el 19 de abril del 2023, el municipio firmó un convenio con el Ministerio de Ambiente de la provincia de Buenos Aires para la erradicación del basural a cielo abierto que actualmente existe en la localidad.

En el marco de la política ambiental, gracias a la asistencia de la provincia, el municipio inauguró un "Parque Ambiental", el cual consiste en el desarrollo de huertas agroecológicas, composteras comunitarias e invernaderos. Además se encuentra otro parque en proyecto.

Cobertura de servicios públicos

En San Antonio de Areco, los servicios de agua potable y desagües cloacales los brinda la empresa SANEAR SAPEM (Saneamiento de Areco Sociedad Anónima de

Participación Estatal Mayoritaria). La empresa se creó en 2017 y su capital accionario corresponde en un 90% al Municipio y el 10% a los trabajadores. SANEAR SAPEM es la responsable además de ejecutar el Master Plan Sanitario local, y presta el servicio de mantenimiento de la Red Pluvial, en línea con el Master Plan Pluvial de San Antonio de Areco²⁹. La empresa está conformada por una planta operativa y administrativa de 40 empleados que brindan servicios a una población de aproximadamente 30.000 (treinta mil) habitantes.

SANEAR se propone el objetivo de garantizar el Derecho Universal al Agua y el Saneamiento de manera universal y en condiciones de calidad óptimas. En ese sentido, SANEAR dispone de un Master Plan Sanitario que reúne un conjunto de proyectos, obras y servicios diagramados con el objetivo de lograr la cobertura universal de los servicios de agua y saneamiento.

En 2010 el servicio de agua potable alcanzaba el 78 % de los hogares del Partido de San Antonio de Areco de acuerdo al CNPV del INDEC. El servicio se concentraba casi en su totalidad en la Ciudad Cabecera de San Antonio de Areco con el 94% del total de los hogares con agua corriente, y en segundo lugar se destacaba Villa Lía con el 5% del total de los hogares. Por otro lado, con “perforación con bomba a motor” se abastecía el 21% de los hogares arequeros. Este sistema se destaca en particular, en la Zona Rural y en Duggan. En el primer caso, lo utilizan el 88% de los hogares y en el segundo lugar, el 92% de los hogares.

A partir de las obras de SANEAR la red de agua potable ha llegado a cubrir a más del 94% de los hogares del Partido. La cantidad de usuarios se calcula actualmente en casi 9000 hogares, de acuerdo a la cantidad de medidores de agua colocados por SANEAR.

En 1980 se inició la obra de construcción de la red de distribución de agua corriente en la ciudad de Areco. Obras Sanitarias de la Provincia de Buenos Aires (OSBA) realizó el estudio de factibilidad y fue el organismo encargado de ejecutar la obra. Actualmente el sistema de la red de agua cuenta con ocho perforaciones en el distrito que se abastecen del acuífero Puelche. Las mismas abastecen un reservorio central que cuenta con un sistema de control online que permite la sistematización del manejo del cloro, el control de la calidad del agua (realizan 3 mil muestras al año) y de la presión. De acuerdo a la información suministrada por la empresa SANEAR, el sistema se mejoró considerablemente. Anteriormente, no se contaba con un sistema de cloración y la presión del agua no era uniforme en todo el distrito. Asimismo, el agua tenía altos niveles de nitrato, por lo cual se vieron obligados a realizar perforaciones hasta a 130 metros de profundidad.

Por su parte, la distribución de gas natural la lleva adelante la empresa privada Gas Natural Fenosa. Según el CNPV 2010 del INDEC el 60% de los hogares estaba conectado a la red de gas y se destacaba el 33% con el uso del gas en garrafa, y el resto utilizaba gas en tubo o a granel. Actualmente la red de gas alcanza al 72% de los hogares arequeros.

²⁹ Tanto su directorio como su órgano de fiscalización están integrados por representantes de las diversas fuerzas políticas locales, manteniendo un eje de consenso y transparencia en la toma de decisiones. La empresa logró capitalizarse por medio de un convenio con AYSA bajo la gestión de Cristina Kirchner.

El municipio de Carmen de Areco cuenta con un 77% de los hogares con acceso a agua de red y un 49% con acceso a gas de red, según datos del Ministerio de Obras Públicas de la Nación³⁰. No obstante, el mismo ministerio se encuentra realizando obras para ampliar esa cobertura en el propio municipio y hacia los pueblos rurales del partido.

El municipio de San Andrés de Giles cuenta con un 59% de los hogares con acceso a agua de red y un 45% de los hogares con acceso a gas de red, según datos del Ministerio de Obras Públicas de la Nación. No obstante, en el año 2020 se licitaron obras para extender la red de agua potable local.

Aguas residuales

Red cloacal

En relación a la red cloacal, de acuerdo al CNPV 2010 del INDEC, sólo el 30% de los hogares tenía conexión cloacal y el mismo se concentraba casi en su totalidad, un 99%, en la Ciudad Cabecera de San Antonio de Areco. Se destacaba además que en el 70% de los hogares el sistema elegido consistía en el uso de la cámara séptica y pozo ciego o sólo a pozo ciego (en el primer caso es el 30% y en segundo con el 39%). Actualmente la red cloacal se extiende a más del 70% de los hogares de San Antonio de Areco. Se cuenta con una Planta de tratamiento de efluentes cloacales que fue construida en 1980 por Obras Sanitarias de la Provincia de Buenos Aires (OSBA) siendo el ejecutor de las obras fue el Servicio Provincial de Agua Potable y Saneamiento Rural (SPAR) (UNGS). De acuerdo con fuentes de SANEAR, la Planta mejoró la tecnología de las bombas.

En cuanto al municipio de San Andrés de Giles, según el Ministerio de Obras Públicas, el municipio cuenta con una cobertura de cloacas de red pública del 27%. El tratamiento y gestión de las aguas residuales es mediante la Planta purificadora de efluentes municipal.

Referido al municipio de Carmen de Areco, tomando nuevamente datos del Ministerio de Obras Públicas de la Nación, cuenta con una cobertura de cloacas de red pública del 50%. No obstante, podría inferirse que dicho porcentaje se ha visto incrementado debido a que, al menos, en el año 2022 y 2023 se han llevado adelante obras de infraestructura vinculadas a ello.

Asentamientos informales y urbanizaciones cerradas

En referencia a los Asentamientos informales, también conocidos como barrios populares incluidos en el Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana (RENABAP)³¹, San Antonio de Areco no posee ningún registro, mientras que San Andrés de Giles cuenta con 3 barrios registrados, 2 en la localidad de

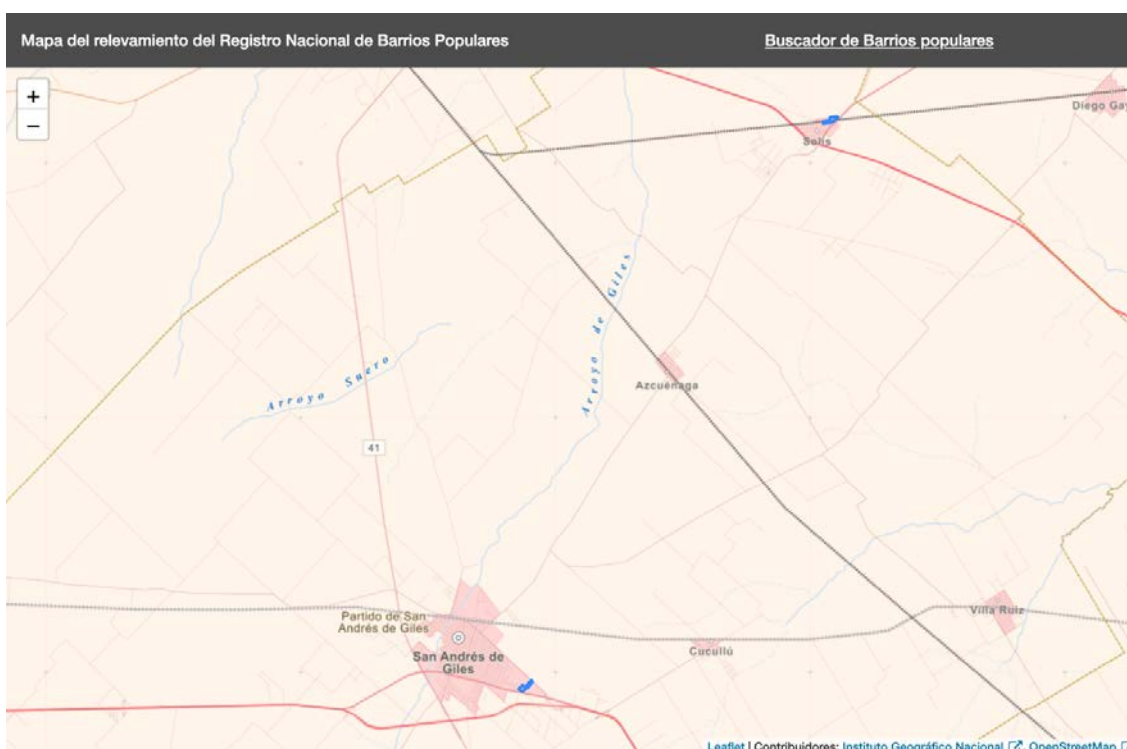
³⁰Vease [CARMEN DE ARECO - Detalle - Gobiernos Locales \(obraspublicas.gov.ar\)](https://www.gobiernoslocales.gov.ar/obraspublicas/gob.ar/)

³¹ Mapa de Barrios Populares – RENABAP. 2023. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/renabap/mapa>

San Andrés de Giles (La Esperanza, donde habitan 55 familias y El Esfuerzo, donde habitan 22 familias) y uno en la localidad de Solís (Estación Solís, a la vera de las vías férreas, donde habitan 39 familias), totalizando 116 familias, que en el caso de contabilizarse como familias tipo (4 integrantes), estamos en presencia de alrededor de 464 habitantes, el 1,75% de la población del partido viviendo en barrios populares registrados en el RENABAP.

Tanto el barrio popular La Esperanza (55 familias en 3,10ha) como El Esfuerzo (22 familias en 1,8ha) barrios populares ubicados en el ejido urbano de la localidad de San Andrés de Giles, así como Estación Solís (39 familias en 4,37ha) ubicado en la localidad de Solís del Partido de San Andrés de Giles, fueron originado en la década de 2010, se clasifican en la tipología barrial de asentamientos, donde sus pobladores no poseen título de propiedad.

Sus aproximadamente 105 viviendas totales se abastecen de energía eléctrica a través de conexión formal a la red con medidor domiciliario con factura, conexión irregular a la red de agua (excepto en Estación Solís que utilizan bomba de agua de pozo domiciliaria), desagüe cloacal sólo a pozo negro/ciego u hoyo, cocinan con gas en garrafa y se calefaccionan mediante leña o carbón³².



³² Observatorio de Barrios Populares – RENABAP. 2023. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/0a127285-4dd0-43b2-b7b2-98390bfd567f/page/klATC>

Imagen 19: Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana (RENABAP)

Por otro lado, el Registro Público Provincial de Villas y Asentamientos Precarios de la provincia de Buenos Aires (RPPVAP)³³, creado en el marco de la Ley 14.449 como herramienta única y centralizada de relevamiento y captación de datos para la implementación del “régimen de integración socio-urbana de villas y asentamientos precarios” (artículo 28), coincide con el RENABAP en la falta de registro de barrios populares en San Antonio de Areco, así como que en Carmen de Areco sólo registra al barrio popular La Cooperativa (inscripto en el año 2020 en este registro) y registra los mismos barrios populares que RENABAP en San Andrés de Giles, aunque los barrios La Esperanza y El Esfuerzo aparecen unificados bajo la denominación Scully y, aparte, registra el barrio Estación Solís (ambos inscriptos en el año 2015 en este registro) .

En cuanto a la tipología de estos barrios populares según la Ley de la provincia de Buenos Aires N° 14.449, se incorporan a la categoría de Asentamientos Precarios, es decir que vendrían a ser “barrio informales (en términos dominiales) con trazados urbanos que tienden a ser regulares y planificados, y que generalmente (aunque no de modo excluyente) cumplen algunas de las siguientes características: son decididos y organizados colectivamente, los ocupantes buscan legitimarse como propietarios, las viviendas tienen algún grado de firmeza y su ubicación puede encontrarse en tierras degradadas.”

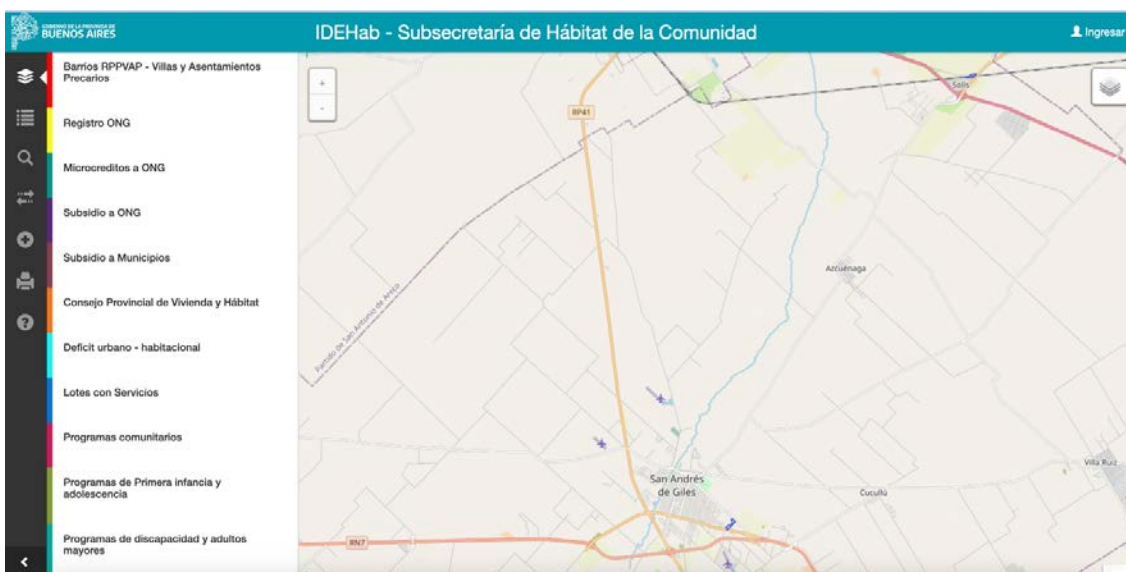


Imagen 20: Registro Público Provincial de Villas y Asentamientos Precarios de la provincia de Buenos Aires (RPPVAP)

Por su parte, Carmen de Areco registra un único barrio popular registrado en el RENABAP denominado La Cooperativa, ubicado en la propia localidad de Carmen de Areco y que en sus casi 2ha alberga a 28 familias, el mismo se originó en la década del '00 y se clasifica como un barrio popular del tipo asentamiento donde ninguno de sus

³³ Registro Público Provincial de Villas y Asentamientos Precarios de la provincia de Buenos Aires (RPPVAP). Subsecretaría de Hábitat del Ministerio de Desarrollo de la Comunidad. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <http://181.171.117.68/registro/publico/>

habitantes posee título de propiedad. En cuanto al acceso a los servicios básicos, poseen conexión formal a la red eléctrica con medidor domiciliario con factura, conexión irregular a la red de agua, desagüe cloacal sólo a pozo negro/ciego u hoyo, cocinan con gas en garrafa y se calefaccionan mediante energía eléctrica³⁴.

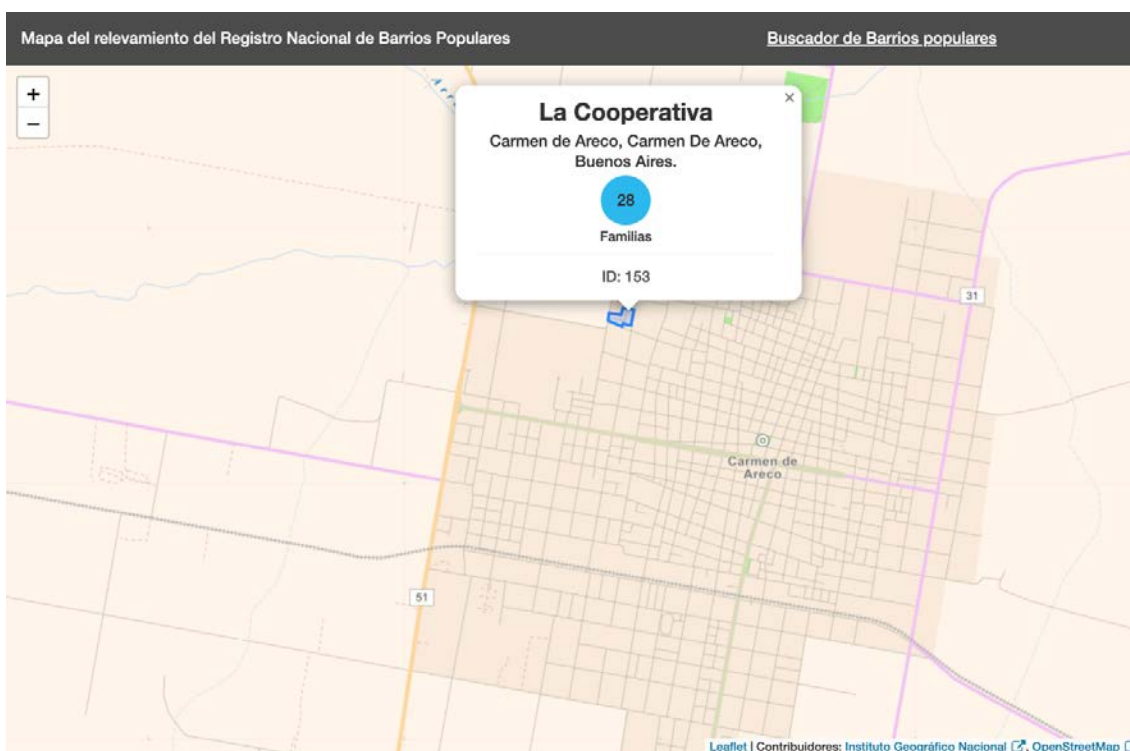


Imagen 21: Barrio Popular La Cooperativa

Vale mencionar que la Ley 27. 453 declara de interés público el régimen de integración socio urbana de los Barrios Populares identificados en el Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana (RENABAP) y sujeta a expropiación la totalidad de los bienes inmuebles en los que se asientan dichos barrios con el objetivo de su integración socio urbana.

Se entiende por integración socio urbana, a los efectos de dicha ley, al conjunto de acciones (progresivas, integrales, participativas y con enfoque de género y diversidad) orientadas a la mejora y ampliación del equipamiento social y de la infraestructura, el acceso a los servicios, el tratamiento de los espacios libres y públicos, la eliminación de barreras urbanas, la mejora en la accesibilidad y conectividad, el saneamiento y mitigación ambiental, el fortalecimiento de las actividades económicas familiares, el redimensionamiento parcelario, la seguridad en la tenencia y la regularización dominial.

Es decir, que la mencionada Ley le otorga una serie de herramientas al Estado para mejorarle la calidad de vida a los pobladores de dichos barrios populares, quienes a partir de ella aunque no posean título de propiedad, tienen seguridad en la tenencia (los desalojos fueron suspendidos por un plazo de 10 años a partir de la publicación de la ley en 2022) y pueden acceder a regularizar su dominio a través del pago de cuotas

³⁴ Observatorio de Barrios Populares – RENABAP. 2023. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/0a127285-4dd0-43b2-b7b2-98390bfd567f/page/kIATC>

que no superen el 20% del valor de sus ingresos familiares; asimismo, pueden acceder a una serie de servicios básicos de manera formal que anterior a la sanción de esta ley no podían y a mejoras en la infraestructura, espacios públicos, accesibilidad, conectividad, saneamiento ambiental, entre otros.

En cuanto a urbanizaciones cerradas, resulta interesante observar en el urBASig de CartoARBA (el sistema de cartografía de la provincia de Buenos Aires), que los municipios linderos al Pago de Areco hacia el este -Zárate, Exaltación de la Cruz y Luján-, integrantes de la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA), poseen gran cantidad de urbanizaciones cerradas registradas, a diferencia de lo que sucede en los municipios del Pago de Areco, caracterizados como del interior y casi sin registro de urbanizaciones cerradas en este sistema provincial.

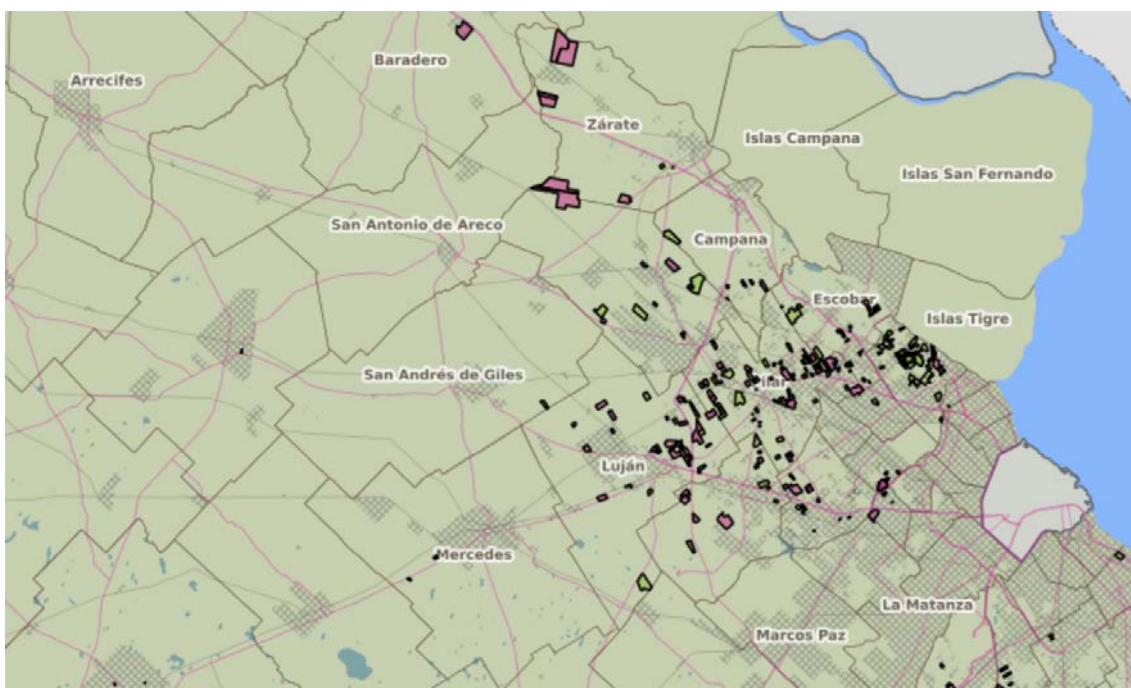


Imagen 22: Urbanizaciones cerradas

En dicho sistema sólo aparece registrada una urbanización cerrada en el Pago de Areco, El Chamental en el municipio de San Andrés de Giles, cercana a Villa Espil y lindera al partido de Luján.

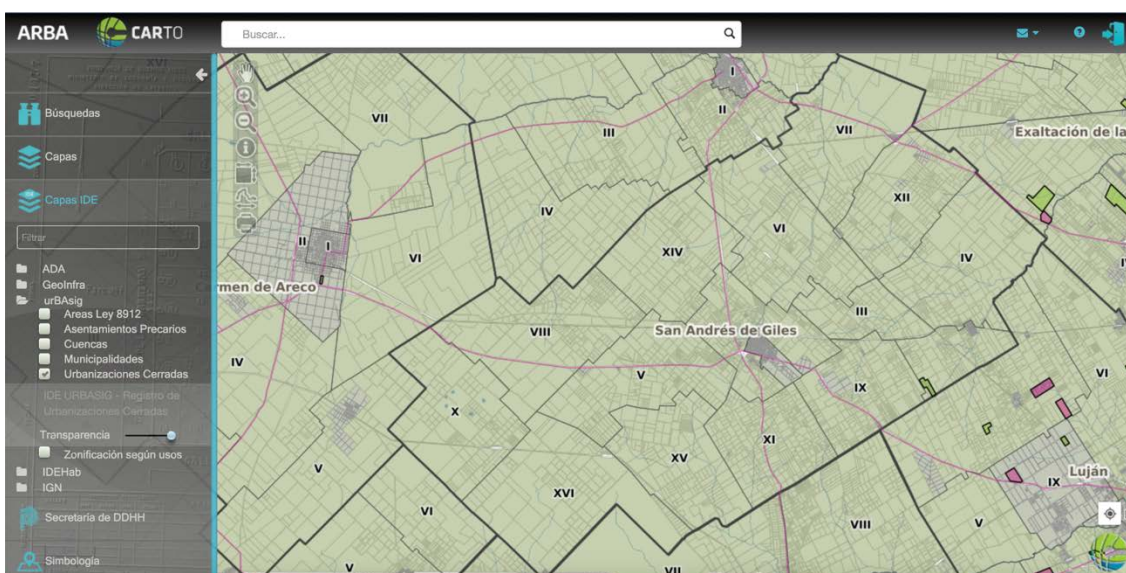


Imagen 23: Urbanizaciones cerradas - San Andrés de Giles

En el partido de San Andrés de Giles, si bien no aparecen registradas en el sistema cartográfico provincial, sí pueden ser encontradas mediante exploración vía Internet, las siguientes urbanizaciones cerradas:

- **Laguna de las Pampas:**³⁵ a 100 km de CABA, cerca de Villa Espil. El desarrollo cuenta con 76 ha que se distribuyen de la siguiente manera: 25 ha de laguna de aguas emergentes y 51 ha se subdividieron en 137 lotes alrededor de la laguna. Propone un concepto de “comuna sustentable”, respetando la biodiversidad local, reduciendo residuos y huella de carbono, con plantación prioritaria de especies nativas, huerta orgánica, energía solar (sistema Ortronic®), utilización de materiales de construcción con certificación ambiental, con la posibilidad de practicar deportes náuticos sin motor.
Las casas se realizan bajo un método de construcción que simplifica el proceso de construir una vivienda, minimizando el uso de energías convencionales y reduciendo la contaminación desde su fabricación hasta su instalación. Son casas modulares con un alto acento en el diseño construidas bajo estándares de calidad por ProjectArq, en el partido de San Andrés de Giles.
- **La Fusta – Barrio de Chacras:** Autovía N° 7, km 96, ubicado en la localidad de Cucullú, a 90 km de CABA y 10 minutos de la localidad de San Andrés de Giles. Ofrece terrenos de 2.300m², sin expensas.
- **Chacras de San Andrés**³⁶: En tierras que antiguamente ocupaba el Haras Don Yeye, cuna de campeones como Cipayo y Telescópico. En el partido de San Andrés de

³⁵ Laguna de las Pampas. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://www.lagunadelaspampas.com.ar/>

³⁶ Chacras de San Andrés. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://www.chacrasdesanandres.com.ar/>

Giles entre los pueblos rurales de Villa Ruiz y Carlos Keen, en el límite con el partido de Luján. A 8 minutos de RN7 y sólo 70 Km de CABA. Ofrece 751 lotes de más de 2.000m², 340 ha y 6 barrios: La Herradura, El Estribo, El Palenque, La Espuela, La Montura y La Rienda; Club House de 1.300m², 2 piscinas, Centro Ecuestre (enseñanza de polo, salto, adiestramiento, equitación y realización de cabalgatas), Predio de Golf, Cancha de Polo, Arroyo y Laguna naturales, Espacio de Cowork y sistema energético mediante paneles solares (sistema Ortronic®).

Por otro lado, en San Antonio de Areco, se vislumbran mediante exploración vía Internet, las siguientes urbanizaciones cerradas:

- **El Tropezón**³⁷ Es un desarrollo residencial con lotes de entre 1.000 y 2.000 m² ubicado sobre el kilómetro 116 de la Ruta 8. A 15 cuadras de la plaza principal (como una extensión de la trama urbana de la ciudad), pero en el medio del campo, con todos los servicios (gas natural, energía eléctrica, cloacas, agua de red y fibra óptica). A 30 minutos de Pilar y una hora de CABA.

Mientras que en Carmen de Areco se encuentra la urbanización cerrada:

- **Campos de Areco**³⁸ Camino de Acceso a la ciudad (Av. 16 de Julio) y Ruta 7. El barrio posee alambrado perimetral y ofrece terrenos desde 1.500 Mts², excelente acceso por ingreso principal a la ciudad, con cobertura de los servicios de agua corriente, gas natural, Internet y TV por satélite.

Problemas de articulación entre aspecto urbano-territoriales y turísticos

Alquileres temporarios a través de plataformas digitales (Booking.com, Airbnb, etc.) vs. acceso a la vivienda de residentes locales

A través de una búsqueda el 15 de mayo de 2023 en las dos plataformas digitales más utilizadas en nuestro país para el alquiler temporario, Booking.com³⁹ y Airbnb, utilizando los motores de búsqueda “fecha: 25 al 28 de mayo de 2023” y “huéspedes: 2 adultos y 2 menores”, se constató la presencia de alrededor de 74 alojamientos en la región del Pago de Areco disponibles, mayoritariamente en la plataforma Airbnb⁴⁰,

³⁷ El Tropezón. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <https://www.eltropezondeareco.com/>

³⁸ Campos de Areco. Barrio Cerrado. Información extraída el 16 de mayo de 2023 del enlace: <http://barriocamposdeareco.com.ar/>

³⁹ BOOKING.COM.AR. 2023. Búsquedas realizadas el 15 de mayo de 2023 en el enlace: <https://www.booking.com/>

⁴⁰ AIRBNB. 2023. Búsquedas realizadas el 15 de mayo de 2023 en el enlace: <https://www.airbnb.com.ar/>

distribuyéndose los mismos principalmente en San Antonio de Areco, luego en San Andrés de Giles y por último, en una muy menor proporción, en Carmen de Areco.

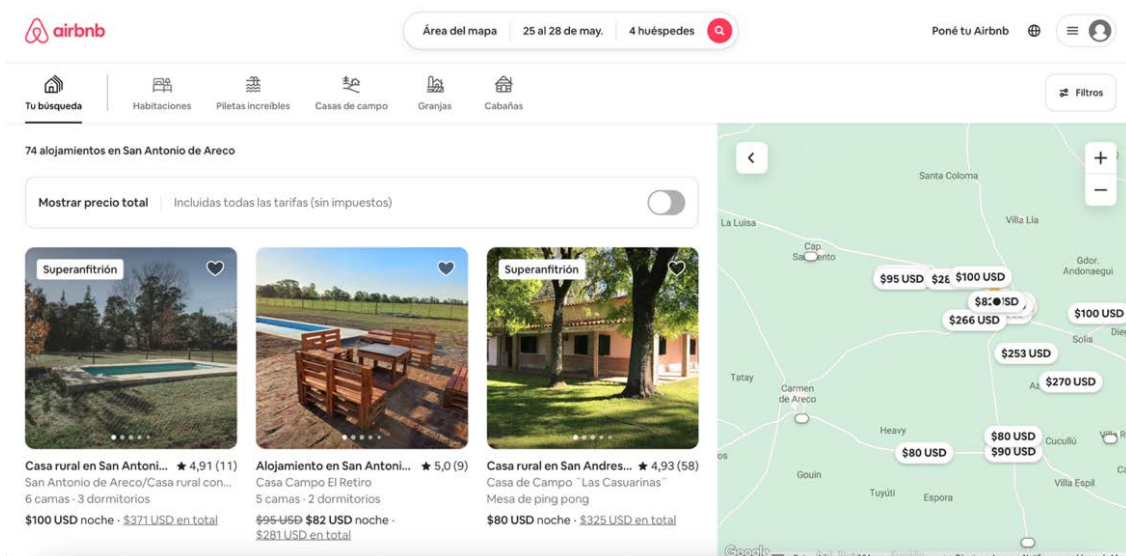


Imagen 24: Oferta Airbnb

En cuanto a las tarifas encontradas en ambas plataformas, estas varían entre los extremos de 50 USD (para 4/5 huéspedes en un departamento) y 550 USD (16 plazas en una casa de campo) por noche para esa fecha, aunque la mayoría de la oferta disponible en esa fecha para una familia de 4 integrantes oscila entre 70 USD y 200 USD la noche en promedio. Lo cual está en línea con lo que plantean estudios recientes sobre la temática en nuestro país, que si bien se observa una gran dispersión en los ingresos promedio, se visualiza una cierta concentración en el rango de 200 a 500 USD mensuales por propiedad (Centro de Estudios Metropolitanos, 2023).

En lo que hace a las tipologías de alojamiento predominantes en las ofertas de ambas plataformas digitales, se encuentran principalmente las casas/estancias rurales y las casonas urbanas (propiedades completas). Le siguen en mucha menor predominancia los departamentos, habitaciones privadas en casas urbanas, bed & breakfast, hoteles, entre otras tipologías de alojamiento.

El relevamiento de información por medio de AirDNA⁴¹ (rastrea los datos de 10 millones de alquileres vacacionales de Airbnb y Vrbo) sobre San Antonio de Areco (las propiedades en los restantes municipios del Pago no se encuentran relevadas por esta fuente), evidencia 55 propiedades activas en Airbnb, de las cuales alrededor del 82% tienen entre 1 y 90 noches ocupadas al año a través de esta plataforma, mientras que el 18% restante ocupa su propiedad por más de 90 noches al año en esta plataforma; las propiedades son en general de 2 habitaciones y alojan en promedio 4,6 huéspedes, las cuales se encuentran bien valoradas por los huéspedes en líneas generales (4,88 puntos sobre 5, en promedio general), la mayoría (61%) exige sólo 1 noche de estadía mínima con política de cancelación flexible y, entre las comodidades que ofrecen, sólo tienen bajo porcentaje de cumplir con algunas de ellas, tales como bañera con

⁴¹ AIRDNA Marketminder. 2023. Búsqueda realizada sobre San Antonio de Areco el 15 de mayo de 2023 en el enlace: <https://www.airdna.co/>

hidromasaje (2% de las propiedades), secarropas (5%), TV por cable (15%), lavarropas (23%) y piscina (40%).

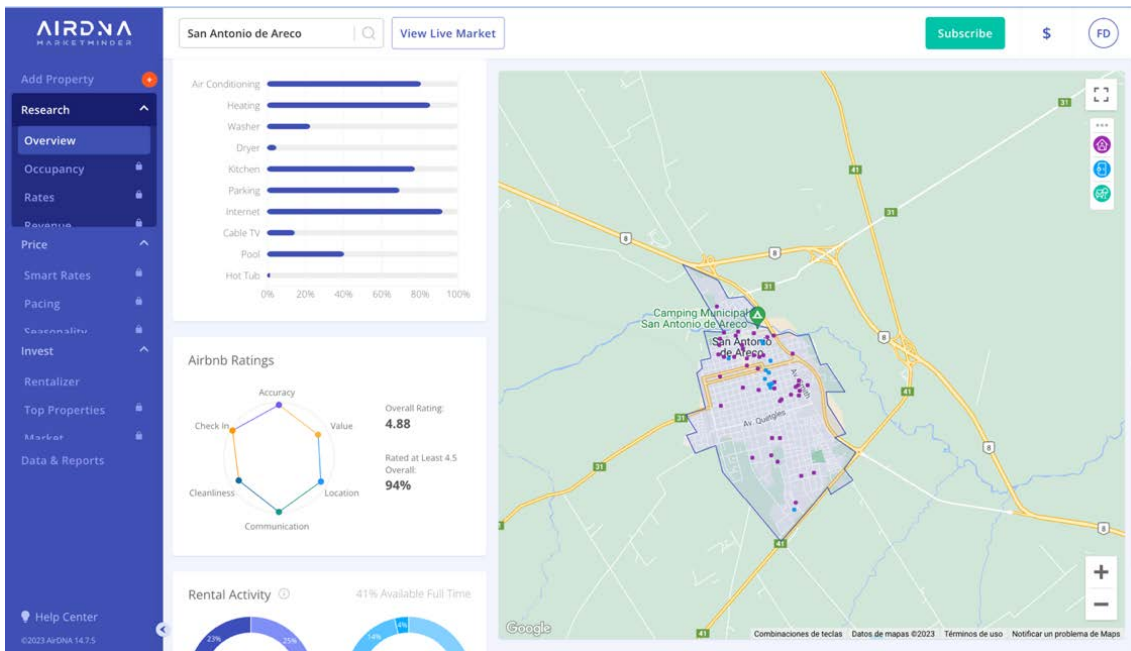


Imagen 25: Publicaciones identificadas en AirDNA

Volviendo al ejercicio de prueba sobre la plataforma de intermediación de alojamiento Airbnb, si cambiamos de fecha de viaje y consignamos un fin de semana que no incluya feriados, como el del 9 de junio de 2023, veremos que aparecen alrededor de 100 alojamientos disponibles para el Pago de Areco, lo cual equivale al 0,34% del parque habitacional total existente en la región, el cual totaliza 28.762 viviendas entre los tres municipios (INDEC, Censo 2022, Resultados Provisionales, Distribución de Viviendas Particulares por departamento, partido o comuna), estando entre medio de los indicadores de los grandes aglomerados urbanos nacionales (0,2% de viviendas en alquiler temporario en promedio sobre el total del parque habitacional) y algunas ciudades turísticas (tales como Ushuaia, Bariloche, Pinamar, en torno al 2,7%).

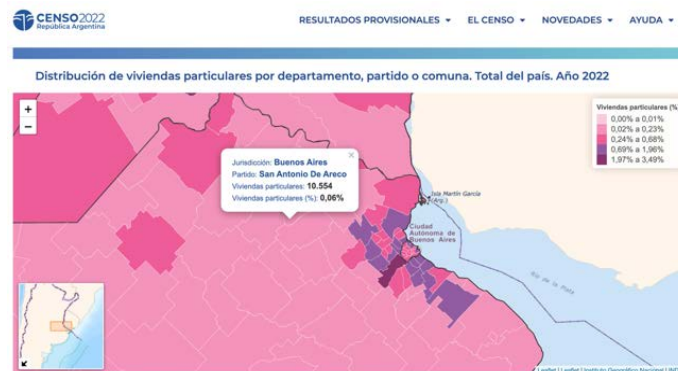


Imagen 26: Censo 2022 (1)

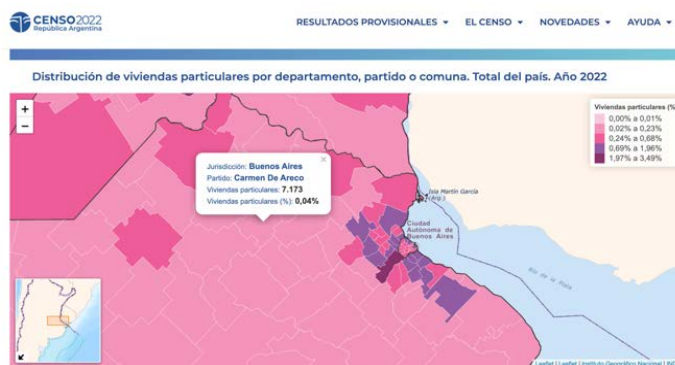


Imagen 27: Censo 2022 (2)

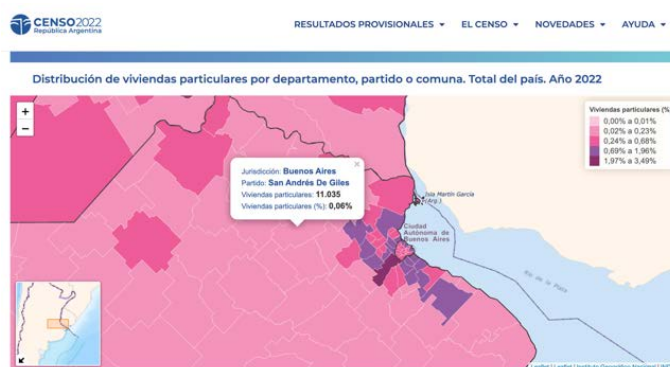


Imagen 28: Censo 2022 (3)

Si bien el porcentaje parecería menor, vale considerar dos cuestiones respecto a este fenómeno de alquileres temporarios a través de plataformas digitales: 1) resulta parte ineludible de las conversaciones y preocupaciones habituales entre los entrevistados por este trabajo, sean estos gestores públicos, comerciantes o ciudadanos de a pie y 2) según consta en el Informe del año 2023 “Alquileres temporarios en Argentina. Crecimiento acelerado de Airbnb en el contexto de la crisis habitacional” del Centro de Estudios Metropolitanos⁴², es un fenómeno en crecimiento global (junto con la inquilinización, paradójicamente) que en cualquier parte del mundo donde se ha venido desarrollando, crece exponencialmente a corto plazo. A modo de ejemplo en nuestro país, en Ushuaia las ofertas de alquileres temporarios a través de plataformas digitales aumentaron 100% y en Bariloche 220% entre octubre de 2021 y febrero de 2023. En Puerto Iguazú se triplicaron en menos de dos años (2018-2020).

De acuerdo al citado informe, sus impactos refieren tanto a la mejora de la renta turística de los propietarios, así como a la disminución de las posibilidades de acceso a la vivienda de la población local por sacar dichas propiedades del alquiler anual -de menor valor por noche y en pesos- y colocarlas en el negocio del alquiler temporario -de mayor valor por noche y en dólares-. Algunos casos muestran que en barrios de ingresos medios ofertar una propiedad en Airbnb es más rentable que alquilarla a residentes permanentes; además, en barrios que ya han sido gentrificados, donde ya

⁴² CENTRO DE ESTUDIOS METROPOLITANOS. 2023. Alquileres temporarios en Argentina. Crecimiento acelerado de Airbnb en el contexto de la crisis habitacional. Documento CEM N° 59, Abril 2023. Autoras: Guadalupe Granero Realini & Constanza Alvaredo.

se desplazó a la población original y se transformaron en zonas de mayores ingresos, aumentan las ganancias generadas por la plataforma.

Cabe mencionar que la evidencia sobre los impactos de los alquileres temporarios a través de plataformas digitales no es un fenómeno eminentemente local, sino que se enmarca en un fenómeno de escala masiva y global. En todas las ciudades en las cuales se ha desplegado el uso habitual de plataformas digitales para el alquiler temporario de propiedades, se ha agravado el problema del acceso a la vivienda para quienes habitan los territorios. Diversos estudios coinciden en que en ciudades donde el acceso a la vivienda está limitado ya de por sí por otros factores, este tipo de alquileres contribuye a profundizarlo introduciendo un nuevo tipo de brecha de renta, especialmente en barrios gentrificados o en proceso de gentrificación (Centro de Estudios Metropolitanos, 2023).

La gentrificación sucede cuando un proceso de renovación y reconstrucción urbana se acompaña de un flujo de personas de clase media o alta que suele desplazar a los habitantes más pobres de las áreas de intervención. El mayor valor del suelo genera nuevas oportunidades y presión para el cambio de usos. La gentrificación se ha convertido en un concepto polémico porque a pesar de sus consecuencias negativas para la población desplazada, es difícil negar que también genera recursos y crea demandas por nuevos servicios en una ciudad consolidada. El desafío vendría dado porque las ventajas económicas de la gentrificación puedan utilizarse en beneficio del resto de la ciudad a través de programas cuidadosamente estructurados (políticas económicas redistributivas para mejorar la oferta, cantidad y distribución del espacio público y vivienda en otras áreas y barrios; retener a la población existente y su tejido social mediante el mejoramiento de su vivienda y con programas sociales para actividades tradicionales generadoras de ingresos; fomentar la pequeña empresa a través de microcréditos, proporcionar nuevos servicios comunitarios, restaurar viviendas deterioradas y mejorar los espacios públicos existentes; etc.).⁴³

Los alquileres temporarios se caracterizan a nivel global, además de por cierta flexibilidad para los propietarios, por su opacidad -es muy difícil vincular una oferta con una persona física- y por su informalidad, dado que los usos turísticos de unidades residenciales no encajan en general en ninguna normativa (ni local referida al cumplimiento de las disposiciones de usos de suelo, ni provincial o nacional referida a su clasificación, categorización o posibilidad de obtención de registros/licencias); la oferta está físicamente fragmentada -desplegada en unidades en distintos puntos de las ciudades-, sin embargo, su organización suele ser crecientemente vertical y centralizada por anfitriones corporativos, es decir, gestores inmobiliarios profesionales cuyo objetivo es mejorar las ganancias a través de un servicio más sofisticado de alojamiento, lejos de la idea de “gente común” o pequeños emprendedores.

En líneas generales, entonces, los alquileres temporarios trascienden las dinámicas del turismo e implican impactos urbanos y habitacionales severos. Es por ello que muchos estudios comenzaron a hablar de urbanismo de plataformas, subrayando el rol de empresas como Airbnb en la restructuración de las economías y el territorio de las

⁴³ ONU HÁBITAT, por un futuro mejor. 2022. Extraído el 15 de mayo de 2023 del enlace: <https://onuhabitat.org.mx/index.php/el-fenomeno-de-la-gentrificacion#:~:text=La%20gentrificaci%C3%B3n%20sucede%20cuando%20un%20de%20las%20%C3%A1reas%20de%20intervenci%C3%B3n>.

ciudades y situándolo como parte del capitalismo digital. Esta incidencia corporativa expresa la influencia potencial de intereses individuales de un sector de la ciudadanía en cómo se configura el espacio urbano (que se manifiesta, por ejemplo, desde los usos indebidos, pasando por la construcción de tipologías específicas de departamentos de medidas mínimas, hasta edificios desarrollados en su totalidad para alquileres temporarios).

En este sentido, a nivel global existen iniciativas para regular el mercado del alquiler turístico temporario⁴⁴⁴⁵⁴⁶. Nuestro país no se encuentra aislado de dichas tendencias y avanza en el Senado de la Nación un proyecto de ley que ya cuenta con Dictamen de Comisión para regular los alquileres temporarios turísticos⁴⁷. La iniciativa propone la creación de un Registro Nacional de Viviendas de Alquiler Turístico Temporario que funcionaría en el ámbito del Ministerio de Turismo, así como regularía y desdolarizaría (la moneda en la que deberán pactarse este tipo de contratos será en pesos y no en dólares, como ocurre en la actualidad en la mayoría de los casos) a plataformas como Airbnb, que están fuera del marco normativo del Estado, e incluso fijaría sanciones por incumplimientos.

Por su parte y, con una visión similar, en el Senado de la provincia de Buenos Aires se encuentra presentado un proyecto de Ley⁴⁸ (E-190-2023-2024, por el senador Francisco Durañona) que tiene por objeto la regulación del alojamiento en propiedades en alquiler turístico temporario, así como la administración o explotación de las mismas por sus propietarios o terceros administradores, e involucra la obligación de inscribir dichos inmuebles en el Registro provincial de Prestadores Turísticos previsto en el artículo 13° de la Ley N° 14.209, en la categoría de Propiedades en alquiler turístico temporario, el cual otorgaría un número de registro a la propiedad que sería obligatorio para las plataformas solicitarlo para su comercialización mediante ellas.

⁴⁴ Ámbito Financiero. 19-06-2023. Nueva York pone fin a los alquileres temporarios: un nuevo desafío para Airbnb. Información extraída el 2 de septiembre de 2023 del enlace:

<https://www.ambito.com/finanzas/nueva-york-pone-fin-los-alquileres-temporarios-un-nuevo-desafio-airbnb-n5749277>

⁴⁵ Ámbito Financiero. 01-06-2023. Florencia, otra ciudad contra Airbnb por la crisis de alquileres. Información extraída el 2 de septiembre de 2023 del enlace:

<https://www.ambito.com/mundo/florencia-otra-ciudad-contra-airbnb-la-crisis-alquileres-n5736648>

⁴⁶ IPROFESIONAL | ACTUALIDAD | CAMBIO DE REGLAS. Cada vez más ciudades del mundo aprueban leyes "anti Airbnb" que impiden alquileres de corta duración. Información extraída el 2 de septiembre de 2023 del enlace: <https://www.iprofesional.com/actualidad/383676-cada-vez-mas-ciudades-aprueban-leyes-anti-airbnb>

⁴⁷ Télam Digital. ECONOMÍA. 31-08-2023. FUE APROBADO EN COMISIÓN. Avanza en el Senado el proyecto para regular los alquileres temporarios para el turismo.

Información extraída el 2 de septiembre de 2023 del enlace:

<https://www.telam.com.ar/notas/202308/638755-senado-aprobo-proyecto-alquileres-temporarios.html#:~:text=La%20iniciativa%20propone%20la%20creaci%C3%B3n,incluso%20fija%20sanciones%20por%20incumplimientos.>

⁴⁸ Paco Durañona. Senador de la Provincia de Buenos Aires por el Frente de Todos, Intendente de San Antonio de Areco (2011-2019), Titular de Movimiento Arraigo. Información extraída el 02 de septiembre de 2023 del enlace: <https://pacoduranona.ar/productos/proyecto-de-ley-de-alquileres-temporarios-para-turismo/>

Síntesis de problemas ambientales del distrito que impactan en el turismo

Uno de los principales impactos de la actividad turística en San Antonio de Areco, responde al incremento del consumo energético asociado al turismo. Esto se ve reflejado principalmente en el incremento del consumo de agua y energía. Para ello será necesario comenzar a medir la cantidad de kw que consume la actividad turística, así como los litros promedio de cantidad de agua potable y al mismo tiempo, tomar medidas para reducir el consumo innecesario.

Otra de las problemáticas ambientales en las que impacta la actividad turística es la generación de residuos sólidos. En San Antonio de Areco, los hoteles fueron incluidos en el proyecto de ordenanza de grandes generadores de residuos sólidos.

Una de las iniciativas que podría contribuir a reducir la generación de este tipo de residuos es la separación de residuos domiciliarios. Al momento de la formulación de este diagnóstico, se están empezando las primeras experiencias piloto en casas de familia. Según pudimos constatar, el principal inconveniente para que estas experiencias se puedan replicar a los establecimientos turísticos es la recolección ya que, gastronómicos y hoteleros, estarían dispuestos a separar en origen si existiera un sistema de recolección para cada tipo de residuo.

En función del relato de uno de los principales establecimientos gastronómicos del Casco Histórico de San Antonio de Areco, se puede determinar que, en promedio, los días de mayor flujo turístico, se generan entre dos a tres veces más de residuos que un día de semana normal. En este sentido, un martes de trabajo normal se generan 4 bolsas de residuos de tamaño consorcio. Un día sábado, con flujo normal de turistas, se generan 8 bolsas. Y un día sábado con un flujo alto de turistas, se generan 12 bolsas.

Por otro lado, en cuanto a la disposición de residuos en el espacio público, una de las principales problemáticas está asociada a la cantidad de basura generada principalmente en la Costanera los fines de semana.

En tal sentido, aun redoblando la cantidad de servicios de recolección los fines de semana, los días lunes se suele encontrar una mala imagen asociada a la cantidad de residuos esparcidos por todo el parque frente a la Costanera. Ante esta situación, se dispusieron en los últimos cinco años más de 120 contenedores para la disposición de bolsas de residuos y más de 300 cestos en espacios públicos del Casco Histórico de la ciudad.

En relación al Planeamiento Urbano, se detecta una necesidad de soterrar el cableado, analizar la utilización de Biodigestores. En los últimos años, se pasó de un 30% de cloacas al 80% en la cabecera de partido. El nuevo trazado de la Autopista va a cambiar el ingreso al pueblo, exigiendo un nuevo diseño de circulación de vehículos.

Peatonalización: durante años se ha intentado trabajar en varios proyectos de peatonalización, pero dichos proyectos en general fueron rechazados por la comunidad, a partir de la premisa de que al “arequero le incomoda moverse a pié” pero también a una mirada de la oferta turística, que considera que la peatonalización atenta contra sus negocios. El Plan deberá analizar dicha problemática para generar un abordaje y una propuesta de diseño de la circulación de vehículos de gran porte en base a la nueva distribución de los ingresos, así como una re funcionalización de la circulación de los turísticas que debería ir acompañado por un complemento de servicios de estacionamiento.

La creación de Corredores para la Biodiversidad será un gran aporte para la actividad turística.

Medidas para mejorar la situación del río y la ribera:

- Tratamiento paisajístico integral de la ribera.
- Promover actividades recreativas, deportivas y camping en la ribera este.
- Revalorizar el potencial turístico cultural de la ribera oeste (Parque Criollo – casco histórico)
- Ampliación del espacio público ribereño desafectando concesiones y expropiando parcelas privadas.
- Conformar un sistema de espacios verdes públicos.
- Creación de indicadores de impacto ambiental turístico para medir entre otras cosas el consumo de energía, los residuos sólidos, etc. Así como avanzar en la medición de la capacidad de carga ambiental de los sitios de usos múltiples turísticos y la huella de carbono.

San Andrés de Giles

Las cuestiones ambientales en las que trabaja actualmente el municipio son la gestión de residuos dentro de la Planta Procesadora de Residuos Sólidos Urbanos, las correspondientes habilitaciones de las industrias y sus adecuadas condiciones ambientales, la gestión y manejo de la Reserva Urbana Natural y del Parque Urbano Natural, el cumplimiento de las ordenanzas con incidencia ambiental como la prohibición de bolsas plásticas estilo camisetas en los negocios, la difusión de información y conciencia a través de las campañas organizadas y los talleres y charlas programada en las escuelas.

Carmen de Areco

El principal problema ambiental que nos afecta es el basural a cielo abierto y los microbasurales en distintos puntos de la ciudad, por eso se está trabajando en concientizar a la población para que logre separar sus residuos. Otra problemática ambiental es la deforestación, por lo tanto se trabaja bajo el un programa de Plan Estratégico de Arbolado Urbano, en articulación con instituciones educativas y con la dirección de salud plantando un árbol por cada niño nacido. Otra problemática es los vertidos en el Río Areco, provenientes de industrias que vierten los efluentes sin tratamiento.

Diagnóstico del patrimonio cultural

En cuanto a la normativa asociada al Patrimonio Cultural, en primer nivel se encuentra la Ley Nacional N° 25.743 que establece el marco legal para la protección y conservación del patrimonio cultural de Argentina. Esta ley abarca diversos aspectos del patrimonio cultural, incluyendo monumentos históricos, sitios arqueológicos, bienes muebles e inmuebles de valor cultural, y establece mecanismos para su preservación.

A nivel provincial de Buenos Aires podemos identificar una serie de normativas que estructuran las políticas de gestión y promoción de la cultura. En este sentido, podemos mencionar los decretos 90/2022 y 1996/22, los cuáles conforman el marco institucional para la creación del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires, que ubica a los partidos del Pago de Areco en la región N°13 de su órbita; la ley 10419, la cual crea la Comisión Provincial de Patrimonio Cultural de la provincia de Buenos Aires; la ley 13056, a través de la cual se establece la carta orgánica del Instituto Cultural de la provincia; la ley 15302, sancionada con el objetivo de regular la habilitación para el funcionamiento de Salas de Teatro Independiente, Centros Culturales y Espacios Comunes Alternativos dentro del territorio de la provincia de Buenos Aires.

San Andrés de Giles

En términos locales, es la ordenanza 2182, reglamentada bajo el decreto 1656/19 del poder ejecutivo municipal, que “constituye el marco legal para la investigación, preservación, salvaguarda, restauración, promoción, acrecentamiento y transmisión a las generaciones futuras del Patrimonio Cultural del Partido de San Andrés de Giles, se dispone la creación de la Comisión Municipal de Patrimonio Cultural del Partido de San Andrés de Giles y la creación del Registro del Patrimonio Cultural de San Andrés de Giles”⁴⁹

En la estructura orgánica del municipio, el área a cargo de las políticas culturales es la Dirección de Turismo, Cultura y Patrimonio, la cual se encuentra en la órbita de la Secretaría de Gobierno Municipal.

⁴⁹Véase: [Sistema de Boletín Oficial Municipal | Buenos Aires Provincia \(gba.gob.ar\)](https://www.gba.gob.ar/)

Carmen de Areco

Carmen de Areco cuenta con la recientemente sancionada ordenanza 188/22, por medio de la cual se deroga una ordenanza anterior, la 557/92, y establece lineamientos para la protección del patrimonio cultural y natural, siguiendo las disposiciones de la ley nacional 25.743 y provincial 10.419.

El área de cultura en el municipio de Carmen de Areco también se encuentra dentro de la Secretaría de Gobierno municipal, pero en este caso lleva el nombre de Dirección de Políticas de Cultura que, a su vez, se encuentra a cargo de la Dirección Museo Histórico.

San Antonio de Areco

En el caso de San Antonio de Areco debemos remitirnos en primera medida a la ley provincial 4756/39, la cual establece al 10 de diciembre como día de la tradición, en honor al escritor José Hernández, ubicando al Parque Criollo de San Antonio de Areco y al Museo de Luján como sedes oficiales de las celebraciones. Luego, en 1984 se declara a San Antonio de Areco como sede provincial permanente de la tradición y, en 1998, la entonces Secretaría de Turismo de la Nación determina por resolución a San Antonio de Areco como Sede Central de la Fiesta Nacional de la Tradición.

Poco tiempo después, el Decreto Nacional 1305/1999 declaró como "Bien de Interés Histórico Nacional" a un sector del casco urbano de San Antonio de Areco y a la estación del Ferrocarril Nuevo Central Argentino. En los considerandos, se remarcó que San Antonio de Areco constituye uno de los poblados más antiguos de la provincia de Buenos Aires, además de contar con el río Areco, que fue marcado como mojón natural tras la fundación de Buenos Aires por Juan de Garay (1580).

Adicionalmente, en términos nacionales, el Decreto 186/2014 del poder ejecutivo nacional declaró como "Sepulcro Histórico Nacional" a la sepultura que guarda los restos de Ricardo Güiraldes (Departamento 27, Sección C, Traza Nueva), solicitada por la Junta de Estudios Históricos de San Antonio de Areco.⁵⁰

En cuanto a la normativa local, debemos remitirnos a la ordenanza municipal 1830/1996 estableció la creación de la Comisión Permanente de la Tradición, con el fin de preservar "los auténticos valores de la tradición gauchesca". El artículo 2 estableció que debería estar presidida por el Intendente Municipal e integrada por un miembro de cada bloque del HCD, por los Directores Municipales de Turismo y de Cultura, por la Dirección del Parque Criollo y Museo Gauchesco "Ricardo Güiraldes" y por un miembro de la Asociación de Amigos del Parque Criollo y Museo Gauchesco "Ricardo Güiraldes".

La Ordenanza Municipal 2027/1998 estableció el programa permanente de actividades típicas, demostración de usos y costumbres, tareas de campo y destrezas criollas. El objetivo fue el incremento de la actividad turística en el distrito como forma de impulsar la economía local. El programa debía incluir "trabajos, simples y cotidianos relacionados con la utilización del caballo (ensillado, tusar, debastar, etc.) quehaceres domésticos de la época (sobados de cueros, trenzado, tejidos, etc.), entretenimientos y

⁵⁰ Decreto Nacional 186/2014, artículo 1.

pasatiempos camperos (bailecitos, juegos de taba, etc.) toda ello entre otras labores tradicionales de interés general (pialadas, jineteadas, etc.) tomando las ya enunciadas a manera de ejemplos".⁵¹ Asimismo, en la misma norma se instaba a considerar la inclusión en el programa permanente "al sector del Parque Criollo al río Areco comúnmente denominado Monte de Acacias y sus zonas aledañas a los efectos de desarrollar en él actividades de acercamiento y contacto directo con la naturaleza, propiciando –entre otras tareas a proponer- caminatas instructivas por senderos silenciosos para avistaje de fauna autóctona y observación de flor silvestre, cabalgatas guiadas",⁵² entre otras.

El Programa Permanente fue modificado posteriormente por la Ordenanza Municipal 2489/2002, la cual añadió a este "la ejecución de trabajos simples y cotidianos relacionados con la utilización del caballo (ensillar, tuser, desvasar, desanillar, etc.); quehaceres domésticos de la época (sobado de cueros, trenzados, tejidos, etc.) ; cocina criolla y tratamiento tradicional de alimentos; entretenimientos y/ o pasatiempos camperos (bailecitos, juegos de tabas , etc.) y otras labores tradicionales de interés general (pialadas, domas, yerras, etc.), así como también se prevea la adecuada reconstrucción de elementos, otrora existentes en el ámbito del Parque Criollo y Museo Gauchesco " Ricardo Güiraldes ", tales como el corral de ovejas, el horno, el carabanchel, la ranchada y otros".⁵³

Adicionalmente, debe considerarse la relativamente reciente ordenanza, sancionada en el año 2019 y que lleva el número 4405/19, que crea el Registro de Espacios Culturales Independientes. La normativa define a los mismos como "espacios experimentales, multifuncionales que tengan como actividad principal, la producción, capacitación, distribución, investigación y promoción de bienes culturales en sus diversas manifestaciones; música, teatro, artes performáticas, artes visuales, literatura, exhibiciones, conferencias, cursos, seminarios y toda expresión de arte y cultura tangible e intangible"⁵⁴

En la estructura del municipio, el área de Cultura forma parte de la Secretaría de Turismo y Cultura. Dentro de este esquema, se encuentra la Dirección de Cultura, de la que dependen la escuela de Danza, de Música y los Talleres Culturales. Asimismo, dentro de la órbita de la Secretaría, aunque no de la Dirección de Cultura específicamente, se encuentra la administración del Parque Criollo, el Museo R. Güiraldes y la organización de las fiestas locales.

Análisis comparado del abordaje de la cultura en los tres partidos

La presente descripción del abordaje normativo y político de la temática asociada al patrimonio cultural tangible e intangible de los tres partidos que conforman la región Pago de Areco permite identificar las significativas diferencias en su grado de avance, desarrollo e interés.

Por una parte, es evidente que la priorización que San Antonio de Areco ha realizado en cuanto a esta temática tiene antecedentes de muchos años, impulsado con recursos

⁵¹ Ordenanza Municipal 2027/1998, artículo 3.

⁵² Ordenanza Municipal 2027/1998, artículo 4.

⁵³ Ordenanza Municipal 2487/2002, artículo 1.

⁵⁴ Ordenanza Municipal 4405/2019, artículo 2.

significativos de los diferentes niveles del Estado. Un aspecto no menor de ello es que además se ha sostenido y profundizado a lo largo del tiempo.

Por otro lado, tanto San Andrés de Giles como Carmen de Areco cuentan con normativa que regula y promueve a la cultura desde muy poco tiempo atrás. Desde 2019 y 2022 respectivamente. Lo cual ofrece razones para entender la diferencia en cuanto a desarrollo en la materia. No obstante, en ninguno de los casos se pudo acceder al registro de patrimonio cultural que ambas ordenanzas crearon, poniendo en cuestión el real compromiso de la gestión gubernamental.

En cuanto a las expresiones y espacios para la cultura, mientras que en San Antonio de Areco pueden encontrarse múltiples alternativas, en Carmen de Areco y San Andrés de Giles son escasas las mismas (se desarrollan en el apartado de Oferta turística). Incluso en San Andrés de Giles se han discontinuado algunas expresiones del patrimonio cultural como lo eran la Fiesta del Chancho con pelo y la Fiesta de la Trocha Angosta.

En el marco de un trabajo articulado en términos regionales, el contexto descrito representa sin dudas una problemática a abordar. Pérez Winter (2013)⁵⁵ desarrolla en su trabajo cómo se construyó y puso en valor a la localidad de San Antonio de Areco como Capital Nacional de la Tradición. Es decir, no surgió espontáneamente con esa distinción. Por esta razón, es posible considerar que tanto Carmen de Areco y San Andrés de Giles, si cuentan con la decisión política y el acompañamiento de la comunidad, también podrían posicionar los aspectos destacados de su patrimonio cultural.

Planes de gestión de riesgo y cambio climático en cada municipio

Carmen de Areco

En primer lugar, el municipio cuenta con el programa denominado "ECOPOLIS", que es un "programa de intervención socio-cultural y tecnológico que persigue un cambio en la ciudadanía frente a la gestión de sus recursos."⁵⁶ los ejes de acción del programa son Sostenibilidad del medio ambiente, Participación ciudadana y Movilización de actores sociales y económicos.

En el mismo sentido, el municipio cuenta con otros dos programas que se vinculan. El primero es el Plan de Arbolado Urbano y el segundo es AccionAR infancia, por los cuáles se propone plantar un nuevo árbol por cada nuevo/a niño/a que nace en el partido.

Finalmente, no se verifica la existencia de un plan de gestión de riesgo en el municipio.

⁵⁵Pérez Winter, Cecilia. (2013). "'Gaucholandia', cuando el patrimonio entra en disputa en San Antonio de Areco". VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social. Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, 2013.

⁵⁶[Ecópolis | Carmen de Areco - Municipio](#)

San Antonio de Areco

En el caso de San Antonio de Areco, las malas experiencias producidas por fenómenos de la naturaleza, principalmente asociados a la crecida del Río Areco, han llevado al municipio a conformar su propio Plan de Gestión de Riesgos. A través de la aplicación “SAT Areco” todos los vecinos pueden acceder a la información del Sistema Municipal de Gestión de Riesgos. En esta aplicación se puede verificar el pronóstico y el nivel del río, como así también las precipitaciones de los últimos días.

En cuanto a la acción por el clima, San Antonio de Areco cuenta con el “Plan Local de Acción Climática 2019-2030”, donde se abordan estrategias de mitigación de Gases Efecto Invernadero, Estrategias de Adaptación, Estrategia de comunicación, Formación y Sensibilización y Seguimiento, evaluación y reportes del plan.

San Andrés de Giles

Respecto a San Andrés de Giles no se pudo identificar la existencia de Planes de Gestión del Riesgo, como tampoco de Acción por el Clima.

Arraigo, asociativismo y Desarrollo local

El arraigo refiere a la conexión emocional y cultural que tienen las personas con su lugar de origen o residencia, lo que les motiva a quedarse, invertir y participar activamente en la comunidad local. En el contexto del turismo, el arraigo se convierte en un elemento importante para el desarrollo sostenible de destinos turísticos, ya que fomenta la participación activa de la comunidad local en la industria y contribuye a la preservación de la identidad cultural y la gestión sostenible de los recursos naturales.

En cuanto al asociativismo, se refiere a la estrategia que busca establecer alianzas y colaboraciones entre los diversos actores involucrados en el turismo de una región o destino. Estas colaboraciones tienen como objetivo aprovechar sinergias, compartir recursos, conocimientos y experiencias, y trabajar de manera conjunta para el desarrollo y fortalecimiento de la industria turística en el área de estudio. El asociativismo turístico se basa en la premisa de que la cooperación entre los sectores público y privado, así como la participación activa de la comunidad local, son fundamentales para lograr un turismo sostenible, competitivo y beneficioso para todas las partes involucradas. Esta colaboración puede manifestarse a través de la creación de asociaciones, redes de trabajo conjunto, acuerdos de colaboración, y otras formas de coordinación que permitan diseñar e implementar estrategias y proyectos que promuevan el desarrollo turístico de manera integral y responsable.

En tercer lugar, el desarrollo local está estrechamente relacionado con ambos conceptos señalados previamente. Éste refiere a la mejora del bienestar económico, social y cultural de una comunidad o región específica. El turismo puede desempeñar un papel significativo en el desarrollo local cuando se planifica y gestiona de manera adecuada y sostenible.

Respecto al primer aspecto, desde San Antonio de Areco surge una organización denominada "Movimiento Arraigo", la cual fue impulsada por el ex intendente y actual senador provincial Francisco "Paco" Durañona. La génesis de este movimiento surge a partir de interpretar en la propia localidad la necesidad de generar arraigo para sus residentes, lo cual implica de forma particular la posibilidad de que los vínculos de esas personas no se fragmenten. Ampliando el foco, la posibilidad de que haya más oportunidades para los propios residentes implica más desarrollo local, aprovechando del talento de aquellas personas que en otra circunstancia se van a las grandes ciudades porque es donde pueden desarrollarse.

En términos más generales aún, el arraigo implica menor concentración de la población, con lo que eso implica en términos de necesidades de recursos en cada territorio y cómo eso desbalancea el esfuerzo que hace el Estado para cubrir las demandas de los lugares donde vive la mayoría de la población.

En definitiva, el movimiento arraigo persigue objetivos socioculturales, económicos y políticos.

Esta visión, que surge desde un territorio local fue promovida y hoy en día tiene alcance federal, aunque con esta impronta del desarrollo local y con la lógica del "Pensar global y actúa local".

Los objetivos de esta organización son:

"Vivir en sociedades más justas e igualitarias y mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de la Argentina; Garantizar el acceso a derechos como el empleo genuino y de calidad orientado a producción local y consumo de cercanía con perspectiva agroecológica; Fomentar la educación pública local desde los 45 días hasta la universidad, el acceso justo al hábitat, las tecnologías de la información y la comunicación, la infraestructura, el saneamiento, el transporte, la justicia y la seguridad."⁵⁷

Las temáticas sobre las que desarrollan propuestas son: géneros, conectividad a internet, hábitat, soberanía alimentaria, comunidad, salud, educación y justicia.

La puesta en práctica de estos conceptos es posible a través de organizaciones que representan diversos intereses pero en el marco del asociativismo, desarrollo local y, en consecuencia, promoviendo el arraigo. Entre ellas podemos mencionar:

- Asociación Regional de Productores de Areco (ARPA)

Es una organización a cargo de la representación y defensa de los productores agropecuarios del partido de San Antonio de Areco. Fue creada en el año 1974 y actualmente forma parte de la Confederación de Asociaciones Rurales de Buenos Aires y La Pampa (CARBAP) y de Confederaciones Rurales Argentinas (CRA).

⁵⁷Vease: [Movimiento Arraigo - Francisco Paco Durañona \(pacoduranona.ar\)](http://pacoduranona.ar)

- Asociación Amigos del Parque Criollo y Museo en San Antonio de Areco

Se definen como un grupo de vecinos que velan por defender sus tradiciones, usos y costumbres y el patrimonio local de su pueblo. De esta forma realizan actividades e incluso financian trabajos de conservación y puesta en valor del mismo.

- Centro de Comercio, Propiedad e Industria de San Antonio de Areco

Reúne y representa a todo el sector PYME de San Antonio de Areco. Además ofrece capacitaciones de forma constante y asesoramiento acerca de financiamientos y desarrollo de proyectos. Dentro de esta institución se encuentran representados también los hoteleros y gastronómicos de la localidad.

- Universidad Nacional de San Antonio de Areco (UNSADA)

La Universidad promueve el arraigo, ofreciendo oportunidad de formación académica de los jóvenes de la región, pero también el desarrollo local a través del área de extensión universitaria, la cual “tiene como objetivo promover el desarrollo cultural, y la transferencia del conocimiento y la cultura entre los distintos sectores sociales de la comunidad. Su misión es la de consolidar el vínculo entre la Universidad y la comunidad.”⁵⁸

- Centro de Educación para la Producción Total de San Andrés de Giles

Es un centro con sistema de pedagogía de la “alternancia” con educación agraria. En este sistema los estudiantes viven una semana en la escuela y otra en su casa. Es una escuela de educación agraria que fomenta el arraigo a través de generar aprendizajes para los quehaceres de la vida rural.

- Asociación de Productores Agropecuarios de Carmen de Areco (APACA)

Organización creada en 1974, con el objetivo de agrupar y defender a los productores agropecuarios. Al igual que la organización mencionada de San Antonio de Areco, forma parte de CARBAP y de CRA.

- Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEGHRA) Filial La Plata

Es una de las organizaciones gremiales empresariales más importantes en el sector turístico. En el caso de los partidos de la región Pago de Areco, los mismos responden a la Filial que se encuentra en la localidad de La Plata.

En definitiva, como puede observarse, al día de hoy se identifican esfuerzos aislados para promover el arraigo, el desarrollo local y el asociativismo. Al igual que en otros

⁵⁸[Qué es la Extensión Universitaria \(unsada.edu.ar\)](http://unsada.edu.ar)

aspectos, sobresale el trabajo de San Antonio de Areco, aunque está lejos de encontrarse en un abordaje ideal del tema. No obstante, cuenta con la ventaja de tener una universidad nacional, la cual podría ser una plataforma ideal para este tipo de desafíos.

En cuanto a Carmen de Areco y San Andrés de Giles, resulta difícil encontrar este tipo de experiencias, ligadas al turismo. Por lo cual, podríamos identificarlo como una problemática significativa en pos del desarrollo local.

Reservas naturales, parques nacionales, reservas urbanas, reservas provinciales

Reconocer la importancia de las reservas naturales, los parques nacionales, las reservas urbanas y las reservas provinciales es vital a la hora de elaborar un plan. Analizar estos activos naturales dentro de los municipios es crucial para desarrollar una oferta turística sustentable y atractiva. Este informe subraya la importancia de realizar un análisis exhaustivo de las reservas como parte integrante del proceso de elaboración de un plan turístico.

Importancia del análisis:

Atracciones naturales: Las reservas, los parques y las áreas protegidas muestran la belleza natural, la biodiversidad y los ecosistemas únicos de la región, ofreciendo a los turistas la oportunidad de experimentar entornos naturales, resaltando la cercanía que posee la región con grandes centros urbanos, como lo es el AMBA. Las reservas y parques tienen potencial para convertirse en atractivos y traccionar turistas.

Actividades al aire libre: Las reservas ofrecen la oportunidad de practicar actividades como el senderismo, la observación de aves, la fotografía de la vida salvaje y la exploración de la naturaleza, atendiendo a diversos intereses turísticos.

Potencial educativo: Son un lugar ideal para sensibilizar a los turistas, fomentando un sentido de responsabilidad hacia la protección del medio ambiente. Además son un espacio para actividades escolares, donde los estudiantes realicen prácticas e investigaciones en territorio.

En **San Andrés de Giles** se promulgó en 2021 la ordenanza que crea la Reserva Urbana Natural y el Parque Urbano Natural, esto le dio entidad al proyecto y se recuperaron los terrenos para su puesta en funcionamiento, sin embargo aún falta equipamiento e infraestructura para que puedan ser utilizados turísticamente, ya que no cuentan con entrada, caminos internos, sanitarios ni delimitaciones físicas claras.



Imagen 29: Actividad en Parque Urbano Natural de San Andrés de Giles

El municipio de **Carmen de Areco** no cuenta con áreas naturales protegidas aún.

En **San Antonio de Areco** se encuentra la Reserva Natural Parque Criollo, fue establecida en 2020 mediante la ordenanza N° 4462/20 en el predio que comprende el Parque Criollo y el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes, siendo designada como Patrimonio Ambiental de San Antonio de Areco. Su objetivo principal es la preservación de los dos únicos entornos pampeanos presentes en la región: el Pastizal Natural, ampliamente predominante, y el Talar, un bosque rico en especies arbóreas y arbustivas.



Imagen 30: Reserva Natural Parque Criollo en San Antonio de Areco (1)



**VISITA GUIADA
RESERVA NATURAL PARQUE CRIOLLO**

Sábado 27 de marzo a las 10 hs
Punto de encuentro en La Matera

CUPO LIMITADO

Reservas al 02326 453165

Recomendamos llevar:

- Ropa cómoda
- Calzado apropiado
- Protector solar
- Sombrero/gorra
- Botella de agua
- Repelente de insectos

Turismo
SAN ANTONIO
DE ARECO



Imagen 31: Reserva Natural Parque Criollo en San Antonio de Areco (2)

En conclusión, las reservas naturales, los parques nacionales, las reservas urbanas y las reservas provinciales de la región de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles son incipientes y su desarrollo tiene un potencial turístico relevante, teniendo en cuenta la ubicación geográfica y el perfil de los destinos. Existe la posibilidad de un trabajo en conjunto con el fin de poner en valor el patrimonio natural compartido.

Equipamiento de apoyo al desarrollo turístico

Educación

La inclusión de un análisis educativo en un diagnóstico territorial y en la formulación del desarrollo de la oferta turística es de vital importancia debido a su influencia en la configuración socioeconómica y cultural de una región. La educación actúa como un factor determinante en la determinación del capital humano, la identidad local y las condiciones de vida, todos los cuales son componentes esenciales para la sostenibilidad de una localidad, la movilidad social y la creación de un entorno turístico atractivo.

En primer lugar, el sistema educativo refleja la calidad de la fuerza laboral y la potencialidad de innovación de una comunidad. Un análisis detallado de los niveles educativos, tasas de escolarización, logros académicos y formación técnica proporciona un panorama integral de la capacidad intelectual y habilidades técnicas de la población local. Esta información es fundamental para identificar las áreas de especialización y las oportunidades económicas existentes en base a la formación del recurso humano, lo que a su vez orienta la planificación del desarrollo turístico. Una población con formación profesional y capacitada no solo puede contribuir a la prestación de servicios turísticos de alta calidad, sino también a la diversificación de la oferta turística a través de la promoción de actividades culturales, deportivas y de entretenimiento.

En segundo lugar, la educación es un vehículo para preservar y enriquecer la identidad cultural de una comunidad. A través del sistema educativo, se transmiten valores, tradiciones y conocimientos locales a las generaciones futuras. Estos elementos culturales forman la base para la creación de una oferta turística auténtica y enriquecedora. Los recursos patrimoniales, las festividades locales y las manifestaciones artísticas encuentran en la educación un medio para su perpetuación y revitalización. Un análisis educativo en el diagnóstico territorial puede identificar cómo se están incorporando estos aspectos en la formación de los estudiantes y cómo pueden ser aprovechados para enriquecer la propuesta turística.

Por último, la educación tiene un papel fundamental en la mejora de las condiciones de vida y en la atracción de inversiones. Una población educada tiende a estar más informada, a tomar decisiones más informadas sobre su bienestar y a participar en iniciativas comunitarias y empresariales. Esto puede influir directamente en la calidad de la infraestructura y los servicios locales, factores que son decisivos en la elección de destinos turísticos. Además, la inversión en infraestructura educativa y programas de formación puede generar un círculo virtuoso en el que se atraigan inversiones, se

fomente el emprendimiento local y se genere un aumento en la demanda de servicios turísticos.

En resumen, el análisis educativo en un diagnóstico territorial y en la planificación del desarrollo turístico es esencial para comprender la capacidad económica, el potencial cultural y el nivel de calidad de vida de una comunidad.

Se presenta para tal fin, un análisis transversal de la estructura educativa de las localidades que integran los Pagos de Areco.

<https://mapaescolar.abc.gob.ar/mapaescolar/>

Según el Sistema de Información Municipal Consolidada de la Provincia de Buenos Aires⁵⁹, la región definida como Pagos de Areco integra la denominada “Zona Norte” de la provincia, compuesta por 18 municipios⁶⁰, representando el área más numerosa en ese sentido, con una densidad poblacional (hab. por km2) de 23,27.

Área norte

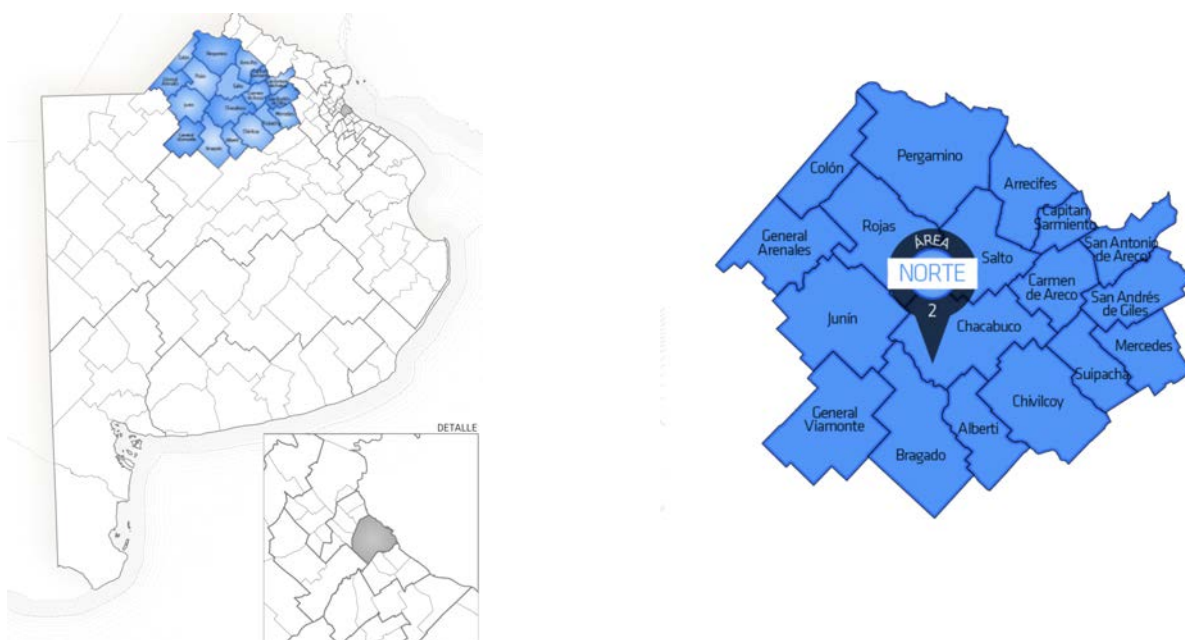


Imagen 32: Sistema de Información Municipal Consolidada (SIMCo)

De acuerdo a las últimas estadísticas de la zona, el porcentaje de analfabetismo para mayores de 10 años es de 1,35% (según datos de la UNESCO, en 2018 el índice de analfabetismo en Argentina era de alrededor del 1.9%), por lo que se encuentra por debajo del promedio nacional.

⁵⁹ El Sistema de Información Municipal Consolidada (SIMCo) es una plataforma de *datos estadísticos, variables, indicadores y publicaciones* con características sociodemográficas, fiscales, productivas, entre otras, de los 135 municipios de la provincia de Buenos Aires.

⁶⁰ El Área Norte se compone por los siguientes municipios: Alberti, Arrecifes, Bragado, Capitán Sarmiento, Carmen de Areco, Chacabuco, Chivilcoy, Colón, General Arenales, General Viamonte, Junín, Mercedes, Pergamino, Rojas, Salto, San Andrés de Giles, San Antonio de Areco y Suipacha.

Indicadores

El siguiente detalle toma como categorías de análisis la escolarización, la cantidad de escuelas y nivel de alfabetismo. Estos indicadores proporcionan una visión integral de cómo se está abordando la educación y el acceso a la información en dicha área. La escolarización refleja la proporción de la población en edad escolar que está inscrita en instituciones educativas, lo que da una idea de la accesibilidad y el compromiso con la educación. La cantidad de escuelas es indicativa de la infraestructura educativa disponible, y su distribución puede influir en la accesibilidad y la calidad de la educación. El alfabetismo, por otro lado, muestra la capacidad de la población para comprender y utilizar la información escrita, lo que es crucial en una sociedad cada vez más orientada a la información.

Las tres localidades seleccionadas, Carmen de Areco, San Andrés de Giles y San Antonio de Areco, son ejemplos representativos dentro de la región en estudio. Al elegir estas localidades, se busca analizar cómo se presentan estos indicadores en áreas cercanas geográficamente, pero que pueden variar en términos de tamaño, demografía, desarrollo económico y acceso a recursos. Esto permitirá una comparación significativa y una comprensión más profunda de las dinámicas educativas y de alfabetización en diferentes contextos.

Tabla 18: Indicadores de escolarización y alfabetismo por Municipio

	San Andrés de Giles	Norte	Provincia
Escolarización (2010)	71,3%	88,3%	89,5%
Escuelas c/ 1000 alumnos (2014)	9	7	4
Alfabetismo (2010)	98,1%	98,6%	98,6%

	San Antonio de Areco	Norte	Provincia
Escolarización (2010)	74,8%	88,3%	89,5%
Escuelas c/ 1000 alumnos (2014)	8	7	4
Alfabetismo (2010)	98,7%	98,6%	98,6%

	Carmen de Areco	Norte	Provincia
Escolarización (2010)	72,3%	88,3%	89,5%
Escuelas c/ 1000 alumnos (2014)	9	7	4
Alfabetismo (2010)	98,2%	98,6%	98,6%

Fuente: CNPhyV 2010

Instituciones financieras

Las instituciones financieras desempeñan un papel crucial en el desarrollo y el éxito de un plan turístico integral. El análisis de las instituciones ayuda a formular estrategias que garanticen la sostenibilidad y el crecimiento del sector, la relevancia de su análisis puede entenderse viendo el impacto que tienen en distintas aristas del turismo.

Si bien en San Antonio de Areco se encuentra una mayor cantidad de entidades financieras que en los otros dos municipios, los tres cuentan con el Banco Provincia, Banco de la Nación Argentina y Banco Macro, por lo que se abre la posibilidad de un trabajo en conjunto para la integración entre los municipios. La cual es fundamental para alcanzar los objetivos propuestos en el plan.

Seguridad y salud

El análisis de las condiciones de salud y seguridad en los municipios es esencial para garantizar una experiencia segura y agradable tanto para los turistas como para los

residentes. A continuación se explica la relevancia que toma en el desarrollo turístico y su estado actual:

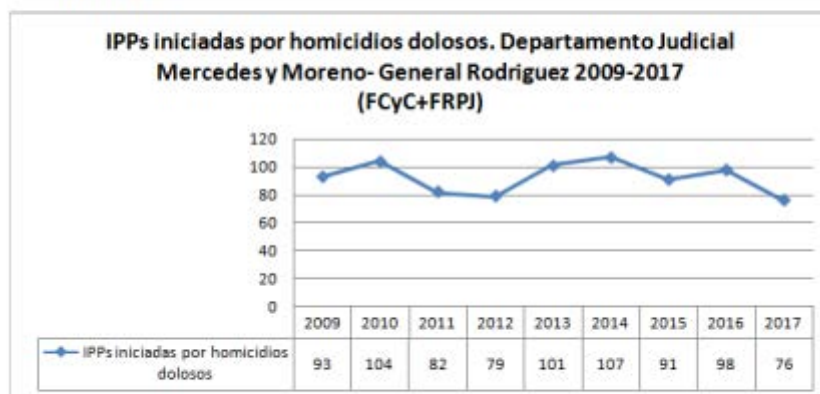
Seguridad

Se presenta la información obtenida del Observatorio de Políticas de Seguridad de la provincia de Buenos Aires de manera conjunta los datos correspondientes a dos Departamentos Judiciales. En el año 2006 se estableció el Departamento Judicial Moreno-General Rodríguez, conformado por localidades que previamente formaban parte del Departamento Judicial de Mercedes. Sin embargo, la implementación de esta separación no tuvo lugar hasta 2013. La Procuración General de la Suprema Corte de Justicia presenta los datos de ambos departamentos de manera distinta a partir de la información del año 2016. Dado que este análisis abarcaba hasta el año 2015 con datos unificados, con el objetivo de mantener un seguimiento y análisis continuado a largo plazo, se ha consolidado la información de ambos Departamentos Judiciales en una sola sección. A continuación, se examinarán el Departamento Judicial Mercedes y Moreno-General Rodríguez, que engloba a los partidos de Alberti, Bragado, Carmen de Areco, Chivilcoy, General Las Heras, General Rodríguez, Luján, Marcos Paz, Mercedes, Moreno, Navarro, Nueve de Julio, Salto, San Andrés de Giles, San Antonio de Areco, Suipacha y Veinticinco de Mayo.

Observatorio de Políticas de Seguridad de la provincia de Buenos Aires

IPPs iniciadas por homicidios dolosos consumados

Gráfico 1



Elaboración: Observatorio de Políticas de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires a partir de datos de la Procuración General de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires.

Imagen 33: Índices de seguridad (1)

IPPs: Investigaciones Penales Preparatorias publicadas por el área de Estadística de la Procuración General de la Suprema Corte de Justicia de la provincia de Buenos Aires

IPPs iniciadas por homicidios culposos

Gráfico 6



Elaboración: Observatorio de Políticas de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires a partir de datos de la Procuración General de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires.

Imagen 34: Índices de seguridad (2)

Gráfico 7



Elaboración: Observatorio de Políticas de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires a partir de datos de la Procuración General de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires.

Imagen 35: Índices de seguridad (3)

Las Investigaciones Penales Preparatorias (IPPs) relacionadas con tentativas de homicidio de los Departamentos Judiciales Mercedes y Moreno-General Rodríguez durante el periodo de 2009-2017 revelan una tendencia general al alza. Sin embargo, se observa un marcado descenso en el año 2013 (10.5), seguido de una recuperación en 2014 (13.5), que posteriormente experimenta otra disminución hasta 12.6 en 2015. A partir de este punto, los valores se estabilizan en cifras cercanas hasta el final del período estudiado. Es relevante señalar el aumento gradual en los valores a lo largo del lapso analizado, considerando el valor inicial (6.0) y el último registro (12.1).

Salud

Según las estadísticas vitales del Ministerio de Salud, la cobertura de atención médica exclusivamente pública abarcó al 35.5% de la población total de la Provincia de Buenos Aires (más de 6.1 millones de personas). Este tipo de cobertura, segmentado por grupos etarios, indicó que abarcó al 44.9% de los menores de hasta 17 años (más de dos millones), al 51.7% de los jóvenes de 18 a 24 años (987 mil), al 35.2% de las personas de 25 a 64 años (tres millones), y únicamente al 4% de los adultos mayores de 65 años o más (90 mil). Estos porcentajes superan los valores a nivel nacional, que fueron del 43.2%, 48.4%, 32.6% y 2.8% respectivamente por cada grupo etario.

La tasa de mortalidad infantil en la provincia se situó en alrededor de 9.4 por cada mil nacidos vivos, y la tasa de mortalidad materna fue de 3.2 por cada diez mil nacidos vivos, ambas cifras muy cercanas al promedio nacional. A continuación, se presentan estas tasas para cada uno de los departamentos de la provincia, primero de Carmen de Areco y luego de San Andrés de Giles y San Antonio de Areco.

Cobertura de Centros de salud y hospitales en San Andrés de Giles:

SALA DE PRIM AUX AZCUENAGA (Tipo: Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PRIM AUX STA TERESITA (Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PRIM AUX FRANKLIN (Centro de Atención Primaria de la Salud)

CENTRO DE ATENCIÓN PRIMARIA Vª MANCHI (Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PRIM AUX MONTE DE NUVI (Centro de Atención Primaria de la Salud)

CAPS RAMÓN CARRILLO (Centro de Atención Primaria de la Salud)

HOSPITAL MUNIC DE SAN ANDRÉS DE GILES (Hospital Público)

SALA DE PRIM AUX SOLIS (Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PRIM AUX Vª ESPIL (Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PRIM AUX Vª RUIZ (Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PRIMEROS AUXILIOS SOLIS (Hospital , Ruta 8 Km 102)

SALA DE PROS AUX. AZCUENAGA (Hospital)

SALA DE PROS. AUX. Vª RUIZ (Hospital)

SALA DE PROS AUX. FRANKLIN (Hospital)

SALA DE PROS AUX. MONTE DE NUVI (Hospital)

SALA DE PRIMEROS AUX. VILLA ESPIL (Hospital)

SALA DE PROS AUX. STA TERESITA (Hospital)

CENTRO DE ATENCIÓN PRIMARIA VILLA MANCHI (Hospital)

Cobertura de Centros de salud y hospitales en Carmen de Areco:

SALA DE PRIM AUX ABEL ECHART (Centro de Atención Primaria de la Salud)

UNIDAD SANITARIA RAFAEL ETCHENIQUE B° ING PABLO MARIN (Centro de Atención Primaria de la Salud)

UNIDAD SANITARIA B° NORTE (Centro de Atención Primaria de la Salud)

CAPS JOSE ESCOBEDO - B° RIGACCI (Centro de Atención Primaria de la Salud)

CAPS ALTOS DEL CANAL (Centro de Atención Primaria de la Salud)

HOSPITAL NTRA SRA DEL CARMEN (Hospital Público)

SALA DE PRIM AUX GOUIN (Centro de Atención Primaria de la Salud)

UNIDAD SANITARIA TRES SARGENTOS (Centro de Atención Primaria de la Salud)

UNIDAD SANITARIA TRES SARGENTOS (Hospital)

SALA DE PROS AUX. ABEL ECHART (Hospital)

UNIDAD SANITARIA PAULO MARÍN (Hospital)

SALA DE PROS AUX. GOWIN (Hospital)

UNIDAD SANITARIA B° NORTE (Hospital)

Cobertura de Centros de salud y hospitales en San Antonio de Areco:

UNIDAD SANITARIA DUGGAN(Centro de Atención Primaria de la Salud)

UNIDAD SANITARIA DR. TYRRELL(Centro de Atención Primaria de la Salud, Barrio Alborada)

SALA DE PRIM AUX DR. JUAN CARLOS DI SANTOS (Centro de Atención Primaria de la Salud)

CENTRO TEODORO DOMÍNGUEZ (Centro de Atención Primaria de la Salud)

UNIDAD SANITARIA Vª LIA (Centro de Atención Primaria de la Salud)

SALA DE PROS AUXILIOS JUAN CARLOS DI SANTOS

UNIDAD SANITARIA DUGGAN

UNIDAD SANITARIA VILLA LIA

HOSPITAL ZERBONI

En conclusión, priorizar la salud y la seguridad en la región de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles no sólo es crucial para el desarrollo turístico sino también para fomentar el crecimiento y la unidad de la comunidad. Mediante la implementación de medidas coordinadas de salud y seguridad, los municipios pueden crear colectivamente un entorno que promueva el bienestar, atraiga visitantes y establezca una base sólida para el crecimiento sostenible y la integración.

Telecomunicaciones y Conectividad

El análisis de las infraestructuras de telecomunicaciones y la conectividad dentro de los municipios repercute significativamente en el éxito y la competitividad del plan. Este informe aclara la importancia de realizar un análisis exhaustivo de las telecomunicaciones y la conectividad como componentes integrales del proceso de desarrollo de un plan turístico.

Importancia del análisis de las telecomunicaciones y la conectividad:

Experiencia del visitante: La disponibilidad de señal y la accesibilidad Wi-Fi mejoran la experiencia del visitante al permitir la comunicación, búsqueda de prestadores y actividades y el intercambio de experiencias, lo que repercute en la calidad de su visita.

Conectividad para los prestadores: La conectividad sin cortes permite la implementación sistemas de reserva en línea de alojamientos, excursiones y actividades, lo que agiliza el proceso de planificación del turista y genera procesos de toma de decisiones eficientes en los prestadores.

Recolección y análisis de datos: La conectividad permite la recolección y posterior análisis de datos valiosos sobre las preferencias, comportamientos y pautas de los visitantes, lo que permite mejorar la toma de decisiones inteligentes para los gobiernos locales y prestadores.

El estado de cobertura de 4G diferenciado por operador según Perf son los siguientes:

Claro

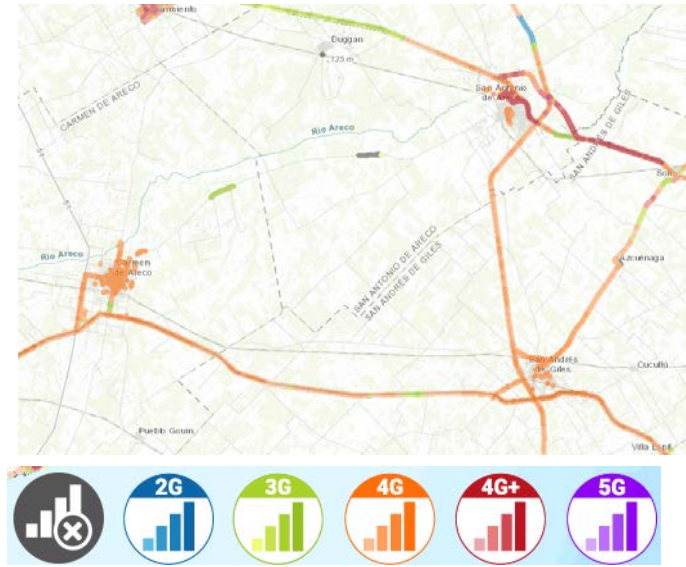


Imagen 36: Mapa de cobertura - Claro

Movistar

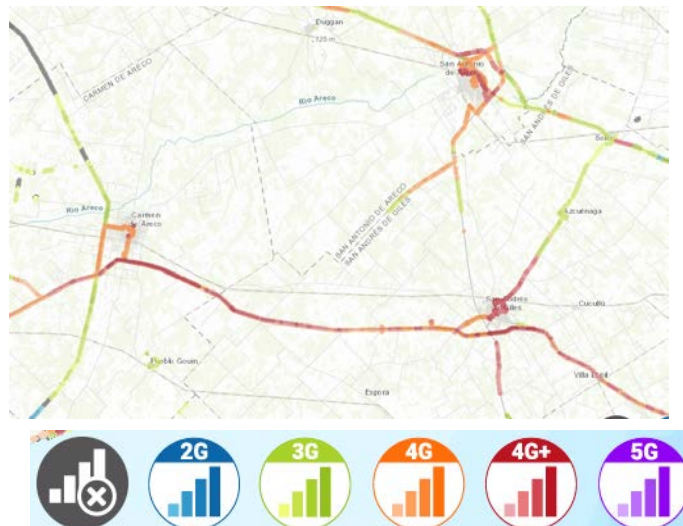


Imagen 37: Mapa de cobertura - Movistar

Personal

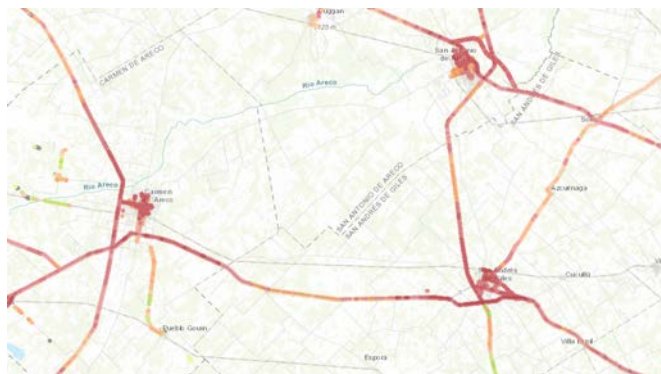




Imagen 38: Mapa de cobertura - Persona

Mapa de cobertura 3G / 4G / 5G, Argentina

Los datos son proporcionados por los usuarios de las aplicaciones mediante su ubicación en el gps, no implican que los lugares que no se encuentran resaltados carezcan de señal, pero son indicativos del contraste entre la calidad de la señal entre los centros urbanos y la ruralidad.

Conclusiones:

Al comprender las necesidades tecnológicas de los turistas modernos, el plan puede aplicar estrategias que garanticen una comunicación fluida y mejoren la experiencia del visitante. Con la mejora de las telecomunicaciones y la conectividad, el plan turístico puede atraer e involucrar a los turistas de manera eficaz, al tiempo que posiciona el destino como una opción moderna y tecnológicamente accesible para los viajeros.

Infraestructura de pavimento y veredas en áreas urbanas, espacios públicos y accesibilidad turística

El análisis de estos elementos garantiza que el entorno físico se ajuste a las necesidades y expectativas de los turistas. Este informe destaca la importancia de realizar un análisis detallado de las infraestructuras de pavimentación, los espacios públicos y la accesibilidad turística como componentes integrales del proceso de elaboración de un plan turístico.

Importancia del análisis:

Experiencia del visitante: Unas infraestructuras peatonales y de pavimentación en buen estado mejoran la experiencia global de los turistas, permitiendo una navegación fácil y un desplazamiento seguro dentro de las zonas urbanas.

Espacios públicos: Los espacios públicos estéticos y funcionales sirven de punto de encuentro y aportan dinamismo al destino, son un punto de intercambio cultural necesario para la generación de experiencias auténticas. Parques, plazas y calles bien diseñadas crean un ambiente atractivo tanto para residentes como para turistas.

Accesibilidad turística: El análisis del estado del pavimento y de las infraestructuras ayuda a identificar posibles barreras para las personas con discapacidad o movilidad reducida, garantizando la inclusión y la igualdad de acceso para todos los turistas. Esto resulta en una mejor experiencia de la comunidad, turistas y mayor cantidad de potenciales clientes para los prestadores.

Seguridad: Volviendo al punto anterior, la seguridad es uno de los factores más importantes a la hora de garantizar una experiencia agradable. Las veredas bien iluminadas y mantenidas contribuyen a crear una sensación de seguridad que anima a los turistas a recorrer y participar en actividades nocturnas.

El estado de las rutas y autopistas actualizado a Agosto por Vialidad nacional es el siguiente:

[Estado de rutas | Argentina.gob.ar](http://Argentina.gob.ar)

Provincia	Ruta	Tramo	Estado	Calzada	Km	Conocé más	Observaciones
Buenos Aires	7	Luján - Lte. Santa Fe	HABILITADA	PAVIMENTO	308		Precaución por obra de construcción de autopista
Córdoba	8	Acc. a La Carlota - Int. RN 36	HABILITADA	PAVIMENTO	95		Circular con precaución, zona de obra entre km 606 y km 613

Imagen 39: Estado de Rutas Nacionales

Se está trabajando en la construcción de una autopista entre San Andrés de Giles y San Antonio de Areco sobre la Ruta 41, lo que va a mejorar considerablemente la comunicación y seguridad de los destinos. Por otro lado, los municipios están conectados por caminos rurales, su estado depende del mantenimiento periódico de los gobiernos locales, del clima y el uso de los particulares.

Se encontraron problemas y caminos deteriorados principalmente en los ingresos a las localidades, donde el pavimento es más precario que las rutas nacionales o provinciales y el tránsito pesado proveniente principalmente del sector agropecuario genera un desgaste permanente, resultando en rutas poco seguras para los turistas, prestadores y la comunidad local.

Desarrollo de la oferta turística

Desarrollo de la Oferta Turística

La acepción económica de la palabra “oferta”, según el diccionario de la RAE, es: “Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado a un precio concreto y en un momento determinado”.

Mapas de la oferta turística por destinos

Carmen de Areco

CARMEN DE ARECO

Remates y ferias 1 | Estancia 1 | Hotelería 12 | Actividades ecuestres 2 | Actividades 1 | Día de campo 1 | Antigüedades 1 | Artesanos 2 | Productos regionales 5 | Salones de eventos 7

GOIN

Productos regionales 6 | Artesanos 1 | Alojamiento 1 | Gastronomía 4

3 SARGENTOS

Gastronomía 3 | Estancia 1

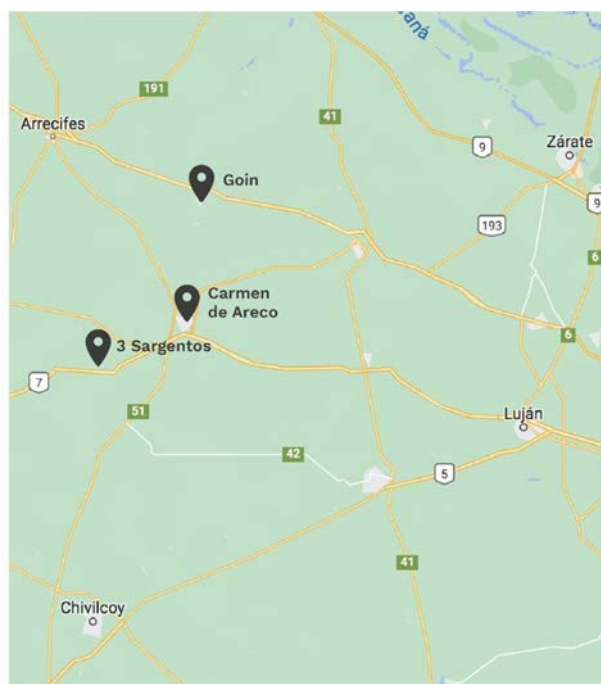


Imagen 40: Oferta y ubicación de localidades del Partido de Carmen de Areco.

Fuente: Elaboración propia

San Andrés de Giles

SAN ANDRÉS DE GILES

Gastronomía 17 | Hotelería 6 | Actividades 7 | Bares 6 | Estancias 4 | Glamping 1 | Pulpería 1

VILLA RUIZ

Alojamiento 1 | Estancia 1 | Gastronomía 5

AZCUÉNAGA

Gastronomía 4 | Hotelería 1

ESPORA

Glamping 1 | Gastronomía 1

CAMINO A VAGUES

Alojamiento 1 | Estancias 1

VILLA ESPIL

Gastronomía 1

SOLÍS

Estancia 1

CUCULLÚ

Hotelería 3 | Gastronomía 1

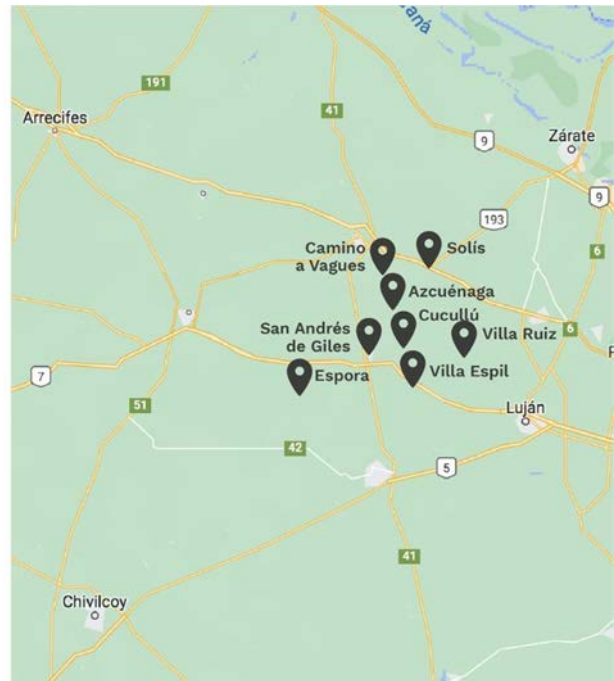


Imagen 41: Oferta y ubicación de localidades del Partido de San Andrés de Giles.

Fuente: Elaboración propia

San Antonio de Areco

SAN ANTONIO DE ARECO

Hotelería 41 | Guías de Turismo 11 | Artesanos 27 | Cabalgatas 2 | Día de campo 2 | Estancias 3 | Productos regionales 12 | Bares y cervecerías 8 | Boliches antiguos 4 | Cafetería 7 | Restaurantes 17 | Museos privados 3

VILLA LÍA

Hotelería 9 | Restaurantes 2 | Productos regionales 1 | Anticuarios 1

VAGUES

Anticuarios 1 | Hotelería 2

DUGGAN

Restaurantes 2 | Hotelería 2

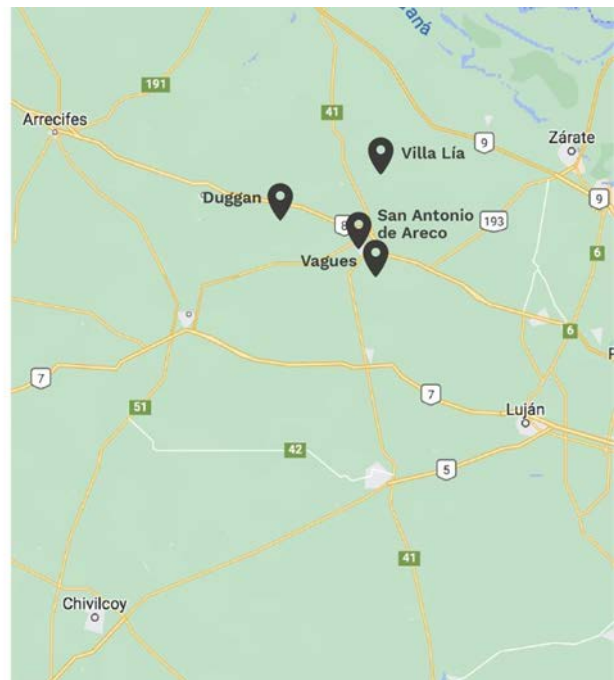


Imagen 42: Oferta y ubicación de localidades del Partido de San Antonio de Areco.

Fuente: Elaboración propia

Del análisis de la variedad y volumen de emprendimientos turísticos de cada destino resulta evidente que San Antonio de Areco posee la planta turística de mayor envergadura en su ciudad cabecera. Sustentado por el flujo importante de turistas que visitan la localidad (tanto sea visitantes por el día como alojados). Más allá de ello San Andrés de Giles registra un gran crecimiento en cuanto a su planta turística

fundamentada en el desarrollo creciente de sus pueblos rurales, particularmente en cuanto a su oferta gastronómica, así como la diversificación de destinos turísticos rurales. Es de destacar que en Espora se encuentra la única propuesta de alojamiento en la modalidad “glamping”, como innovación en alojamientos armónicos con la naturaleza.

A San Antonio de Areco desde el imaginario turístico se lo ha relacionado con el “Turismo de Estancia”, más allá de ello en la actualidad dicho destino posee 3 estancias habilitadas turísticamente. Mientras que San Andrés de Giles cuenta con 6 estancias de turismo rural.

Carmen de Areco posee una oferta más acotada, fundamentalmente en alojamiento y gastronomía. Pero cuenta con una variedad interesante de propuestas que van desde pastelerías hasta cabalgatas, actividades ecuestres, anticuarios y remates.

Una mirada general permite pensar en la fortaleza que posee el “Pago de Areco” como región turística, permitiendo el desarrollo de corredores productivos turísticos, productos integrados de turismo rural donde la oferta de un destino complementa la de otros.

Estacionalidad de destino

La estacionalidad se refiere a un conjunto de parámetros y datos que miden las variaciones en el flujo de turistas que arriban a destino. Resulta fundamental analizarlo puesto que habitualmente la estacionalidad marcada en muchos destinos turísticos genera grandes dificultades para el empresariado local y la dinámica propia de la actividad.

En tal sentido, es muy importante el hecho de que la estacionalidad en el destino es muy homogénea y con alto flujo. Aun no siendo un destino vacacional de verano, posee un flujo muy importante en enero y febrero. El mes de noviembre, mes de la Fiesta Nacional de la Tradición, alcanza su punto más alto en San Antonio de Areco. Las distintas fiestas populares generan una ruptura de la estacionalidad con gran flujo de turistas en las localidades de Carmen de Areco y Giles.

El esquema de “feriados puente y largos” instalado hace ya más de una década, posibilita contar con gran cantidad de feriados puente y largos, que generan un importante flujo de turistas. Solo a modo de ejemplo, en 2027, en San Antonio de Areco, en 28 días de feriados largos y puente se agrupa el 33 % de los ingresos del destino.

Es fundamental aclarar que la cercanía a los grandes centros emisores de turistas, como la Ciudad de Buenos Aires posibilita que el destino atraiga en forma permanente a visitantes por el día. Esta modalidad permite romper con el límite que presupone la cantidad de camas de destino e incorpora una gran cantidad de personas que consumen variedad de productos, entre ellos la oferta gastronómica. Así, los emprendimientos turísticos funcionan todo el año.

Productos turísticos

Entendemos por producto turístico al conjunto de combinaciones e interacciones sinérgica de múltiples prestaciones tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos (Pons,2000).

Tanto sea desde el espacio público mediante la gestión de cada área de turismo municipal, como de articulación entre los distintos municipios, no existe en la actualidad ofertas de productos turísticos que combinen multiplicidad de componentes. Tal fue el caso en su momento de la construcción en San Antonio de Areco del Buró de Turismo Idiográfico "Areco enseña español", que funcionó como producto de integración público-privado durante solo un año.

Por otro lado, al no contar los destinos con un desarrollo amplio de agencias de viaje receptoras (solo en San Antonio de Areco se encuentra afincada la agencia de turismo "Areco Tradición"⁶¹), no favorece el desarrollo de productos turísticos privados desde la lógica territorial, de manera receptiva. Quedando estas acciones aisladas a mano solamente del accionar de algunas y algunos guías de turismo locales que generan productos.

Es por ello que las propuestas tales como:

- *De organización y convocatoria privada (realizadas por empresas del destino)*
- *De organización que incluye transportación a destino, actividad, comida, etc.)*

Día de campo en estancias, paquetes turísticos con alojamiento, programas para fiestas populares y particularmente la Fiesta Nacional de la Tradición, escapadas de lujo, productos ecoturísticos con pernoctación, salidas de cicloturismo, salidas escolares, agroturismo, etc. quedan supeditadas a los esfuerzos de la única agencia de turismo de San Antonio de Areco, la oferta por parte de los alojamientos (rurales y urbanos) y propuestas elaboradas por guías locales.

Lo mismo sucede con actividades relacionadas al turismo alternativo y/o activo donde en la actualidad mediante las ordenanzas ya nombradas tanto San Antonio de Areco como Carmen de Areco son prácticamente los únicos destinos con posibilidad de habilitar emprendimientos de esta modalidad turística. Lo cierto es que esta normativa no ha repercutido fuertemente en el desarrollo de emprendimientos que ofrecen salidas individuales o grupales relacionadas a cicloturismo, trekking, senderismo, canotaje, kayaking, parapentismo, clases de joyería tradicional, clases de polo, cabalgatas, equitación. Se puede apreciar la existencia de algunas propuestas aisladas pero no constituyendo un rasgo identitario de cada destino y mucho menos de la región.

⁶¹ <https://arecotradicion.com/>

- *De organización y convocatoria privada (realizadas por empresas de Buenos Aires)*

Desde hace ya muchos años el destino San Antonio de Areco es fuertemente ofrecido por empresas de turismo emisoras desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Centrándose fundamentalmente en la oferta de día de campo en estancias, alojamiento en estancias de turismo, salidas por el día.

Es habitual encontrar en el mercado productos turísticos de cercanía la oferta de San Antonio de Areco y Tigre, como los dos productos/destinos estrella para el turismo de escapadas cortas y salidas por el día.

Así y todo, la mayor parte de los productos que se comercializan en CABA de San Antonio de Areco son emisivos, sin utilizar empresas locales receptoras. Y en general se trata del producto "Día de Campo". Producto que en la actualidad compite con otras propuestas más cercanas (Santa Susana, Don Silvano, etc.).

Las posibilidades que brinda la planta turística de San Antonio de Areco, así como los recursos y atractivos de destino, posibilitan generar gran cantidad de productos competitivos así como segmentar la oferta hacia distintos "nichos de mercado": en el desarrollo de la etapa propositiva del Plan trabajaremos la posibilidad de generar una variada gama de productos atento a estas oportunidades de negocios que redundará en ingresos para el destino y sus prestadores.

Productos relacionados a la joyería tradicional, la arquitectura, la literatura, una posible "ruta del caballo" que reúna una gran cantidad de variantes de productos relacionados con haras, con el gaucho, la artesanía, etc.

Es de destacar que existen dos agencias de turismo receptoras en la localidad (Areco Tradición) que pueden transformarse en ejes de comercialización de productos turísticos.

Por otro lado, San Antonio de Areco tuvo un crecimiento fuerte históricamente en su demanda de la mano receptoras salidas de adultos mayores y grupos escolares. Hoy en día la realidad nos habla de que dichos grupos, fundamentalmente los de adultos mayores, llegan en pequeña cantidad al destino. Los grupos escolares aún arriban a destino aunque en menor cantidad, entre agosto y octubre. Consumiendo fundamentalmente productos de emprendimientos como: Hotel Los Naranjos, el Club River, Estancia La Segunda en San Antonio de Areco) no son producidos por empresas locales-

Más allá de ello es posible encontrar productos turísticos de San Antonio de Areco en la oferta de productos de las empresas Tangol, Civitatis y en las principales plataformas de comercialización receptiva de turismo internacional (Viator, Evaneos, Ziccozo, Get Your Guide).

Análisis de sector MICE

El nicho de eventos empresariales y sociales se presenta como una gran posibilidad y potencialidad sustentada en la mejora sustancial en los accesos a la región, tanto sea por AU 8, AU 7 y la nueva autovía 41.

Si bien en la actualidad el sector de eventos empresariales está centralizado solo una acotada oferta de alojamientos que recibe habitualmente eventos de laboratorios médicos y empresas automotrices; el destino posee una demanda importante en cuanto a los eventos sociales (casamientos fundamentalmente) que si bien utilizan habitualmente estancias, generan una alta ocupación hotelera.

Desde el año 2015 la Dirección de Turismo participa del Observatorio de Turismo de Reuniones de la UBA. Así y todo el destino no se encuentra bien posicionado entre los destinos receptores del sector MICE fundamentalmente por la carencia de eventos certificados por AOCA e incluidos en el cronograma de eventos internacionales.

Comparativa de precios

Oportunidades para la Innovación en turismo

En términos operativos y limitando los casos de innovación a los destinos que contienen las localidades de Carmen de Areco, San Antonio de Areco y San Andrés de Giles, se evidencian las siguientes prácticas:

- La reciente incorporación de La Universidad Nacional de San Antonio de Areco (UNSADA) al Programa de Evaluación Institucional (PEI), para diagnosticar su función de investigación y desarrollo (I+D) e iniciar un proceso de planificación y mejora del área, la cual involucra a carreras vinculadas con el turismo, como la licenciatura en gestión ambiental y la licenciatura en gestión del patrimonio cultural.
- La adhesión del municipio de San Andrés de Giles a la comunidad de información geoespacial de la Provincia de Buenos Aires, donde se permite acceso a diversos paquetes de soluciones tecnológicas y capacitaciones específicas junto con distintos tipos de asesorías ad-hoc.
- La puesta en marcha para el municipio de San Andrés de Giles del Área Ambiental, donde se implementan acciones específicas orientadas a mitigar la contaminación desde distintos ángulos: fomento de creación de espacios verdes para interpretar y concientizar a la población local sobre la flora y fauna autóctona de la zona; acciones de huerta y compost, donde se realizan charlas periódicas para brindar toda la información necesaria sobre Compost, como realizarlo; también en cuanto a las temporadas de cada semilla, los tiempos de plantación, trasplantes, cuidados, etcétera, fomentando a la realización de las huertas en escuelas y hogares.
- Puesta en marcha del Programa Carmen Sustentable 2030". Con la asistencia de la UVT CEDyAT, propone constituir al municipio como referente en el tratamiento de los residuos sólidos urbanos, articulando un programa ambiental con un plan transversal e integral de economía circular y reciclaje que incluye separar en origen,

minimizar las cantidades de residuos, reutilizar los desechos y generar subproductos esenciales para la vida humana.

- Generación de encuentros virtuales en el marco de “ Foro de Juventudes de Carmen de Areco”, para debatir sobre problemáticas y posibles soluciones de la localidad.

Calidad turística

En el ámbito turístico, Argentina es un destino con una vasta experiencia en el desarrollo de instrumentos y metodologías de calidad, siendo el primer país latinoamericano en desarrollar un Sistema Nacional de Calidad Turística a partir del año 2007, en coherencia con los principios y herramientas establecidos por la Ley Nacional de Turismo 27.995/2005.

Normas, Distinciones y Sellos hoy constituyen una poderosa herramienta que profesionaliza al sector, mejora la gestión tanto pública como privada, aumenta la satisfacción del turista y da respuesta a las nuevas problemáticas que aparecen en torno al turismo y su desarrollo en las comunidades receptoras, así como a los requerimientos y exigencias de los visitantes.

El Sistema Argentino de Normas, Calidad y Certificación

Argentina cuenta con un Sistema Nacional de Normas, Calidad y Certificación, establecido mediante Decreto Nacional 1474/94, y su representación ante la Organización Internacional de Normalización (ISO) es a través del Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM). Ambas organizaciones elaboraron diferentes normas técnicas de aplicación voluntaria para el sector turístico, entre otros, que contribuyen a la mejora de los procesos turísticos, permitiendo la evaluación de la conformidad por una tercera parte, denominada organismo de certificación.

Las normas técnicas nacionales para turismo se incluyen dentro de la serie IRAM 42000, incluyendo las normas IRAM SECTUR⁶², creadas en el año 2007 producto de un convenio entre la entonces Secretaría de Turismo y el Instituto Nacional de Normalización y Certificación (IRAM), y consideran de forma integral todos los aspectos que hacen a la prestación de servicios, la gestión de la calidad, la gestión ambiental y la gestión de seguridad,

Son públicas y gratuitas, y las organizaciones pueden contratar en el momento que lo deseen de manera independiente el servicio de consultoría y certificación a cualquiera de los organismos certificadores disponibles en el mercado que trabajen con el sector turístico.

⁶² [Normas IRAM-SECTUR | Argentina.gob.ar](https://www.argentina.gob.ar/normas)

Las normas sectoriales IRAM-SECTUR del sector turístico son las siguientes:

Alojamiento

- IRAM-SECTUR 42200 – Hotelería.
- IRAM-SECTUR 42210 – Cabañas.
- IRAM-SECTUR 42220 – Casa de Huéspedes (Bed & Breakfast).
- IRAM-SECTUR 42230 – "Hostel".
- IRAM-SECTUR 42240 – Campamento ("Camping").
- IRAM-SECTUR 42250 – Alojamiento rural.

Actividades de Turismo Activo

- IRAM-SECTUR 42500 – Servicios Turísticos de Senderismo y Travesías.
- IRAM-SECTUR 42510 – Servicios Turísticos de Montañismo.
- IRAM-SECTUR 42520 – Servicios Turísticos de Cabalgata.
- IRAM-SECTUR 42530 – Servicios Turísticos de Cicloturismo.
- IRAM-SECTUR 42540 – Servicios Turísticos de "Rafting".
- IRAM-SECTUR 42550 – Servicios Turísticos de Canotaje.
- IRAM-SECTUR 42560 – Navegación turística en embarcaciones a motor.
- IRAM-SECTUR 42570 – Servicios turísticos en vehículo todo terreno.

Otros actores claves del sector turístico

- IRAM-SECTUR 42300 – Servicios turísticos en áreas naturales protegidas.
- IRAM-SECTUR 42400 – Museo.
- IRAM-SECTUR 42800 – Restaurantes.
- IRAM-SECTUR 42900 – Organización de eventos.
- IRAM-SECTUR 42910 – Empresas Intermediadoras de Servicios Turísticos.

Competencias personales

- IRAM-SECTUR 42701 – Especialista en "Rafting".

- IRAM-SECTUR 42702 – Especialista en Canotaje.
- IRAM-SECTUR 42703 - Especialista en cabalgata.
- IRAM-SECTUR 42704 – Especialista en Cicloturismo.
- IRAM-SECTUR 42705 – Coordinador de Turismo Estudiantil.

Por su parte, la ISO elabora las normas para turismo a través de su Comité Técnico 228. Además de las normas específicas para turismo, se encuentran disponibles normas genéricas - ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, entre otras - que pueden ser utilizadas por cualquier tipo de organización, incluyendo las del rubro turístico.

Asimismo, está el Premio Nacional de la Calidad, destinado a los organismos públicos del país y que otorga la Secretaría de Innovación Pública dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros. Este programa se basa en el uso de técnicas y herramientas de calidad que sostienen políticas, estrategias y planes estratégicos, para lograr una gestión de excelencia con resultados sostenibles y la satisfacción de todas las partes interesadas, y tiene por objetivo promover el desarrollo y la difusión de los procesos y sistemas destinados al mejoramiento continuo en la calidad; estimular y apoyar la modernización y competitividad en las organizaciones públicas del país vinculadas al turismo, preservando el ambiente humano y la óptima utilización de los recursos. El programa propone mejoras en la gestión, la satisfacción de los usuarios de servicios, el desarrollo del personal, la información, la planificación de las estrategias, el aseguramiento de la calidad y el control del impacto físico y social de las actividades vinculadas al turismo.

El Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)

El Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) fue establecido a través de la Resolución N° 1624/ 2008 de la entonces Secretaría de Turismo. El SACT está compuesto por un conjunto de herramientas de diferentes niveles de exigencia, especialmente diseñadas para promover la calidad en cada una de las prestaciones turísticas que brindan los destinos en todo el territorio nacional. Su objetivo es desarrollar la competitividad de las organizaciones turísticas del país a través de la aplicación de estándares de calidad que promueven la preservación de la sostenibilidad social, económica, cultural y ambiental.

Los Programas de Calidad Turística se ordenan en 4 grupos, a saber:

- a. Sellos
- b. Directrices de Gestión
- c. Municipios Turísticos Sostenibles
- d. Normas

a. Sellos

Son una herramienta ágil y de fácil implementación destinada a posicionar temáticas sobre las cuales el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación considera oportuno sensibilizar y que requieren ser implementadas para dar respuesta a las necesidades cambiantes del sector turístico⁶³. Los sellos de calidad disponibles a la fecha son:

CocinAR - Cocina Argentina: destinado a resaltar el carácter identitario de la gastronomía local además de la calidad del proceso.

ArtesanAR: es un reconocimiento a artesanos y artesanas tradicionales y contemporáneos de todo el país, independientemente de su especialización, rubro o técnicas utilizadas, que comercialicen sus productos de manera individual o bien en ferias y mercados artesanales, cuyos productos son elaborados principalmente a mano cumpliendo con determinados criterios de calidad y tradición, distinguiéndolos de este modo de los elaborados industrialmente.

Igualdad: El Sello Igualdad tiene como propósito promover buenas prácticas para la igualdad y la eliminación de la violencia por motivos de género dentro de las organizaciones turísticas; elaborado en conjunto con el Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad.

Nómades Digitales: dirigido a establecimientos que desean trabajar con este segmento de clientes, que poseen requerimientos muy específicos.

FormAR: distingue a aquellas áreas que, en el cumplimiento de 6 pautas establecidas, ponderen la cualificación de sus recursos internos y emprendan programas integrales de formación, autónomamente o en colaboración con otros actores estratégicos como universidades, cámaras, entes, asociaciones, colegio de profesionales, etc.

Turismo Industrial y Productivo: creado para brindar un reconocimiento a las organizaciones que dan a conocer su infraestructura, instalaciones, equipamiento, actividades y procesos productivos, mediante la gestión de visitas, experiencias y diversas estrategias turísticas.

b. Directrices de Gestión

Las directrices son pautas voluntarias de acción que contribuyen a optimizar la calidad del servicio desde una perspectiva ambiental, social y cultural, además de permitir mantener y actualizar los estándares alcanzados a lo largo del tiempo. Son un paso previo para aquellas organizaciones turísticas que están dando sus primeros pasos en calidad, facilitando el avance a la certificación de normas. Son implementadas y evaluadas por el Ministerio de Turismo y Deporte, quien otorga distinciones a aquellos prestadores que aprueban los requisitos mínimos.

⁶³ Sellos del SACT:

<https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/sistema-argentino-de-calidad-turistica/sellos>

Hay un conjunto de Programas que están destinados al sector público, específicamente a los organismos locales de turismo, a saber:

- Bases para la Gestión Integral de Municipios Turísticos Sostenibles
- Directrices de Accesibilidad
- Directrices de Gestión Ambiental
- Directrices de Gestión e Innovación Turística de Municipios
- Directrices para la gestión de Destinos Turísticos Inteligentes

Los primeros 4 programas están diseñados para una implementación escalonada que profundiza en los requerimientos de calidad, accesibilidad, sostenibilidad ambiental e inclusión social, culminando con una distinción integrada para el destino como **“municipio turístico sostenible”**.



Imagen 43: Esquema articulado para la distinción Municipio Turístico Sostenible del SACT

Fuente: Dirección Nacional de Calidad e Innovación Turística,
Ministerio de Turismo y Deportes de Argentina

Por su parte, para prestadores turísticos existen los siguientes Programas:

- Directrices de Calidad para Bodegas Turísticas

- Directrices de Gestión Turística de Spa
- Directrices de Gestión Turística para Ferias de Artesanías
- Directrices de Calidad Turística para Termas
- Directrices de Competitividad para Organizaciones Turísticas
- Directrices de Turismo Familiar
- Directrices de Gestión Ambiental
- Directrices de Accesibilidad

También está el **Programa Municipios Turísticos Sostenibles**, con fuerte foco en la dimensión ambiental, y discontinuados actualmente los programas **Buenas Prácticas para Destinos Turísticos**, **Directrices de Gestión Municipal y SIGO**, estos últimos más orientados a la prestación de servicios el primero y la gestión empresarial, el segundo.

La distinción se obtiene luego de que técnicos del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación realizan una evaluación a las organizaciones participantes de los programas, utilizando como criterio de referencia las directrices de cada Programa y lo que se evalúa es el nivel de implementación de las mismas en la organización. Aquellas organizaciones que alcancen o superen el porcentaje mínimo de implementación (60%), obtienen la distinción.

No obstante, los programas del SACT no son monitoreados de manera sistemática luego de ser implementados y de hecho no hubo evaluaciones de reválidas en las organizaciones que obtuvieron las distinciones de los programas mencionados.

En total, el Ministerio de Turismo y Deportes de Argentina tiene registradas 2571 organizaciones públicas y privadas distinguidas y/o certificadas, un número significativo ya que permite dimensionar la participación de todos aquellos organizaciones públicas y privadas que han formado parte de estos programas pero no hay superado los requisitos mínimos para su aprobación.

La calidad turística en el Pago de Areco

Más allá de capacitaciones en materia de mejora en las prestaciones de los servicios, se nota una participación prácticamente inexistente de los tres destinos turísticos que conforman el Pago de Areco - San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles - en las herramientas disponibles del SACT. De hecho, los únicos antecedentes se registran en San Antonio de Areco, quien sólo implementó diferentes programas de calidad del SACT en 2010, 2014 y 2015, sin continuidad en los mismos.

En el año 2010 La Bamba de Areco ingresó al Club de Excelencia - herramienta también discontinuada - En el año 2014 la Dirección de Turismo de Areco obtuvo la distinción del programa Directrices de Gestión Municipal, y se implementaron además las

Directrices de Accesibilidad, en donde resultaron distinguidos la oficina de información turística municipal y tres emprendimientos locales: Hotel & SPA San Carlos, Hotel para grupos Los Naranjos y Museo Las Lilas, Solar del Pago Hotel Boutique En 2015 se implementó el programa SIGO, que contó con 17 prestadores turísticos distinguidos. Los distinguidos pueden verificarse en la página correspondiente del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación⁶⁴.

Sellos municipales o microrregionales

En la última década se han formulados e implementados sellos por parte de gobiernos provinciales y municipales, que valen la pena analizar como desarrollos tendientes a mejorar la calidad de los servicios de los destinos en general, priorizando dimensiones específicas como la accesibilidad o la sostenibilidad ambiental, y como un componente importante de posicionamiento de marca del destino. Los resultados son variados en cuanto a su efectividad y adopción por parte de los actores turísticos, dependiendo de diversos factores: A continuación se describen y analizan sólo algunas experiencias significativas en vinculación con el presente trabajo.

Conclusiones

Los sistemas de calidad en tanto que programas nacionales, regionales o locales promueven la competitividad de los destinos considerando variables ambientales, sociales y económicas. Se puede evidenciar una presencia cada vez mayor de la sostenibilidad ambiental y sociocultural - inclusión, género, producción local, valorización del patrimonio - en los componentes de los sistemas e instrumentos de calidad; y ya se encuentran herramientas que comienzan a incentivar y poner el foco en la innovación y la tecnología. Asimismo, la consolidación del SACT desde el 2007 ha permitido la maduración de los actores turísticos, favoreciendo la aparición de herramientas y programas de calidad impulsados regional y localmente.

Como antecedente, en el Plan Estratégico de Turismo de San Antonio de Areco 2018-2029 Diagnóstico, aparece realizado una matriz FODA para la dimensión «calidad» para ese destino, que aporta inputs importantes para el desarrollo de futuras estrategias, si bien no contempla los otros 2 destinos del Pago:

FODA de calidad turística

Fortalezas

- Alto interés de los prestadores turísticos en capacitarse e implementar programas de calidad.

⁶⁴ <https://www.yvera.tur.ar/calidad/distinguidos>

- Alta participación de los prestadores turísticos en la implementación del Programa de SIGO
- Elevado nivel de satisfacción de los turistas registrado en las principales plataformas digitales

Oportunidades

- Posibilidad de implementar un sello de calidad local, dado el alto interés de prestadores y funcionarios municipales en participar de estos
- Acceso a financiamiento para acciones relacionadas con la capacitación y certificación de calidad por parte del gobierno nacional

Debilidades

- No hay ningún establecimiento turístico ni área municipal con un certificado de calidad vigente.
- Al no tener un seguimiento sistemático, las organizaciones participantes del programa SIGO no mantuvieron las acciones implementadas oportunamente.

Amenazas

- Que otras localidades con sello de calidad propio, como lo pueden ser Tigre o el Partido de La Costa, se posicionen como líderes en calidad turística, relegando a San Antonio de Areco en la temática de calidad turística⁶⁵.

El Pago de Areco, en este sentido, se encuentra desarticulado respecto a estas cuestiones a pesar de ser uno de sus municipios, San Antonio de Areco, un destino consolidado. Considerando que el SACT tiene más de 15 años, la falta de atención a las herramientas de calidad como medio de profesionalización de los actores turísticos y de incorporación sistemática y efectiva de las problemáticas que va enfrentando el turismo para lograr ser una actividad sustentable en línea con los Objetivos de Desarrollo Sustentable, es una situación que puede ocasionar una pérdida importante de competitividad y posicionamiento de los destinos de no ser subsanada.

⁶⁵ Efectivamente sucedió

Monitoreo sobre el grado de satisfacción turística en el Pago de Areco

Desde el año 2020 no se registran informes sistemáticos que den cuenta del grado de satisfacción turística en los destinos que conforman el Pago de Areco, en línea con la ausencia de estadísticas respecto de los visitantes.

A los efectos de poder obtener información sobre esta variable, se llevó adelante un análisis online de las plataformas en donde hay presencia de la oferta turística del Pago de Areco: TripAdvisor y Booking.

San Antonio de Areco

En **Booking.com**, hay 660 comentarios corresponden a hoteles, 845 a breakfast, posadas y hosterías, y 995 a casas y departamentos de vacaciones. Dado que booking modificó la disposición de la información respecto de las opiniones vertidas por los clientes, y ya no es extensiva como para permitir un análisis integral, el último registro disponible se retrotrae al año 2018⁶⁶ con un promedio de satisfacción de 8.86 sobre 10 puntos. Sin embargo, de los 66 establecimientos listados, el promedio de puntuación actual es de 8.76 por lo que se puede inferir que a pesar de pandemia y del impacto que ésta ha tenido en la subsistencia de las empresas y la calidad de los servicios, en el caso de San Antonio de Areco no afectó en materia de satisfacción para la variable alojamiento.

Trip Advisor, por su parte, permite obtener información sobre otros aspectos de la experiencia turística, como ser el caso de las atracciones, la gastronomía y las actividades. En este sentido, la gastronomía en San Antonio de Areco puntúa como «muy buena», en materia de actividades y tours, como «excelente», y para las atracciones, mientras que las atracciones reciben «muy bueno».

Carmen de Areco

Booking cuenta con 8 alojamientos, de los cuales solo están puntuados 5 con un promedio de 9 sobre 10 puntos, y 2 establecimientos están reconocidos con el Nivel 1 de Viajes Sustentables, correspondientes al criterio que utiliza la plataforma para brindar información sobre las políticas ambientales de los establecimientos que se comercializan. De los comentarios, la única dimensión que expresa baja satisfacción es la gastronomía, por la escasez de opciones y la calidad.

En **Trip Advisor**, sólo aparecen 2 opciones gastronómicas (bueno y excelente) y nada en materia de actividades.

⁶⁶ Plan Estratégico de San Antonio de Areco 2018-2025

San Andrés de Giles

Booking cuenta con una oferta de alojamiento disponibles de 13 establecimientos, con un puntaje de 8.5 sobre 10, con 2 empresas de Nivel 1 y 2 en nivel 2 de la distinción de Sustentabilidad de la plataforma. En el pueblo de Azcuénaga, figuran 3 establecimientos, en Solís 2, de los cuales 1 tiene 1 nivel en Sustentabilidad, en Villa Ruiz 4, en Vagues 1 y en Azcuénaga, 3 de los cuales 1 tiene 1 nivel en Sustentabilidad. El puntaje obtenido en materia de satisfacción para el alojamiento en los pueblos es superior a 9 sobre 10.

En **Trip Advisor**, si bien las opiniones son escasas como para ser representativas con rigurosidad metodológica, la satisfacción respecto de las actividades para hacer es «promedio» (ni bueno ni malo). Respecto del alojamiento, figuran 9 alquileres temporarios con una calificación promedio de «excelente». El pueblo de Azcuénaga aparece con un perfil propio y 14 establecimientos, con calificación promedio «excelente» y mayor participación de usuarios que en el perfil de la ciudad de Carmen de Areco. Aparecen 3 restaurantes con calificación de «muy bueno», con la salvedad de que aquí este resultado es producto de 438 opiniones. No aparecen destacados para «actividades» y/o «atractivos».

Demanda turística

Posicionamiento e imagen de marca

El posicionamiento es una de las herramientas más valiosas de marketing porque, por un lado, permite formular una imagen comparativa y competitiva – en este caso del destino – de la oferta al mercado, y por otro, porque permite expresar los elementos claves que son analizados y percibidos por el turista en torno de la oferta que se le presenta.

En sí, es una ficción técnica que sintetiza una realidad compleja tanto en el territorio como en las mentes de los consumidores de manera individual, y en todo el conjunto de personas colectivamente, como el mercado. Hay diferentes técnicas para definir el posicionamiento, dependiendo de cuestiones técnicas, las realidades de contexto, la información disponible, etc.

Aproximación metodológica

Para este proyecto, y en esta etapa que presenta el posicionamiento actual (no el deseado) se utilizaron como input diversas fuentes: el análisis de sitios de viajes con reseñas y foros de viajeros – analizados en el apartado específico de TripAdvisor -, la información resultante de las encuestas de demanda implementadas como parte de los requisitos del Diagnóstico⁶⁷, la información resultante de las entrevistas en profundidad a los actores relevantes de los tres municipios, el relevamiento de la oferta, y la comunicación propia dirigida a los visitantes provista oficialmente por cada uno de ellos.

En este apartado, se desagregaron algunas variables relevantes resultantes de las diferentes fuentes de información por considerarse más significativas, y se utilizó una adaptación de la matriz de Joseph Chias para complementar el mismo.

La matriz de Joseph Chias

Joseph Chias distingue diversos factores de posicionamiento:

- Un eje naturaleza – cultura

⁶⁷ A la fecha con 96 respuestas

- Un eje sensaciones – estímulos
- Un eje confiabilidad

Para el presente trabajo, se toman solamente los ejes naturaleza-cultura y sensaciones-estímulos, ya que el eje confiabilidad será desarrollado en la etapa de análisis de la oferta por considerar la relación precio-calidad. Para el primer eje, en el extremo NATURALEZA se encuentran elementos generales como el paisaje – playas, ríos, campo, lagos, etc. -; en el extremo CULTURA se encuentran elementos como la gastronomía, las actividades culturales, el patrimonio histórico, etc. El segundo eje hace foco en las vivencias que experimenta el propio turista durante el viaje: las SENSACIONES son aquellas consecuencias del lugar y su gente – la desconexión, la hospitalidad de la gente, etc. -, mientras que los ESTÍMULOS se encuentran aquellos elementos más relacionados con la oferta creada por el ser humano – espectáculos, mega eventos, compras, excursiones. La combinación de ambos resulta en el estilo de vida propio que caracteriza y diferencia el lugar.

Posicionamiento del Pago de Areco y los destinos que conforman la región

El Pago de Areco no cuenta con antecedentes de desarrollo regional, por lo que la única fuente de análisis para conocer la posible percepción actual de la región en la mente de los viajeros fue la encuesta de demanda. Para ello, se diseñó una pregunta específica respecto a su asociación con un número de variables y dimensiones que representarán a los tres destinos⁶⁸.

Las respuestas permiten observar que el posicionamiento de la región se identifica con el posicionamiento de San Antonio de Areco solamente.

Esto también se evidencia en la cantidad de visitas a los destinos, como se analiza a continuación:

⁶⁸ Pregunta 15 de Encuesta de demanda Pago de Areco 2023, en Anexo

P3: ¿Visitaste alguno de estos destinos?
 Marcá los casilleros que correspondan.
 Si no visitaste ninguno, dejar en blanco

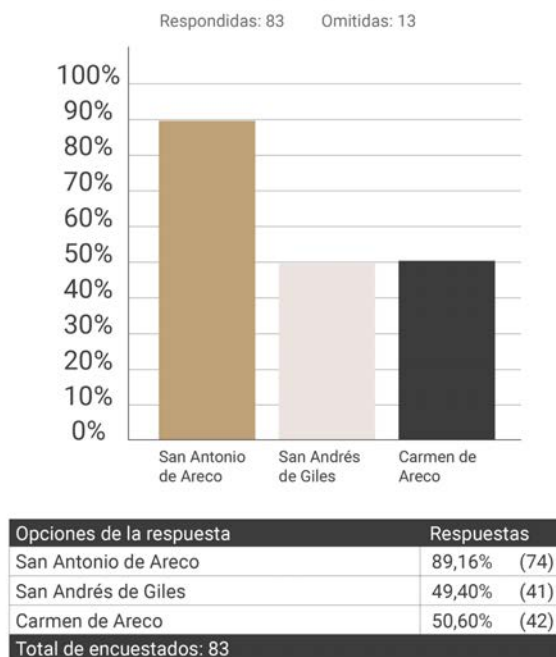


Imagen 44: Respuestas a visitas a los destinos del Pago de Areco (Preg. 3)

Fuente: Encuesta de Demanda 2023 Plan Estratégico Pago de Areco

Del total de las personas encuestadas, el 86,4% habían visitado alguno de los 3 destinos. Dentro de ese detalle, se destaca que el 89,1% lo hizo en San Antonio de Areco, el 50,6% en Carmen de Areco y el 49,3% en San Andrés de Giles. Este dato refleja la clara condición de destino consolidado de San Antonio de Areco frente a los otros dos destinos que conforman el Plan, los cuales se encuentran en un estadio más emergente.

P4: En caso de que hayas visitado alguno de estos destinos, ¿qué medio de transporte utilizaste?

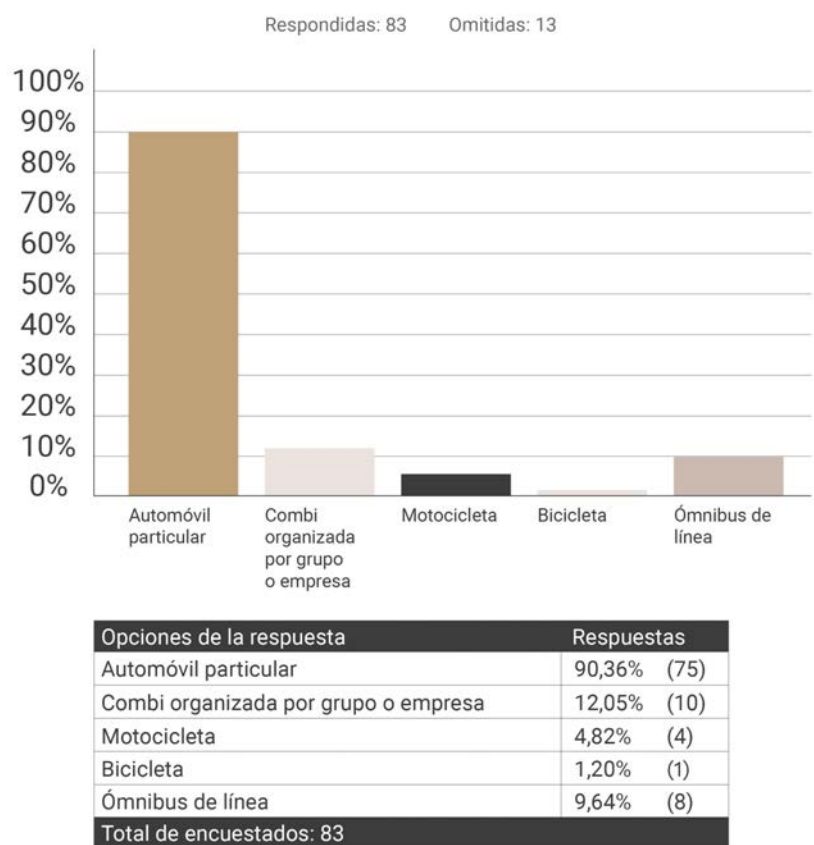


Imagen 45: Medio de transporte utilizado en la visita a los destinos del Pago de Areco (Preg. 4)

Fuente: Encuesta de Demanda 2023 Plan Estratégico Pago de Areco

Del total de las personas que visitaron alguno de los 3 destinos, se destaca que el 90,36% lo hizo en automóvil particular, mientras que la segunda opción más elegida fue una Combi organizada por grupo o empresa (12,05%) y Ómnibus de línea (9,64%), seguido por otras opciones más marginales.

Este dato evidencia la importante de la conectividad de los 3 destinos con el principal centro emisor de turistas a nivel nacional, como es el AMBA (Área Metropolitana de Buenos Aires), vía autopista (RN 7 y RN 8). A su vez, también pone de relevancia la importancia de la actual obra de autovía en la RP 41 entre San Antonio de Areco y San Andrés de Giles.

Otras de las preguntas realizadas a los encuestados fue “En caso que hayas visitado alguno de estos tres destinos. ¿Qué fué lo que más te gustó?” (Pregunta 11)

Se analizan las respuestas más comunes por cada destino:

Tabla 19 : Atractivos más destacados por los turistas

San Antonio de Areco	San Andrés de Giles	Carmen de Areco
Casco histórico	Los pueblos rurales (resalta Azcuénaga)	El campo
La gastronomía	La tranquilidad	La gente
El Río Areco	La gente	El camping
Caminar por el pueblo	La plaza principal	La tranquilidad
El Museo Guiraldes	El campo	La naturaleza
La arquitectura y patrimonio	La gastronomía	
La ruralidad		
La tranquilidad		
La tradición		

Fuente: Encuesta de Demanda Pago de Areco 2023

Además, se analizó el posicionamiento particular para cada uno de los tres municipios, como se detalla a continuación.

Posicionamiento de Carmen de Areco

Las reseñas de los viajeros que han visitado Carmen de Areco resaltan su tranquilidad, su gastronomía, y algunos patrimonios históricos, pero se destaca sobre todo como un lugar ideal para hacer actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas y pesca. Por su parte, las actividades con mayor porcentaje de respuesta en la encuesta de demanda son la realización de trekking (50%), pasar un día en un pueblo rural (25.53%), el recorrido de caminos rurales en auto (39,43%), degustar la gastronomía local (25%) el motociclismo (66.67%), la observación de aves (60%), andar a caballo (35,29%) y pasar el día en alguno de los balnearios de la zona (33.3%). En coincidencia, los actores estratégicos entrevistados también coinciden en señalar las mismas actividades.

Tomando como referencia la encuesta de demanda, lo que más les gustó a los visitantes estuvo muy disperso: la tranquilidad, la gente y la cordialidad de la gente, el camping, y la ciudad en sí como casco urbano. Lo que menos gustó fue la falta de limpieza en el río, la poca oferta hotelera y las pocas actividades para el turismo.

La siguiente nube de palabras (Figura 19) refleja asimismo las principales asociaciones – sin orientación - resultantes de la encuesta de demanda.



Imagen 46: Asociaciones con Carmen de Areco – Nube de palabras

Fuente: Elaboración Propia en base a Encuesta de Demanda 2023 El Pago de Areco

Carmen de Areco es un destino asociado fuertemente a la tranquilidad, la cordialidad de su gente y actividades de disfrute de bajo impacto en la naturaleza con fuerte presencia de ecoturismo y escasa presencia de oferta turística. Sus pueblos rurales no tienen un rol importante en el posicionamiento. Es un destino posicionado más hacia la naturaleza y las sensaciones en la matriz de Joseph Chias.

Posicionamiento de San Andrés de Giles

Las respuestas de la encuesta de demanda resaltaron como lo más positivo del destino fueron los pueblos rurales – en particular Azcuénaga y en segundo término Cucullu, la gastronomía, la tranquilidad, la gente y en este caso el patrimonio arquitectónico, mientras que menos les gustó fue el excesivo ruido de motos, la escasa señalización para visitantes, la poca oferta gastronómica, y saturación de visitantes en “días típicos”. Como puede verse, la queja por el ruido de las motos coincide con el motociclismo como la actividad más elegida (66,67%) entre las respuestas para el

San Antonio de Areco es un destino asociado fuertemente a la cultura, en particular a la tradición, la cultura gauchesca y el patrimonio histórico, en un entorno de vida de pueblo o pequeña ciudad rural con espacios verdes y la presencia importante de un río. Es asimismo un destino con identidad marcada y única que causa impacto positivo en sus visitantes, y que ofrece muchas alternativas para su disfrute, asociadas con actividades de poco esfuerzo físico y experiencias vivenciales. Los pueblos rurales pequeños y la naturaleza no juegan un papel destacado. Es un destino posicionado hacia la cultura y los estímulos en la matriz de Joseph Chias.

Percepción de la demanda sobre la región del Pago de Areco en Trip Advisor

A los efectos de identificar el posicionamiento y la percepción de la demanda para el Pago de Areco, se procedió a realizar una investigación sobre su presencia en el sitio TripAdvisor.

La información obtenida se basó principalmente en el análisis de actividad de los usuarios en el Foro de Viajeros del Sitio, en donde se concentran las preguntas más frecuentes sobre aquellas variables y dimensiones que le preocupan más a los turistas, en general y en función del segmento al que pertenecen. Asimismo, permite identificar las actividades, intereses y experiencias que son consideradas de mayor valor. Todas estas cuestiones son inputs para la conformación de los perfiles de demanda, las estrategias y acciones vinculadas con la oferta de atractivos y servicios, y en líneas generales, el desarrollo y la promoción.

En TripAdvisor el destino con presencia clara es San Antonio de Areco, mientras que los restantes municipios – San Andrés de Giles y Carmen de Areco – no tienen presencia como destinos turísticos; en el caso de San Andrés de Giles, como se mencionó, el pueblo de rural de Azcuénaga es el único que aparece pero de manera independiente, y Carmen de Areco de manera secundaria como lugar cercano a visitar. El Pago de Areco no aparece mencionado; lo cual es lógico considerando la inexistencia de un desarrollo regional conjunto.

El presente análisis concentrado por los motivos anteriores en San Antonio de Areco y se basa en 7549 mensajes en el Foro de Viajeros: web [Foros sobre viajes a San Antonio de Areco](#)

A continuación se presenta sintetizada la información más relevante organizada:

- *Temas que aparecen con mayor frecuencia para San Antonio de Areco*
 1. Actividades y atracciones turísticas: Los usuarios suelen preguntar por las principales atracciones turísticas de San Antonio de Areco, así como por actividades como paseos a caballo, visitas a estancias, museos y eventos culturales.
 2. Alojamiento y hospedaje: Los viajeros suelen buscar recomendaciones de alojamiento, ya sea en hoteles, hostels o casas de alquiler.

3. Gastronomía y restaurantes: Los usuarios comparten sus experiencias en restaurantes y bares, así como piden recomendaciones para probar la comida típica de la región.
4. Transporte y movilidad: Los usuarios consultan sobre los medios de transporte disponibles para llegar a San Antonio de Areco y para moverse dentro de la ciudad.
5. Compras y souvenirs: Los viajeros preguntan por los mejores lugares para hacer compras y encontrar souvenirs típicos de la región.
6. Seguridad y salud: Los usuarios preguntan por la seguridad de la ciudad y las recomendaciones para mantenerse sanos durante su estancia.
7. Clima y temporada de viaje: Los viajeros consultan sobre la mejor época del año para visitar San Antonio de Areco y las condiciones climáticas que pueden esperar durante su estancia.

- *Preguntas más frecuentes vinculadas con actividades y atracciones turísticas en San Antonio de Areco*

- ¿Cuáles son las principales atracciones turísticas de San Antonio de Areco?
- ¿Qué actividades se pueden hacer en San Antonio de Areco?
- ¿Cómo es el ambiente en San Antonio de Areco?
- ¿Cuál es el mejor momento para visitar San Antonio de Areco?
- ¿Cuáles son los tours más recomendados en San Antonio de Areco?

- *Principales atracciones turísticas de San Antonio de Areco que aparecen en las reseñas y recomendaciones de los viajeros*

1. Museo Las Lilas de Areco: Este museo cuenta con una importante colección de objetos relacionados con la vida y obra del escritor y poeta argentino José Hernández, quien escribió el famoso poema gauchesco "Martín Fierro".
2. Plaza Ruiz de Arellano: Esta plaza es el corazón de San Antonio de Areco y está rodeada por edificios históricos, iglesias y museos. También es el lugar donde se llevan a cabo numerosos eventos culturales y festivales durante todo el año.
3. Estancia La Porteña: Esta estancia es una de las más antiguas de la zona y ofrece a los visitantes una experiencia auténtica de la vida rural argentina, con paseos en caballo, asados criollos y música folclórica en vivo.

4. Museo Draghi: Este museo se encuentra en la casa del famoso artista plástico argentino Florencio Molina Campos y cuenta con una importante colección de obras de arte relacionadas con la cultura gauchesca.
 5. Iglesia de San Antonio de Padua: Esta iglesia es una de las más antiguas de la ciudad y cuenta con una hermosa arquitectura colonial española y una rica historia religiosa.
 6. Puente Viejo: Este puente es uno de los lugares más pintorescos de San Antonio de Areco y ofrece hermosas vistas del río y los alrededores de la ciudad.
 7. Museo Ricardo Güiraldes: Este museo está dedicado a la vida y obra del escritor argentino Ricardo Güiraldes, autor de la novela "Don Segundo Sombra", una de las obras más importantes de la literatura gauchesca argentina.
- *Recomendaciones de los viajeros cuando otros preguntan sobre qué actividades hacer en San Antonio de Areco*
 1. Paseos a caballo: La mayoría de las estancias ofrecen paseos a caballo por los campos y senderos de la región, con vistas impresionantes de la naturaleza y la vida rural argentina.
 2. Visitas a estancias: Las estancias son una parte importante de la cultura gauchesca argentina, y en San Antonio de Areco se pueden visitar varias de ellas para conocer más sobre la vida rural y la historia de la región.
 3. Talleres de artesanías: San Antonio de Areco es conocido por su artesanía en plata, cuero y otros materiales, y hay varios talleres y tiendas donde se pueden comprar y aprender a hacer artesanías locales.
 4. Festivales y eventos culturales: Durante todo el año, la ciudad organiza diversos festivales y eventos culturales relacionados con la música folclórica, la danza y la cultura gauchesca.
 5. Caminatas por la ciudad: San Antonio de Areco cuenta con un hermoso centro histórico con calles empedradas, edificios coloniales y monumentos históricos que se pueden recorrer a pie para conocer la rica historia y cultura de la ciudad.
 6. Observación de aves: La región de San Antonio de Areco es un lugar ideal para la observación de aves, con una gran variedad de especies que se pueden ver en los campos y bosques de la zona.
 7. Gastronomía local: La comida es un aspecto importante de la cultura argentina, y en San Antonio de Areco se pueden degustar platos típicos como el asado, el locro y las empanadas, así como vinos y cervezas artesanales locales.

- *Cómo es el ambiente en San Antonio de Areco*

Las reseñas y opiniones describen el ambiente en San Antonio de Areco como es “muy tranquilo”, “relajado” y “amigable”. Los visitantes suelen destacar la hospitalidad de los habitantes locales, quienes los reciben con los brazos abiertos y les brindan información y recomendaciones sobre la ciudad y sus atracciones turísticas.

También se señala que el ambiente es “muy auténtico” y “conserva la esencia de la cultura gauchesca argentina”. Los edificios coloniales, las calles empedradas y las plazas históricas crean un ambiente encantador que invita a explorar la ciudad a pie y disfrutar de su ritmo pausado.

Muchos viajeros comentan que se sienten muy seguros caminando por las calles de San Antonio de Areco, incluso de noche. La ciudad es considerada muy tranquila y pacífica, con un bajo índice de delitos y una comunidad amigable y solidaria.

- *Cuál es el mejor momento para visitar San Antonio de Areco*

El mejor momento para visitar San Antonio de Areco depende en gran medida de las preferencias y objetivos de cada visitante. A continuación, se presentan algunas de las respuestas más comunes a esta pregunta:

1. **Época de festivales:** San Antonio de Areco cuenta con varios festivales y eventos culturales a lo largo del año, como la Fiesta Nacional de la Tradición en noviembre, el Festival de Música Popular Argentina en enero y el Festival de la Guitarra en marzo. Si se desea experimentar la cultura gauchesca y la música folclórica argentina en su máximo esplendor, el mejor momento para visitar la ciudad sería durante alguno de estos festivales.
2. **Primavera y otoño:** Muchos viajeros recomiendan visitar San Antonio de Areco durante la primavera (de septiembre a noviembre) o el otoño (de marzo a mayo), cuando las temperaturas son agradables y hay menos turistas en la ciudad. Durante estas estaciones, los campos y la naturaleza de la región se ven especialmente hermosos y se pueden disfrutar de actividades al aire libre como paseos a caballo y caminatas.
3. **Verano:** El verano (de diciembre a febrero) es una época muy popular para visitar San Antonio de Areco debido al clima cálido y soleado, lo que permite disfrutar de las piscinas y los espacios verdes en los alojamientos. Además, en esta época hay más eventos y festivales culturales que se suman al atractivo turístico de la ciudad.
4. **Invierno:** El invierno (de junio a agosto) en San Antonio de Areco es fresco y seco, lo que lo hace un buen momento para disfrutar de actividades al aire libre como caminatas y paseos a caballo. Además, en esta época del año, los precios de alojamiento pueden ser más asequibles.

- *Tours más recomendados en San Antonio de Areco*

Los tours más recomendados en San Antonio de Areco son:

1. Recorrido a pie por el casco histórico: Muchos viajeros recomiendan hacer un recorrido a pie por el casco histórico de San Antonio de Areco para conocer los edificios coloniales, las plazas y los monumentos históricos de la ciudad. Este tipo de tour suele ser guiado por un experto en historia y cultura local y puede durar entre 1 y 2 horas.
2. Paseo en bicicleta por los campos y la naturaleza: Otra actividad popular en San Antonio de Areco es hacer un paseo en bicicleta por los campos y la naturaleza de la región. Muchos tours ofrecen bicicletas y guías turísticos para recorrer los senderos rurales y disfrutar de la belleza natural de la zona.
3. Visita a estancias y ranchos: San Antonio de Areco es conocida por su cultura gauchesca y muchos viajeros recomiendan visitar alguna de las estancias o ranchos cercanos para conocer de cerca las costumbres y tradiciones de los gauchos argentinos. Estas visitas pueden incluir actividades como paseos a caballo, asados y espectáculos folclóricos.
4. Degustación de comida y vinos locales: La región de San Antonio de Areco es también conocida por su gastronomía y sus vinos. Por ello, muchos tours ofrecen visitas a bodegas y restaurantes locales para degustar los platos típicos y los vinos de la zona.
5. Clases de cocina y artesanías: Para aquellos interesados en aprender más sobre la cultura y la tradición de San Antonio de Areco, también hay tours que ofrecen clases de cocina y artesanías. Estas actividades permiten aprender técnicas culinarias y artesanales locales y llevarse una experiencia única y auténtica de la región.

- *Actividades prefiere la gente para un día de campo*

Algunas de las actividades más populares para disfrutar en un día de campo en San Antonio de Areco son:

1. Paseos a caballo: Una de las actividades más populares en un día de campo es el paseo a caballo por los campos y senderos rurales. Muchos lugares ofrecen caballos entrenados y guías turísticos para recorrer la zona y disfrutar de la belleza natural de la región.
2. Asados y comidas típicas: Los asados y las comidas típicas de la región son otra de las actividades preferidas en un día de campo. Muchos lugares ofrecen parrilladas y comidas elaboradas con productos locales y típicos de la cultura gauchesca.
3. Espectáculos de folklore y música: Algunos lugares también ofrecen espectáculos de folklore y música para conocer y disfrutar de la cultura local. Estos espectáculos pueden incluir música en vivo, bailes tradicionales y demostraciones de destrezas gauchas.

4. Actividades recreativas y deportes: En un día de campo también se pueden realizar actividades recreativas y deportivas como juegos de mesa, caminatas, pesca, tiro al blanco, entre otras opciones.
5. Descanso y relajación: Finalmente, muchas personas también eligen un día de campo para descansar y relajarse en un ambiente natural y tranquilo. Los lugares de campo ofrecen diferentes opciones para disfrutar de un día al aire libre, como áreas de descanso, jardines y paisajes pintorescos.

- *Adjetivos aparecen usados más frecuentemente cuando se habla de San Antonio de Areco*

Algunos de los adjetivos que aparecen con mayor frecuencia al hablar de San Antonio de Areco son:

1. Tradicional: San Antonio de Areco es conocido por mantener muchas de las tradiciones gauchas y criollas de la región, por lo que el adjetivo "tradicional" aparece con mucha frecuencia en las reseñas.
2. Pintoresco: Muchos viajeros destacan la belleza y el encanto de San Antonio de Areco, por lo que el adjetivo "pintoresco" también aparece con frecuencia en las reseñas.
3. Tranquilo: A menudo se menciona que San Antonio de Areco es un lugar tranquilo y relajante, ideal para desconectar y disfrutar de la naturaleza.
4. Auténtico: Muchos viajeros destacan la autenticidad de San Antonio de Areco y la forma en que ha mantenido su esencia a lo largo del tiempo.
5. Hospitalario: Muchos viajeros destacan la hospitalidad de los habitantes de San Antonio de Areco y su disposición para ayudar y hacer sentir bienvenidos a los visitantes.

En resumen, algunos de los adjetivos más frecuentes al hablar de San Antonio de Areco son tradicional, pintoresco, tranquilo, auténtico y hospitalario.

- *Preguntas relacionadas con actividades para chicos o toda la familia*

Algunas de las preguntas más comunes son:

1. ¿Qué actividades se pueden hacer con niños en San Antonio de Areco?
2. ¿Recomiendan visitar San Antonio de Areco con niños pequeños?
3. ¿Hay alguna actividad especial para niños en las estancias de San Antonio de Areco?
4. ¿Qué lugares son recomendados para visitar en familia en San Antonio de Areco?

Las respuestas a estas preguntas suelen incluir recomendaciones de lugares para visitar en familia, como el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes, el Parque Criollo y el Paseo de los Artesanos, así como actividades como paseos en carruajes, cabalgatas y visitas a estancias donde se pueden conocer animales y disfrutar de actividades al aire libre.

- *Preguntas relacionadas con alojamientos económicos para jóvenes*

Algunas de las preguntas más comunes son:

1. ¿Qué opciones de alojamiento económico hay en San Antonio de Areco?
2. ¿Recomiendan algún hostel o albergue para jóvenes en San Antonio de Areco?
3. ¿Cuáles son las opciones más baratas de alojamiento en San Antonio de Areco?

Las respuestas a estas preguntas suelen incluir recomendaciones de hostels o albergues en la zona, como el Hostel La Posta, el Hostel El Puesto y el Hostel Los Cardales. También se mencionan opciones de alojamiento más económicas, como casas de huéspedes y hospedajes en el centro de la ciudad.

- *Preguntas que realizan los visitantes extranjeros*

Algunas de las preguntas más comunes son:

1. ¿Qué lugares o actividades recomiendan para conocer la cultura gaucha en San Antonio de Areco?
2. ¿Es fácil moverse en San Antonio de Areco sin conocer el idioma español?
3. ¿Qué opciones hay para hacer turismo en San Antonio de Areco con un presupuesto limitado?
4. ¿Hay algún servicio de tour en San Antonio de Areco que hable inglés u otro idioma?

Las respuestas a estas preguntas suelen incluir recomendaciones de lugares para conocer la cultura gaucha en San Antonio de Areco, como el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes y las estancias que ofrecen actividades al aire libre. También se mencionan opciones para moverse en la ciudad, como alquilar bicicletas o caminar por el centro histórico. Además, se ofrecen recomendaciones de tours que hablen inglés u otros idiomas y opciones de turismo más económicas, como visitar los museos y pasear por los barrios históricos.

- *Lugares y actividades recomendados para extranjeros que no se mencionan entre los visitantes nacionales*

En general, los lugares y actividades recomendados para los visitantes extranjeros en San Antonio de Areco son similares a los que se recomiendan a los visitantes nacionales. Sin embargo, hay algunos lugares y actividades que podrían ser más populares entre los visitantes extranjeros, como por ejemplo:

1. La Fiesta de la Tradición: esta es una fiesta que se celebra en el mes de noviembre y que atrae a muchos turistas extranjeros que quieren conocer más sobre la cultura gaucha. Durante la fiesta, se realizan desfiles de caballos, bailes folklóricos y otras actividades relacionadas con la tradición gaucha.
2. Visita a las estancias: muchas estancias en San Antonio de Areco ofrecen actividades al aire libre, como paseos a caballo, asados y visitas guiadas a las instalaciones. Estas actividades pueden ser muy atractivas para los visitantes extranjeros que quieren conocer más sobre la vida en el campo argentino.
3. Clases de tango: aunque San Antonio de Areco no es conocida como una ciudad del tango, algunas personas ofrecen clases de tango para turistas extranjeros que quieren aprender este baile típico argentino.
4. Museo Draghi: este es un museo que cuenta con una colección de objetos antiguos relacionados con la cultura gaucha, como ponchos, guitarras y espuelas. Este museo puede ser especialmente interesante para los visitantes extranjeros que quieren conocer más sobre la historia de la cultura gaucha.

- *Temáticas más frecuentes entre las preguntas de los extranjeros*

Algunas temáticas que son más frecuentes entre las preguntas de los extranjeros son:

1. Cultura gaucha: muchos turistas extranjeros están interesados en conocer más sobre la cultura gaucha, incluyendo la vestimenta tradicional, la música y las costumbres.
2. Comida argentina: la comida argentina es muy popular entre los turistas extranjeros, especialmente el asado y los vinos argentinos. Por lo tanto, muchas personas preguntan por recomendaciones de restaurantes y bodegas.
3. Tango: aunque San Antonio de Areco no es conocida como una ciudad del tango, algunos turistas extranjeros están interesados en aprender a bailar tango o en conocer más sobre su historia.
4. Naturaleza y actividades al aire libre: muchos turistas extranjeros visitan San Antonio de Areco para disfrutar de la naturaleza y las actividades al aire libre, como paseos a caballo, caminatas y pesca.
5. Artesanías y productos regionales: los turistas extranjeros también están interesados en las artesanías y los productos regionales, como los cueros y las cerámicas.

- *Temáticas más frecuentes entre las preguntas de los nacionales*

Algunas temáticas que son más frecuentes entre las preguntas de los nacionales:

1. Turismo interno: muchos argentinos están interesados en conocer más sobre su propio país y buscan información sobre destinos turísticos dentro de Argentina, incluyendo San Antonio de Areco.
2. Fiestas y festivales locales: muchos turistas nacionales preguntan sobre las festividades locales, como la Fiesta de la Tradición, que es un evento importante en San Antonio de Areco.
3. Actividades para familias: los turistas nacionales a menudo viajan con sus familias y buscan actividades que puedan disfrutar juntos, como paseos en familia, actividades al aire libre y eventos culturales.
4. Historia y patrimonio: los turistas nacionales también están interesados en la historia y el patrimonio de San Antonio de Areco, incluyendo la arquitectura, los museos y los monumentos históricos.
5. Gastronomía local: los turistas nacionales preguntan sobre la gastronomía local, incluyendo los restaurantes y platos típicos de la región.

- *Adjetivos usados más frecuentemente cuando se habla de San Antonio de Areco entre los nacionales*

Algunos de los adjetivos más comunes que se utilizan para describir San Antonio de Areco entre los turistas nacionales son:

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. Tradicional | 6. Relajante |
| 2. Auténtico | 7. Hospitalario |
| 3. Encantador | 8. Cultural |
| 4. Pintoresco | 9. Rural |
| 5. Histórico | 10. Familiar |

- *Adjetivos usados más frecuentemente cuando se habla de San Antonio de Areco entre los extranjeros*

Algunos de los adjetivos más comunes que se utilizan para describir San Antonio de Areco entre los turistas extranjeros son:

- | | |
|---------------|-------------|
| 1. Auténtico | 3. Rústico |
| 2. Pintoresco | 4. Cultural |

- | | |
|----------------|--------------|
| 5. Encantador | 8. Sereno |
| 6. Tradicional | 9. Relajante |
| 7. Histórico | 10. Único |

- *Paseos a pueblos o lugares cercanos a San Antonio de Areco que aparecen mencionados*

Los lugares mencionados son:

1. Villa Lia: una pequeña localidad ubicada a unos 20 km de San Antonio de Areco, conocida por sus paisajes y actividades al aire libre, como caminatas y cabalgatas.
2. Carmen de Areco: una ciudad ubicada a unos 40 km de San Antonio de Areco, que cuenta con una plaza principal rodeada de edificios históricos y un museo local.
3. Capilla del Señor: una ciudad ubicada a unos 40 km de San Antonio de Areco, conocida por su arquitectura colonial y sus productos regionales, como quesos y dulces.
4. Luján: una ciudad ubicada a unos 50 km de San Antonio de Areco, que es famosa por su Basílica de Nuestra Señora de Luján, un importante centro de peregrinación católico en Argentina.

- *Adjetivos aparecen en relación con Villa Lia*

Algunos adjetivos que aparecen en relación a Villa Lía son:

1. Hermoso: muchos visitantes describen a Villa Lía como un lugar hermoso, con paisajes naturales impresionantes.
2. Tranquilo: varios turistas destacan la tranquilidad de Villa Lía, alejado del ruido de la ciudad y perfecto para relajarse.
3. Rústico: algunos viajeros mencionan la arquitectura y ambiente rústico de Villa Lía, con casas y edificios de estilo campestre.
4. Pintoresco: varios visitantes describen a Villa Lía como un lugar pintoresco, con detalles y rincones que invitan a explorar.
5. Ideal para actividades al aire libre: muchos turistas destacan la posibilidad de realizar actividades al aire libre en Villa Lía, como cabalgatas, caminatas y pesca.

- *Adjetivos aparecen en relación con Carmen de Areco*

Algunos adjetivos que aparecen en relación a Carmen de Areco son:

1. Tranquilo: varios turistas destacan la tranquilidad de Carmen de Areco, alejado del ruido de la ciudad y perfecto para relajarse.
2. Pintoresco: algunos viajeros mencionan que Carmen de Areco es un lugar pintoresco, con detalles y rincones que invitan a explorar.
3. Histórico: debido a su patrimonio histórico, algunos visitantes describen a Carmen de Areco como un lugar con mucho valor histórico y cultural.
4. Buenas opciones gastronómicas: varios turistas destacan la gastronomía de Carmen de Areco, con buenas opciones para comer y disfrutar de la cocina local.
5. Ideal para actividades al aire libre: algunos viajeros mencionan que Carmen de Areco es un lugar ideal para realizar actividades al aire libre, como caminatas, cabalgatas y pesca.

Con respecto al sitio web principal de San Antonio en TripAdvisor, [Información turística sobre San Antonio de Areco, Argentina - Tripadvisor](#) se aplicó la misma metodología de análisis.

A continuación se presenta la síntesis de la información relevada y procesada:

- *Nacionalidades de los viajeros que consultan o dejan reseña sobre San Antonio de Areco en ese mismo sitio*

Las nacionalidades de los viajeros que consultan o dejan reseñas sobre San Antonio de Areco, ordenados por mayor participación:

- | | |
|----------------------------------|---------------------------|
| i. Argentina - 423 reseñas | ix. Australia - 9 reseñas |
| ii. Estados Unidos - 136 reseñas | x. Canadá - 8 reseñas |
| iii. Reino Unido - 31 reseñas | xi. Chile - 7 reseñas |
| iv. España - 22 reseñas | xii. Holanda - 4 reseñas |
| v. Brasil - 17 reseñas | xiii. Suecia - 4 reseñas |
| vi. Francia - 16 reseñas | xiv. Bélgica - 3 reseñas |
| vii. Alemania - 13 reseñas | xv. Dinamarca - 3 reseñas |
| viii. Italia - 10 reseñas | |

- *Cosas favoritas para hacer según los viajeros*

Algunas de las cosas favoritas para hacer en San Antonio de Areco son:

1. Visitar el Museo Ricardo Güiraldes
2. Hacer una cabalgata y/o día de campo en una estancia
3. Pasear por el centro histórico y sus calles empedradas
4. Visitar la Capilla Nuestra Señora del Carmen
5. Conocer la pulpería La Blanqueada
6. Asistir a un espectáculo de destrezas gauchas
7. Recorrer la Feria de Artesanos y Productores Locales
8. Visitar la iglesia parroquial San Antonio de Padua
9. Realizar un taller de orfebrería o platería criolla
10. Conocer la Fundación Villanueva y su Museo de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco
11. Hacer una visita guiada por la ciudad en carruaje
12. Recorrer la calle Güiraldes y sus tiendas de artesanías y productos regionales
13. Tomar clases de tango o folklore en una peña folclórica
14. Participar de un taller de cocina criolla
15. Visitar la casa-taller del artista plástico Jorge Larco
16. Asistir a una misa en la Capilla del Señor de la Salud
17. Recorrer el Parque Criollo y el Museo Las Lilas
18. Conocer la Estación de tren San Antonio de Areco y su Museo Ferroviario
19. Pasear por el Parque Gomez y su lago artificial
20. Disfrutar de la gastronomía local en alguno de los restaurantes y bares de la ciudad.

- *Lugares, actividades y adjetivos destacan más en las reseñas de los visitantes de Estados Unidos*

De acuerdo a las reseñas de los visitantes de Estados Unidos, algunos de los lugares, actividades y adjetivos más destacados son:

Lugares:

- Museo Ricardo Güiraldes
- Pulpería La Blanqueada
- Plaza Ruiz de Arellano
- Iglesia Parroquial de San Antonio de Padua
- Estancia La Bamba de Areco
- Parque Criollo y Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes
- El Zaguán
- Museo Las Lilas
- Espacio de Arte y Memoria La Casita de Martínez

Actividades:

- Cabalgatas
- Visita a estancias
- Paseos por el centro histórico
- Compra de artesanías y souvenirs
- Degustación de comidas y bebidas típicas

Adjetivos:

- Auténtico
- Tradicional
- Histórico
- Encantador
- Rural
- Sereno
- Interesante
- Agradable
- Amigable

- *Lugares, actividades y adjetivos destacan más en las reseñas de los visitantes de España*

Lugares:

1. Iglesia Parroquial - Nuestra Señora del Carmen
2. Museo Las Lilas de Areco
3. Plaza Ruiz de Arellano
4. Puente Viejo
5. Plaza Antonio Areco

Actividades:

1. Recorrido a caballo
2. Visita a estancias
3. Tours privados
4. Clases de tango
5. Clases de cocina

Adjetivos:

1. Auténtico
2. Tradicional
3. Agradable
4. Tranquilo
5. Pintoresco

- *Lugares, actividades y adjetivos destacan más en las reseñas de los visitantes de Reino Unido*

Actividades:

1. Paseos a caballo

2. Visita a estancias
3. Clases de cocina
4. Tours culturales
5. Visitas guiadas

Lugares:

1. Parque Criollo y Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes
2. Plaza Ruiz de Arellano
3. Iglesia San Antonio de Padua
4. Pulpería La Blanqueada
5. Museo Draghi

Adjetivos:

1. Auténtico
2. Tradicional
3. Maravilloso
4. Encantador
5. Histórico

- *Lugares, actividades y adjetivos destacan más en las reseñas de los visitantes de Brasil*

Lugares destacados:

1. Museo Draghi
2. Estancia La Bamba de Areco
3. Museo Las Lilas de Areco
4. Iglesia de San Antonio de Padua
5. Parque Criollo y Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes
6. Plaza Ruiz de Arellano
7. Estancia El Ombú de Areco

8. Mercado de Pulgas "La Matera"
9. Museo Gaucho Ricardo Güiraldes
10. Pueblo de San Antonio de Areco

Actividades destacadas:

1. Tour por los museos de San Antonio de Areco
2. Paseo a caballo en las estancias
3. Visita a las iglesias históricas
4. Caminata por el pueblo de San Antonio de Areco
5. Degustación de comidas y bebidas locales
6. Compra de artesanías y souvenirs
7. Espectáculo de danza y música folklórica
8. Visita a las estancias históricas
9. Participación en actividades gauchas
10. Excursiones por los alrededores de San Antonio de Areco

Adjetivos destacados:

1. Hermoso
2. Tradicional
3. Auténtico
4. Encantador
5. Gauchesco
6. Relajante
7. Pintoresco
8. Fascinante
9. Interesante
10. Único

- *Lugares, actividades y adjetivos destacan más en las reseñas de los visitantes de Francia*

Lugares destacados:

1. Museo Las Lilas de Areco
2. Parroquia San Antonio de Padua
3. Plaza Ruiz de Arellano
4. Puente Viejo
5. Museo Draghi

Actividades destacadas:

1. Paseos a caballo
2. Museos
3. Tours turísticos
4. Compras
5. Eventos especiales

Adjetivos destacados:

1. Auténtico
2. Tradicional
3. Interesante
4. Hermoso
5. Increíble

- *Lugares, actividades y adjetivos destacan más en las reseñas de los visitantes de Argentina*

Las actividades y lugares más destacados son:

1. Museo Las Lilas de Areco
2. Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes

3. Pueblo de San Antonio de Areco
4. Feria de Mataderos
5. Iglesia de San Antonio de Padua
6. Plaza Ruiz de Arellano
7. Fundación Villanueva
8. Pulpería La Blanqueada
9. El Parque Criollo y Museo Güiraldes
10. Estancia La Porteña
11. Confeitería La Oriental
12. Museo Draghi
13. Mercado de Artesanías y Diseño
14. Cabalgatas La Porteña
15. Casa de la Cultura

Canales de comunicación

Comunicación online de los destinos de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles

Carmen de Areco

El destino tiene presencia online a través del sitio oficial del municipio y en redes sociales a través de Facebook, Instagram y Twitter.

Sitio Web

[Municipalidad de Carmen de Areco](#)

Si bien el sitio es del municipio en general (Figura 22), se aprecia por la información presentada como principal que el destino persigue dos objetivos: posicionarse como un lugar con calidad de vida, habitable – sintetizado en la frase “un buen lugar para vivir” - y atraer visitantes a partir de su oferta de naturaleza y serenidad, también expresado explícitamente. En síntesis, su posicionamiento deseado se resume ya al inicio en los siguientes claim y afirmación:

*“Carmen de Areco, un lugar para vivir”
“Naturaleza y serenidad a sólo 140 km de la ciudad de Buenos Aires sobre la
Ruta Nacional 7.”*

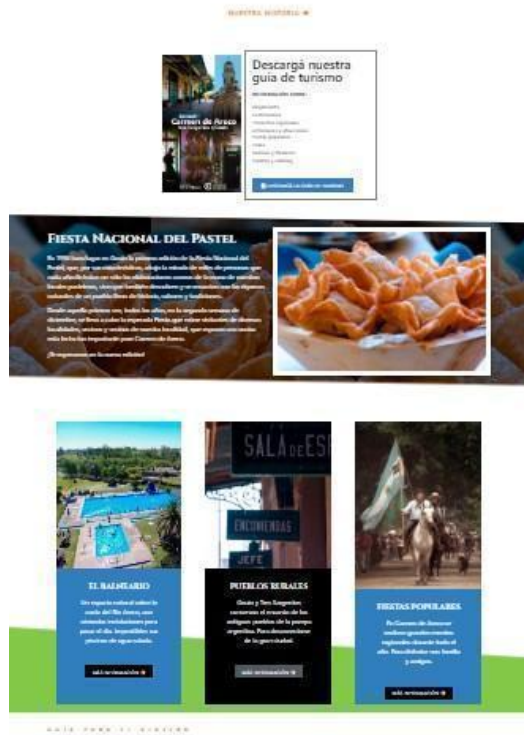


Imagen 49: Sitio Web Carmen de Areco - Página principal

Fuente: Sitio Web Carmen de Areco

Toda la información priorizada está dirigida al visitante (Figura 23), en tanto que aparecen las siguientes secciones:

- Descarga de la guía de turismo del municipio
- La Fiesta del Pastel
- El Balneario, Pueblos Rurales y Fiestas Populares
- Guía para el Viajero – disfrute de Carmen de Areco, Gouin y Tres Sargentos con acceso online a secciones: gastronomía, alojamiento, actividades, regionales, eventos y catering, remises y traslados



Disfrute de Carmen de Areco, Gouin y Tres Sargentos

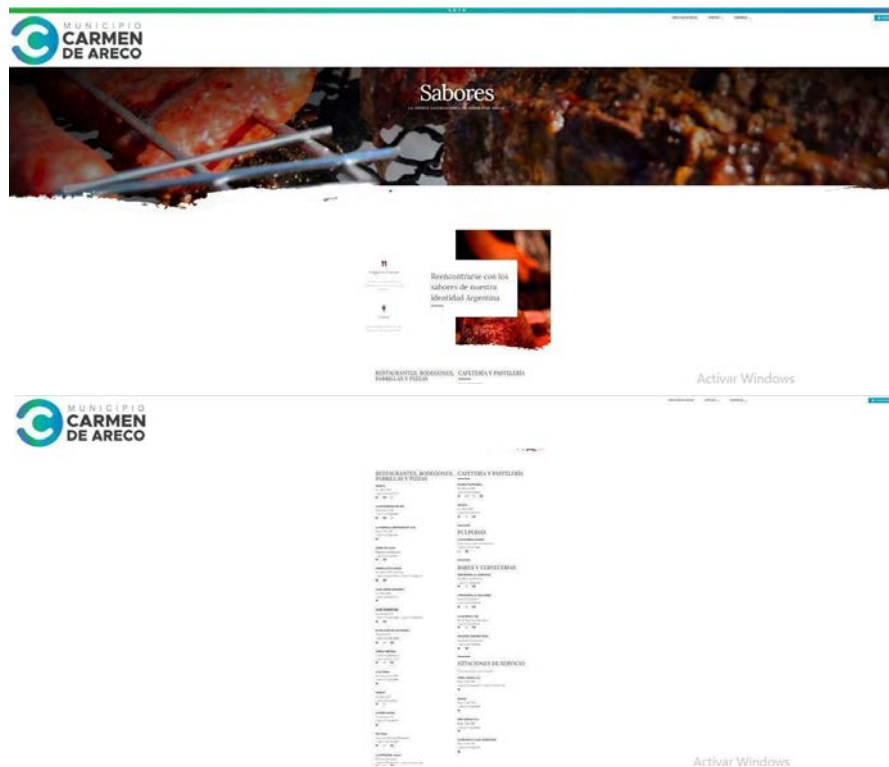


Imagen 50: Imágenes del sitio web - Carmen de Areco

Fuente: Sitio Web Carmen de Areco

En el Menú y al pie aparecen las opciones para ingresar a las otras secciones del municipio, con información más orientada al ciudadano bajo el apartado Gobierno y Áreas Municipales. Turismo, que también aparece bajo la sección El Partido junto con Parque Industrial, es el contenido mostrado en la página de inicio y principal como se ha descrito.

El diseño es moderno, tanto en su concepto gráfico visual como escrito, con navegación simple e información clara y concisa. Denota una buena experiencia de usuario, así como la existencia de un manual de uso de marca para la marca del municipio “Carmen de Areco”.

Instagram

Perfil: @carmendearecoturismo

Link: [Turismo Carmen de Areco \(@carmendearecoturismo\) • Instagram photos and videos](https://www.instagram.com/carmendearecoturismo)

El perfil (Figura 24) es netamente turístico, tiene 5246 seguidores, 406 posteos y fue creado en 2014. Nuevamente, hay aplicación del manual de marca, la información de presentación está bien orientada y aprovechada, así como el uso de las historias destacadas.

El storytelling de la cuenta mezcla información de gestión - dirigida a residente y cadena de valor turística - con información orientada al visitante. Esta última alterna entre imágenes de atractivos/actividades con fuerte impronta en lo rural y flyers agenda de actividades. La calidad de las imágenes es buena pero evidencia que no ha alcanzado un nivel profesional en material promocional; lo mismo se deduce en materia de planificación de contenidos y calendarización.

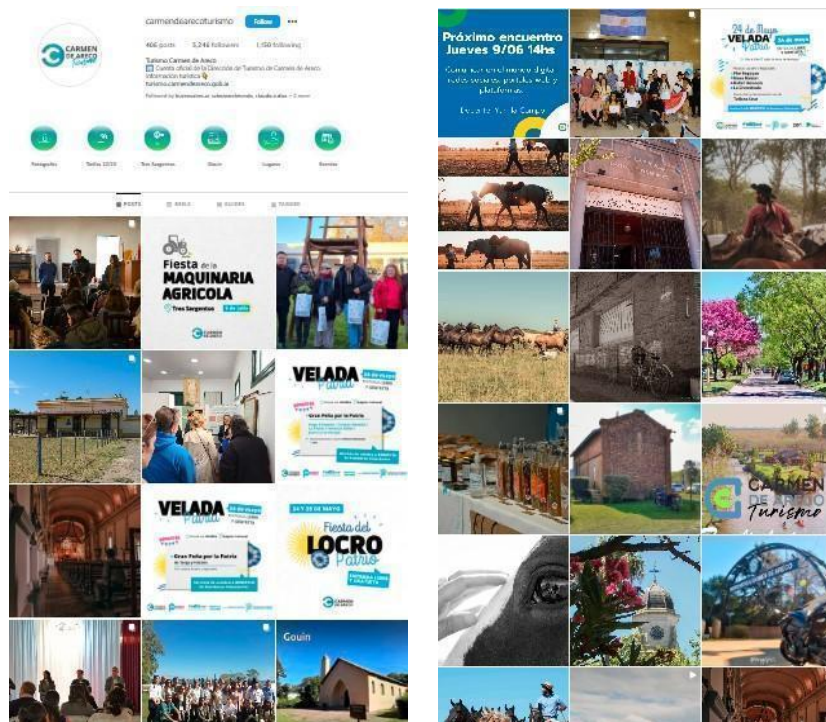


Imagen 51: Perfil de Instagram Carmen de Areco Turismo

Fuente: Instagram Carmen de Areco

Facebook

Perfil: Municipalidad de Carmen de Areco

Link: [Municipalidad de Carmen de Areco](#)

El perfil (Figura 25) es el oficial del municipio, tiene 23.000 seguidores, y está dedicado íntegramente a comunicar gestión y servicios a los ciudadanos de todas las áreas y actividades del destino. Nuevamente, es claro el uso de manual de marca.





Imagen 52: Imágenes del perfil de Facebook - Municipio de Carmen de Areco

Fuente: Facebook

Twitter

Perfil: Municipalidad de Carmen de Areco

Link: [Municipalidad de Carmen de Areco \(@MunicipioCdeA\) / Twitter](#)

Al igual que Facebook, el perfil (Figura 26) es el oficial del municipio y se le da el mismo uso. Tiene 1918 seguidores, y se abrió en el 2012.



Imagen 53: Perfil de Twitter Municipio Carmen de Areco

Fuente: Twitter

Hay una cuenta específica de turismo creada en 2016, Carmen de Areco Turismo -, https://twitter.com/Turismo_CdeA - pero está abandonada. Su última actividad es de 2021 y no es comunicada por el municipio.



Imagen 54: Cuenta de Turismo de Carmen de Areco en Twitter

Fuente: Twitter

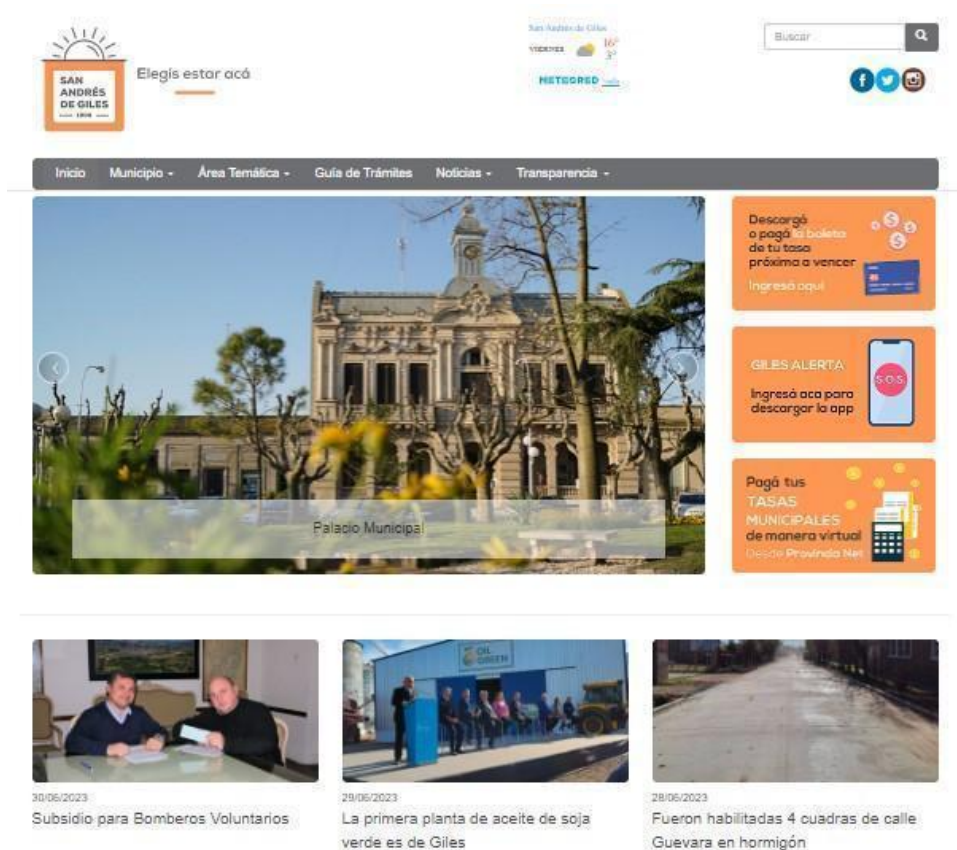
San Andrés de Giles

El destino tiene presencia online a través del sitio oficial del municipio y en redes sociales a través de Facebook, Instagram y Twitter.

Sitio Web

El sitio web [Municipalidad de San Andrés de Giles](https://sanandresdegiles.gob.ar) está orientado a la presentación general del municipio dirigida principalmente a los residentes, con información clara y práctica de los trámites y cuestiones ciudadanas municipales, seguido en segunda instancia de noticias de gestión. No hay una comunicación que explicita el posicionamiento de la ciudad como tal bajo ningún criterio.

Turismo es una sección más de todas las presentes en el sitio - <https://sanandresdegiles.gob.ar/turismo> - limitándose a listar la oferta categorizada en Restaurantes; Hospedaje; Actividades; Circuitos; Ubicaciones y Eventos, aunque sí hay una sección especial en la página principal dedicada a Festejos Populares, con prácticamente nula información.





Elegís estar acá



Buscar



Inicio Municipio Área Temática Guía de Trámites Noticias Transparencia



- Ubicación
- Salud
- Novedades
- Festejos Populares
- Atención al vecino
- Ordenanza Agroquím. 2047

Turismo



Restaurantes



Hospedaje



Actividades



Ubicaciones



Festejos 2022



Elegís estar acá



Buscar



Inicio Municipio Área Temática Guía de Trámites Noticias Transparencia

Actividades

Actividades
<ul style="list-style-type: none"> Parapente - Vuelos Tuyuti <p>Ruta 7 Km. 117 Tel (11) 5601 6329</p>
<ul style="list-style-type: none"> Parapente - Alto Valle parapente <p>info@altovalleparapente.com.ar Tel (11) 5415 0373</p>
<ul style="list-style-type: none"> Cabalgatas - La Morada <p>Zona Rural - Cerca cementerio sud</p>

- Ubicación
- Salud
- Novedades
- Festejos Populares
- Atención al vecino
- Ordenanza Agroquím. 2047

Activar W

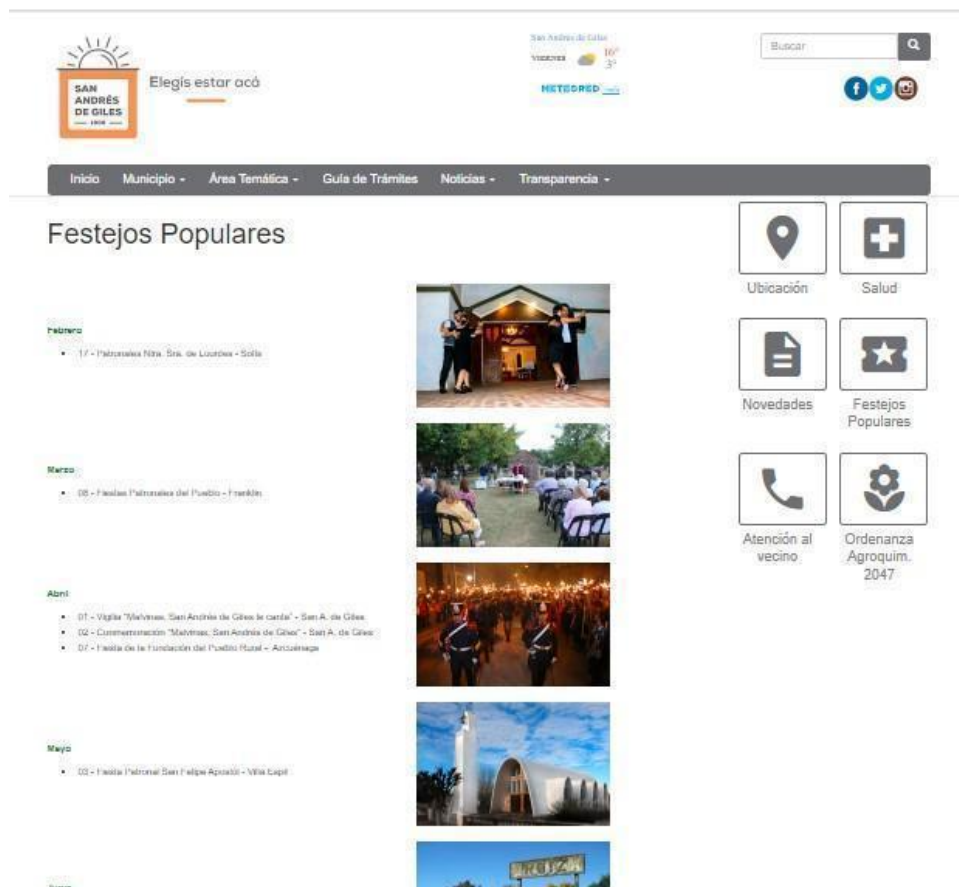


Imagen 55: Sitio Web San Andrés de Giles - página principal y vinculadas con turismo

Fuente: Sitio Web San Andrés de Giles

Se puede inferir que no hay conocimiento sobre las lógicas que rigen a la comunicación turística hoy en día, y que la actividad no es considerada estratégica.

Azcúenaga, que como pueblo rural pertenece al municipio y con presencia propia en TripAdvisor por sobre San Andrés de Giles, no aparece resaltado aún a pesar de ser un polo para pasar el día para los residentes de AMBA. La presencia del destino San Andrés de Giles en esta plataforma se limita solamente a atractivos o prestadores específicos que hay que buscar activamente: Estancia Chica; Cementerio Sud y la Parroquia San Andrés Apóstol.

Instagram

Perfil: @municipiosag

Link: [Municipalidad de San Andrés de Giles \(@municipiosag\) • Instagram photos and videos](#)

La cuenta se abrió en 2018 y tiene 7022 seguidores. Sigue el lineamiento del sitio web, orientado a gestión e información al residente. Ausencia de temáticas orientadas al turismo. El uso del perfil denota, al igual que el sitio web, ciertas cuestiones obsoletas en materia de

diseño y comunicación, con grandes brechas de oportunidad para la mejora en materia de diseño UI/UX y experiencia de usuario.

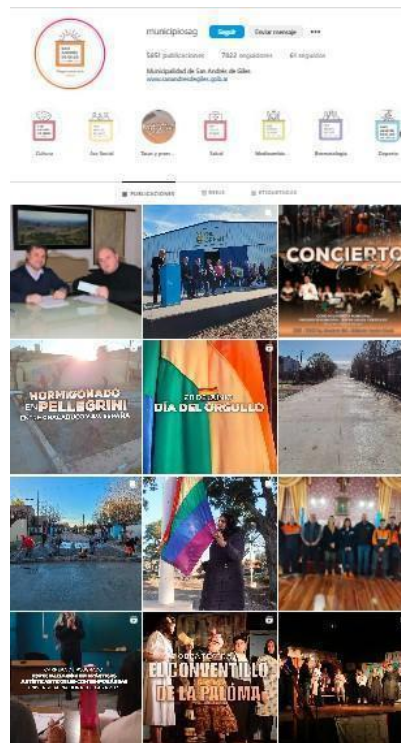


Imagen 56: Perfil de Instagram del municipio de San Andrés de Giles

Fuente: Instagram

Perfil: @turismosag

Link: [Turismo San Andrés de Giles - Instagram](https://www.instagram.com/turismosag)

La cuenta se abrió en 2022 y tiene 1255 seguidores. Si bien se realizan publicaciones orientadas al público (turistas), gran parte del contenido también tiene una tónica institucional, que suma actividades de gestión del área responsable de turismo, efemérides y otras.

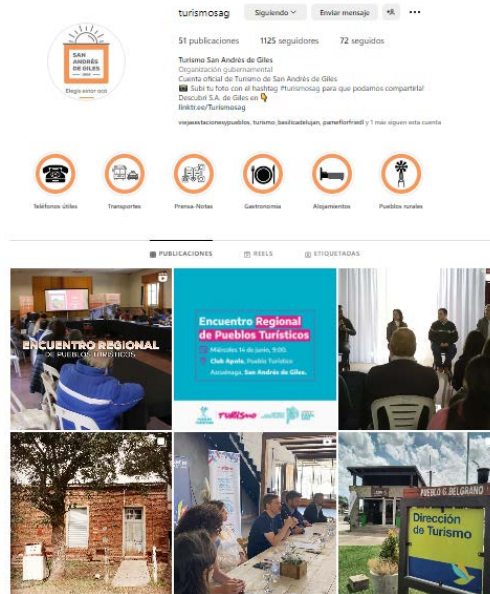


Imagen 57: Perfil de Instagram de Turismo de San Andrés de Giles

Fuente: Instagram

Twitter

Perfil: San Andrés de Giles / Municipiosag

Link: [San Andrés de Giles \(@municipioSAG\) / Twitter](https://twitter.com/municipioSAG)

Sigue el mismo criterio que el Instagram oficial. En este caso, para esta red el uso del perfil es adecuado en cuanto a formato y estilo comunicacional, sin presencia de turismo. Tiene 1629 seguidores y se abrió en 2015.



Imagen 58: Perfil de Twitter de San Andrés de Giles

Fuente: Twitter

Facebook

Perfil: Municipio San Andrés de Giles

Link: [Municipalidad San Andrés de Giles](https://www.facebook.com/municipiosanandresde Giles)

Sigue el mismo criterio que la web y los demás perfiles en las redes sociales. Tiene 12.000 seguidores y fue creada en 2015.

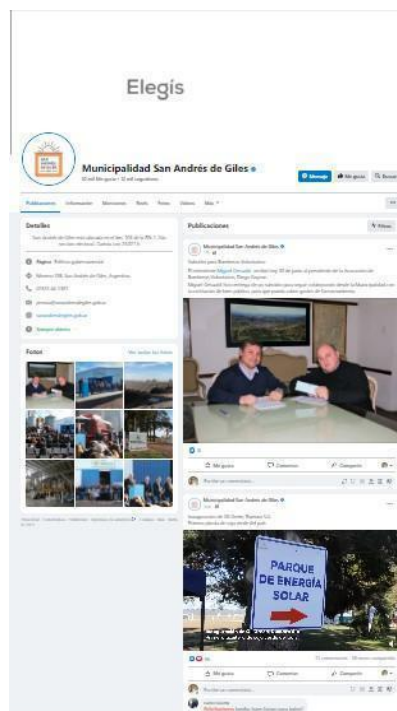


Imagen 59: Perfil de Facebook Municipio San Andrés de Giles

Fuente: Facebook

San Antonio de Areco

El destino tiene presencia online a través de un sitio oficial de turismo y en redes sociales a través de Facebook e Instagram.

Sitio Web

El sitio web es turístico en su totalidad, manifestándose incluso en su dominio .tur.ar - [Areco Turismo](#). El mismo se estructura en:

- Historia y tradición
- Atractivos
- Guía de servicios
- Cómo llego
- Qué hacer
- Contactos

Y presentada en una sección con primacía visual, que permite el redireccionamiento a otras páginas para mayor información:

- Fiesta de la Tradición
- Gastronomía
- Artesanos
- Circuito de Museos
- Viví la Tradición
- Reserva Natural

Al ingresar a cada una de las páginas y secciones siempre hay una breve descripción con imágenes, y dependiendo el tema, información útil para la visita.

A nivel de experiencia de usuario, si bien la navegación es sencilla, la accesibilidad no está pensada para todos – letras muy chicas – y el diseño visual está obsoleto. La calidad y producción de las imágenes en general tampoco está en los niveles competitivos actuales.



QUÉ HACER CÓMO LLEGO VISITAS GUIADAS

Fiesta de la Tradición

Gastronomía

Artesanía

Circuito de Museos

Vive la tradición

Reserva Natural

San Antonio de Areco
Tu lugar como Destino Seguro



Circuito de Museos

Museo Ricardo Güiraldes y Pulpería La Blanqueada

Es un complejo museológico que se encuentra dentro del "Parque Oriollo" de 97 hectáreas. Inaugurado el 16 de octubre de 1998, este lugar de culto por excelencia de las tradiciones gauchas ofrece expresiones del pasado argentino – particularmente bonaerense-. Este museo alberga un rico patrimonio vinculado al gaucho, sus usos y costumbres, la vida de campo y bajo el ilustre nombre de Ricardo Güiraldes -autor de la obra Don Segundo Sombra- también muestra su obra literaria y aspectos de su personalidad. Es uno de los museos regionales más significativos de la Argentina y su importancia reside además en el número de visitantes que recibe de todas las edades, niveles sociales, y procedencia, tanto del país como del exterior. Depende de la Municipalidad de San Antonio de Areco, ostentando el rango de Dirección. Tanto la pulpería La Blanqueada como la casa del Museo fueron declarados en 1999 Monumentos Históricos Nacionales.



Museo de la Ciudad y Centro Cultural Usina Vieja

Imagen 60: Sitio web de turismo de San Antonio de Areco – diferentes páginas y secciones

Fuente: Sitio web de turismo de San Antonio de Areco

A nivel de análisis general del sitio tanto en sus aspectos de front end como de back end analizado mediante una plataforma específica⁷⁰ de auditoría SEO, su calificación es buena con un puntaje de 7.7. aunque hay algunas cuestiones importantes de mejora que se detallan a continuación (Figura 34).

⁷⁰ Nibbler <https://nibbler.insites.com/en/reports/sanantoniodeareco.tur.ar>

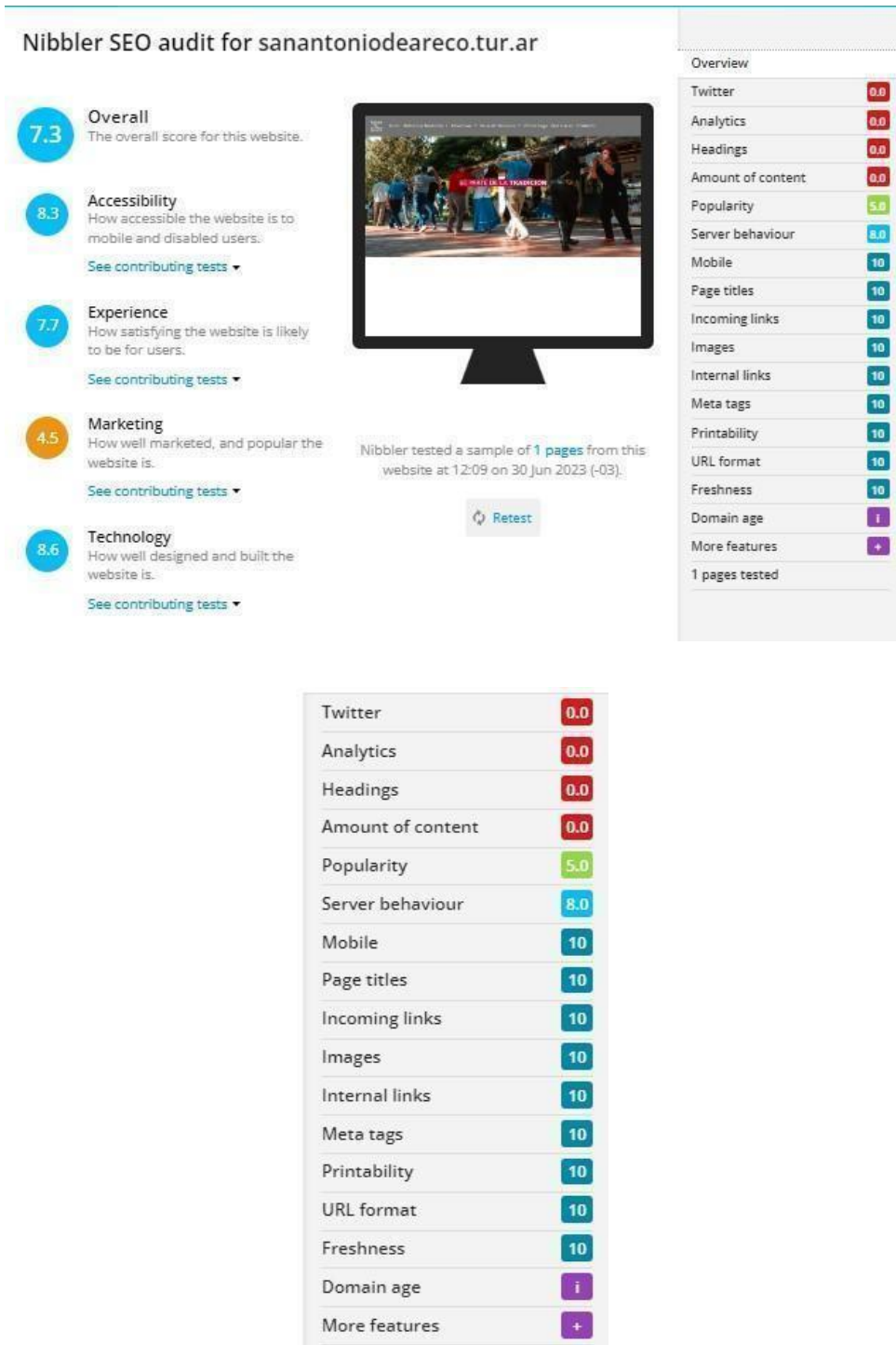


Imagen 61: Calificación detallada según ítems de auditoría SEO para el sitio web www.santantoniodeareco.tur.ar

Fuente: Nibbler

La web es responsiva para diferentes dispositivos, no está conectada a Analytics lo que indica la ausencia total de monitoreo y control sobre su eficiencia, así como de obtención de información de usuarios, el contenido se registra en nulo – afectando la indexación en los buscadores –. la presencia de backlinks es correcta y la popularidad es muy baja: recibe 410 visitas promedio por mes.

Facebook

Perfil: San Antonio de Areco Dirección de Turismo

Link: <https://www.facebook.com/turismosanantoniodeareco>

El perfil (Figuras 35 y 36) fue creado en 2012 y tiene 25.000 seguidores. Orientado prácticamente al visitante, esporádicamente aparecen noticias más de gestión turística. Los posteos nuevamente en materia de diseño están desactualizados en relación a las tendencias de la demanda actual y son poco atractivos, con sobreabundancia de textos en letras pequeñas que desincentivan la atención, pocas imágenes.

Se nota ausencia de manual de manejo de marca aunque hay algunos lineamientos mínimos que se mantienen en todas las publicaciones; sin embargo, es poco claro para el visitante identificar visualmente la marca turística San Antonio de Areco.

El storytelling, al igual que en la web, está enfocado mayormente en la cultura, la historia y la tradición.

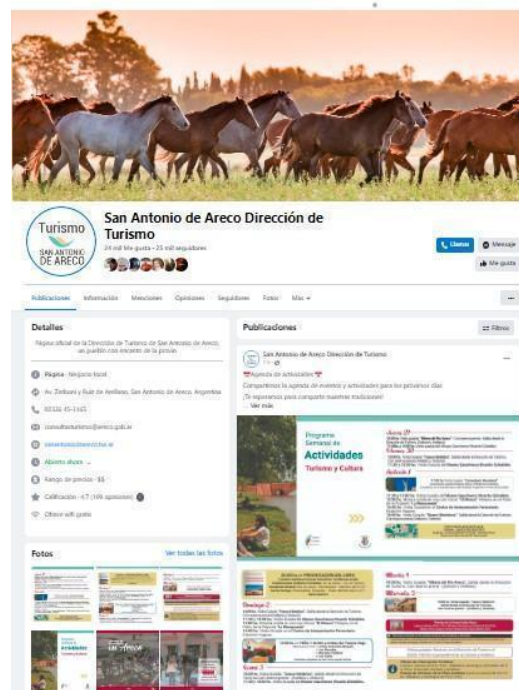


Imagen 62: Perfil de Facebook San Antonio de Areco

Fuente: Facebook

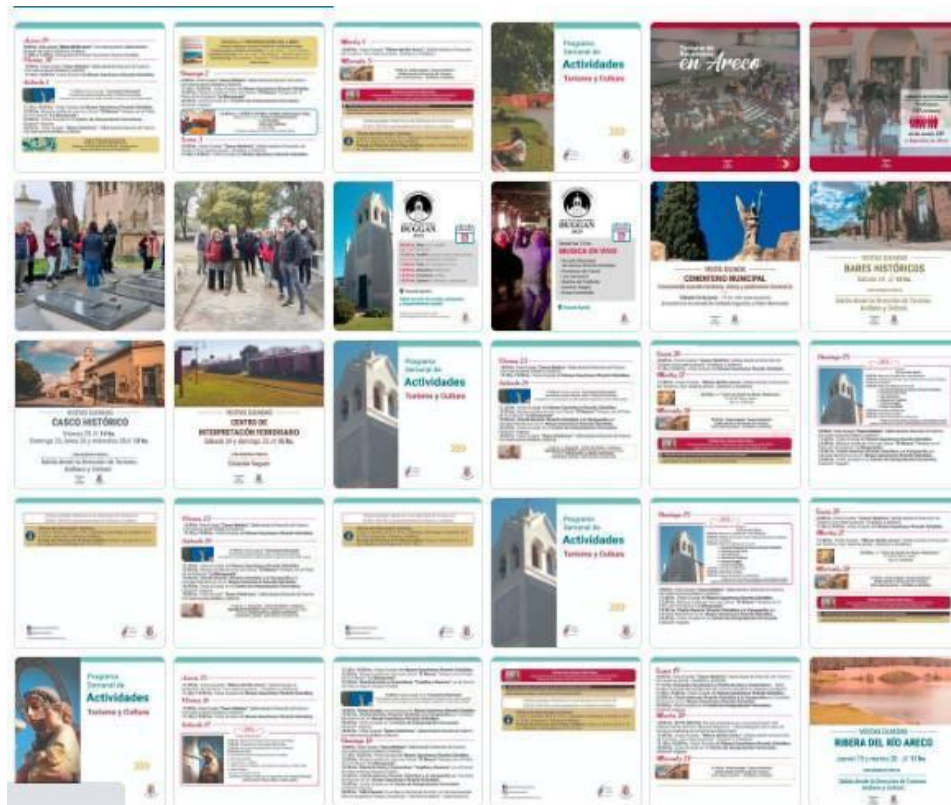


Imagen 63: Fotos de posteos perfil Facebook de San Antonio de Areco

Fuente: Facebook

Instagram

Perfil: @turismoareco

Link: [Dirección De Turismo San Antonio de Areco \(@turismoareco\) • Instagram photos and videos](https://www.instagram.com/turismoareco/)

En materia de diseño, manual de uso de marca y storytelling presenta el mismo patrón que facebook. La cuenta se creó en diciembre de 2020 y tiene 7167 seguidores.

La información de presentación del perfil y uso de historias destacadas es positiva.

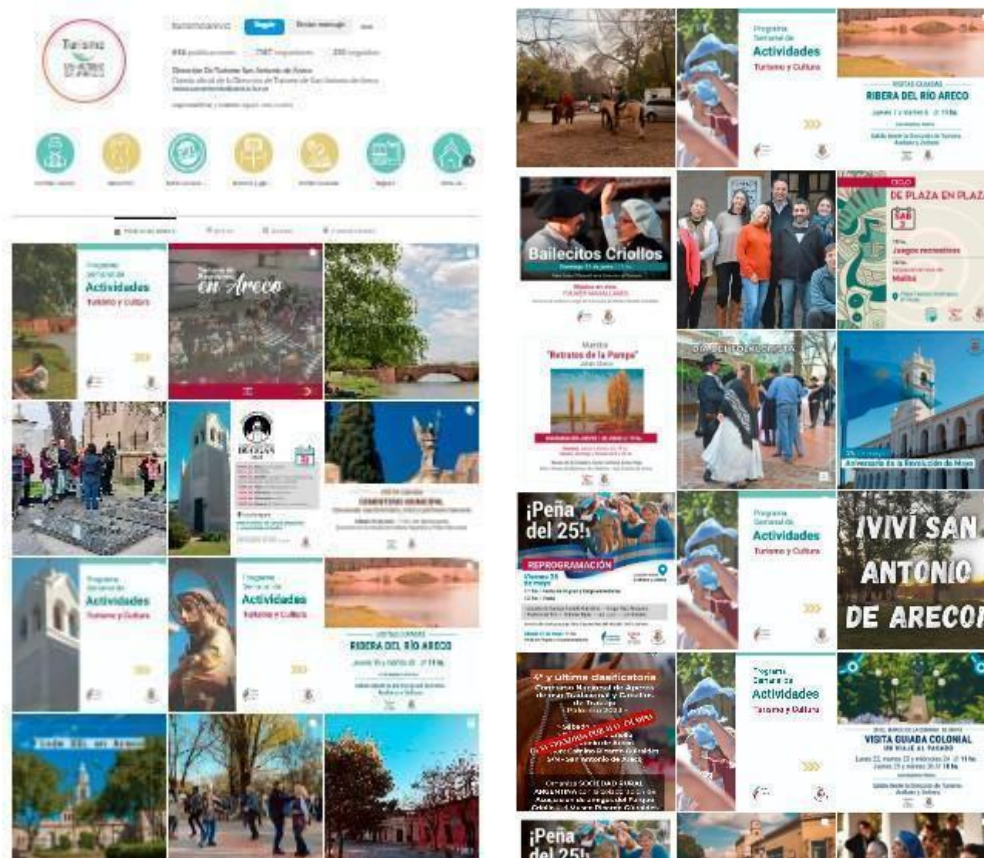


Imagen 64: Perfil de Instagram de San Antonio de Areco

Fuente: Instagram

Consideraciones generales

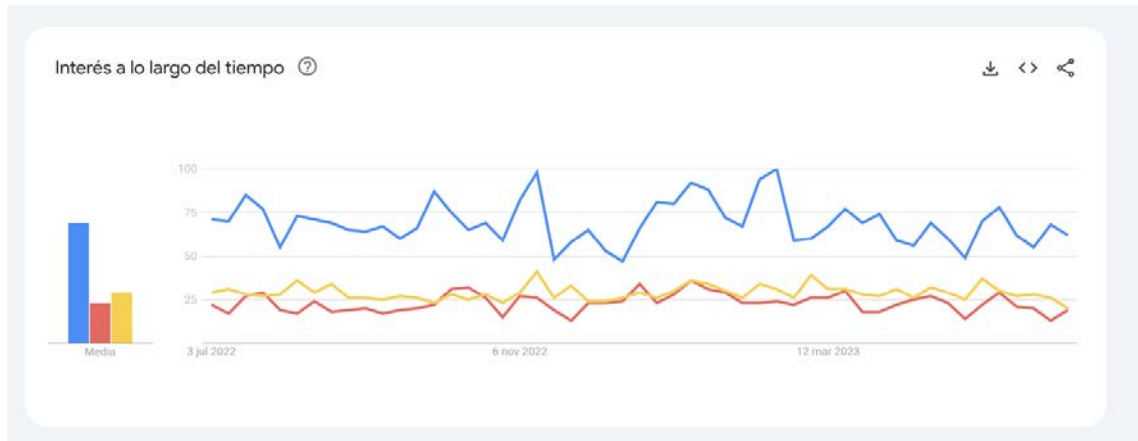
La presencia en TripAdvisor en general para los tres destinos está analizada en el apartado correspondiente, más allá de las menciones que aparecen aquí para San Andrés de Giles.

Google Trends

Esta es una herramienta proporcionada por Google que permite a los usuarios explorar y analizar la popularidad relativa de los términos de búsqueda en el motor de búsqueda de Google. Puede ofrecer información sobre cómo ha evolucionado el interés de búsqueda en un período determinado y proporcionar datos comparativos entre diferentes términos o regiones geográficas.

Al ingresar un término de búsqueda en Google Trends, se muestra información sobre el volumen de búsqueda a lo largo del tiempo, la ubicación geográfica de las búsquedas, las consultas relacionadas y las tendencias actuales. Esto puede ser útil para analizar la demanda de un producto o tema específico, así como para identificar patrones estacionales o cambios en el interés de búsqueda a lo largo del tiempo.

La imagen que a continuación se presenta (Figura 38) contiene los números que reflejan el interés de búsqueda en relación con el valor máximo de un gráfico en una región y un periodo determinados, en este caso aplicados a San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areco. Un valor de 100 indica la popularidad máxima de un término, mientras que 50 y 0 indican que un término es la mitad de popular en relación con el valor máximo o que no había suficientes datos del término, respectivamente.



San Antonio de Areco – Carmen de Areco – San Andrés de Giles

Imagen 65: Resultados de búsquedas comparadas entre los tres destinos período julio 2022-marzo 2023

Fuente: Google Trends

A continuación se muestran las regiones del mundo donde se han realizado las búsquedas de alguno de los tres destinos turísticos (Figura 39), desarrollados en la Tabla 13.



Imagen 66: Búsqueda por región - Google Trends

Fuente: Google Trends

Tabla 20: Categorías de búsqueda por región para cada destino del Pago de Areco para el periodo junio 2022-junio 2023

Categoría: Todas las categorías			
País	san antonio de areco: (28/6/22 - 28/6/23)	carmen de areco: (28/6/22 - 28/6/23)	san andres de giles: (28/6/22 - 28/6/23)
Argentina	58 %	18 %	24 %
Uruguay	92 %	8 %	
España	100 %		
México	100 %		
Brasil	100 %		
Estados Unidos			
Alemania	100 %		
Francia	100 %		
Reino Unido	65 %	35 %	

Fuente: Google Trends

Caracterización de la demanda

El turismo en el Pago de Areco

La caracterización de la demanda para el Pago de Areco presenta diversas dificultades producto de diversos factores, siendo el principal la ausencia de estadísticas respecto del movimiento turístico. Esta situación se presenta para cada uno de los municipios que componen la región, ya que no hay registros históricos ni actuales en San Andrés de Giles ni Carmen de Areco, y los últimos datos disponibles para San Antonio de Areco corresponden a 2018.

Asimismo, el perfil de la demanda no es igual en cada municipio. La caracterización de la misma para la región que se presenta en el presente informe está basada mayormente en metodologías cualitativas⁷¹ por no estar incluido en el presente proyecto la implementación de métodos e instrumentos.

A tales efectos, se desarrolla estadísticamente la información existente de la demanda para el municipio de San Antonio de Areco, que sirven como una aproximación al movimiento actual, complementándose con la información obtenida y luego se procede al apartado cualitativo identificando las diferencias para cada destino y las coincidencias para la región.

⁷¹ Encuesta de demanda, entrevistas a actores locales, análisis de foros de sitios de viajes (TripAdvisor) y perfiles de mercados extranjeros de YVERA, del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

El turismo en San Antonio de Areco

Si bien a diferencia de otros municipios vecinos de la provincia de Buenos Aires, la participación de turistas internacionales es mucho más alta, las características de la demanda del municipio se enmarcan en el comportamiento de la demanda nacional, donde para la localidad el 92,49% de sus visitantes provienen de la República Argentina.

Durante el año 2018 llegaron al municipio (Tabla 14) 219.144 turistas, cifra que descendió en relación al año 2017 en un 21,67% y del 29,52% con respecto a 2016, y el impacto económico aproximado ascendió a \$234.484.08.

Tabla 21: Llegadas de turistas SA de Areco - Variación interanual

Llegadas de Turistas SA de Areco		
Año	Visitantes	Variación Interanual %
2013	199.649	
2014	274.965	37,72
2015	320.416	16,53
2016	310.948	-2,95
2017	279.776	-10,02
2018	219.144	-21,67

Fuente: Dirección de Turismo de San Antonio de Areco

Según lo evidenciado en las Tablas 15 y 16, el 89,18% de la procedencia de turistas vienen de la ciudad y provincia de Buenos Aires, y la estadía promedio se concentra entre 1 y 2 noches, constituyendo el 83 % de los arribos a la localidad. El 83,18 % se acerca en automóvil.

Tabla 22: Procedencia de Turistas en San Antonio de Areco

Procedencia de Turistas SA de Areco	
Origen	%
Ciudad de Buenos Aires	34,40
Pcia. de Buenos Aires	54,78
Interior Argentina	3,31
Extranjeros	7,51

Fuente: Dirección de Turismo de San Antonio de Areco

Tabla 23: Pernocte en San Antonio de Areco

Cantidad de noches	%
1 noche	49,93
2 noches	32,57
3 noches	10,44
4 noches	3,28
de 5 noches	3,78

Fuente: Dirección de Turismo de San Antonio de Areco

Respecto al 7,51% del turismo internacional que llega a la localidad (Figuras 17 y 18), un total de 9.708 visitantes son procedentes de Europa: el 30,24 % franceses, 17,28% alemanes y 15,37% españoles.

Tabla 24: Procedencia de Turistas Internacionales en San Antonio de Areco

Procedencia de Turistas Internacionales SA de Areco	
Origen	%
Europa	4,43%
EE.UU y Canadá	1,12%
Latinoamérica	1,68%
Otras regiones	0,28%

Fuente: Dirección de Turismo de San Antonio de Areco

Tabla 25: Composición del turismo europeo que arriba a San Antonio de Areco

Composición del Turismo Europeo	
Origen	%
Francia	30,24
Alemania	17,28
España	15,37
Inglaterra	9,22
Italia	7,64
Holanda	5,90
Suiza	4,90
Bélgica	2,07
Otros países	7,38

Fuente: Dirección de Turismo de San Antonio de Areco

Los datos arrojados por la encuesta de demanda⁷², siguen el mismo patrón en materia de pernoctes y medio de transporte utilizado, aunque se manifiesta un incremento en la tendencia de visitación sostenida a partir de la reapertura de destinos post-pandemia.

En este sentido, se anexan los documentos correspondientes al diseño del formulario utilizado para realizar la encuesta, como el documento de resultados parciales de la misma en los siguientes enlaces: [Diseño de formulario](#) y [Documento de resultados parciales](#).

Descripción y análisis de la demanda

Caracterizar la demanda permite conocer en profundidad el perfil de los visitantes de un destino turístico, base para la toma estratégica de decisiones tanto en materia de desarrollo como de marketing a nivel integral del territorio como de los productos y servicios que se ofrecen en él. Además de datos generales como lugar de procedencia, modalidades de alojamiento, gasto, pernocte, frecuencia de visita, composición del grupo y otras variables similares, también es importante, en la medida de lo posible, intentar comprender sus intereses, sus preocupaciones y gustos como turistas en general, y para el destino en particular. Para ello se requiere información más exhaustiva que la disponible, sin detrimento de lo cual en el presente informe se hace una caracterización primaria que permita identificar futuras variables y metodologías de medición para su optimización.

La caracterización de la demanda se elaboró a través del análisis de diversas fuentes cuantitativas y cualitativas, a saber: la encuesta de Demanda Pago de Areco 2023, las estadísticas de la Dirección de Turismo de San Antonio de Areco, el análisis del Foro de Viajes y reseñas de Tripadvisor desarrollado en otro apartado del presente informe, los informes técnicos de los mercados internacionales para la Argentina del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación en la plataforma Yverá⁷³, los antecedentes de estudios sobre turismo hechos para la región y las entrevistas a los actores estratégicos.

A partir de ellos, se caracteriza en primera instancia la demanda nacional y la demanda internacional, con identificación de segmentos por su incidencia sobre el total.

Caracterización de la demanda nacional que visita El Pago de Areco

El turista nacional que visita la región procede principalmente de la región del AMBA – Área Metropolitana de Buenos Aires – y Provincia de Buenos Aires, lo hace principalmente en automóvil propio y opta por pasar el día o pernoctar entre 1 o 2 noches. Hay un segmento específico que utiliza la moto.

⁷² Datos completos en Anexo Encuesta de Demanda Pago de Areco 2023

⁷³

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/info/informes-de-mercados-internacionales/informes-tecnicos> último año disponible (2019)

El motivo del viaje es mayormente de ocio, y lo hace acompañado de familiares, parejas y amigos. Los viajeros solitarios son una mínima parte. Las principales motivaciones para realizar sus desplazamientos tienen que ver con disfrutar experiencias en la naturaleza de bajo impacto, relajarse y distenderse en un entorno con un estilo de vida tranquilo y sereno, disfrutar de la gastronomía, conocer la cultura asociada al gaucho y el campo, y disfrutar del encanto de pequeños pueblos rurales. El salir a recorrer más allá del destino elegido para pasar el día o pernocte – depende del segmento y el destino principal elegido, pero no se manifiesta un interés explícito en hacer un recorrido para conocer varios pequeños pueblos rurales de manera específica. De los pequeños pueblos rurales, Azcuénaga es el que más tracciona el interés para los perfiles que buscan el encanto de los pequeños pueblos rurales, una experiencia gastronómica y pasar el día, seguido de Guuín y Villa Ruiz.

Los perfiles proclives a actividades de mayor vinculación con la naturaleza y el entorno, como trekking, ciclismo, observación de aves o el recorrido de caminos rurales denotan mayor presencia en Carmen de Areco.

El motivo principal para conocer San Antonio de Areco está vinculado con la cultura y el patrimonio tangible e intangible de esta localidad, que es percibida como pintoresca y con encanto. Los principales atractivos que visitan aquí son:

1. Museo Las Lilas de Areco
2. Plaza Ruiz de Arellano
3. Estancia La Porteña
4. Museo Draghi
5. Iglesia de San Antonio de Padua
6. Puente Viejo
7. Museo Ricardo Güiraldes

En cuanto a las actividades más comunes se encuentran los paseos a caballo (en las estancias), las visitas a estancias, los talleres de artesanías, los festivales y eventos culturales, las caminatas por la ciudad, la observación de aves y la degustación de la gastronomía local en Las Pampas, La Esquina de Merti, La Escondida o el Viejo Almacén. Las experiencias más valoradas son:

1. Recorrido a pie por el casco histórico
2. Paseo en bicicleta por los campos y la naturaleza
3. Visita a estancias y ranchos.
4. Degustación de comida y vinos locales
5. Clases de cocina y artesanías

Las redes sociales – Instagram, Facebook y Tiktok -, y la pertenencia a grupos organizados que hacen salidas los fines de semana aparecen como los disparadores principales para la realización del viaje en un análisis general, así como el haber conocido algunos lugares de la región y haber visto sobre el destino en medios masivos de comunicación.

Respecto de los segmentos principales del perfil nacional, los motoqueros y las familias son los que más se distinguen junto con las parejas.

En el caso de las familias, las preocupaciones antes de visitar el destino se centran en qué hacer con niños en el destino, qué lugares son recomendables para ir en familia y qué actividades para niños hay en las estancias.

Los motoqueros suelen salir en grupos de dos o más, mayormente son hombres y se encuentran en la franja etaria +40. La moto es su principal o uno de sus principales hobbies, dedicándole tiempo e inversión tanto al vehículo como a las interacciones personales y eventos que le permitan compartir sus gustos o disfrutar de su tiempo libre utilizando la moto como medio de transporte. Tienen preferencia por escapadas de un día sin pernocte que incluye experiencias gastronómicas y el recorrido de caminos rurales internos con valor paisajístico - fotografía.

Caracterización de la demanda internacional que visita El Pago de Areco

Tomando como referencia los principales mercados europeos que conforman la mayor participación del total de visitantes internacionales al destino, y puntualmente San Antonio de Areco – Francia, Alemania y España -, y el mercado norteamericano, en segundo lugar por importancia tanto en este último como en materia de impacto en la totalidad de turistas internacionales de argentina, se procede a hacer una caracterización general y luego distinguir las particularidades de cada uno de ellos.

El turista internacional que visita la región procede de la ciudad de Buenos Aires, principal destino y centro de distribución para atractivos en las cercanías, y suele optar por pasar el día o pernoctar entre 1 o 2 noches. Parte de ellos lo visita de manera individual, y otra como parte de tours de un día a través de agencias de viajes y operadores receptivos.

Las temáticas más atractivas están relacionadas con la cultura gaucha en tanto costumbres, música y vestimenta; la comida típica asociada al asado y al vino; las actividades al aire libre como cabalgatas y caminatas; y las artesanías y productos regionales, en tanto que cueros y cerámicas.

La percepción y las palabras que reflejan su percepción del destino son muy similares a las de los nacionales⁷⁴: auténtico, pintoresco, rústico, cultural, encantador, tradicional, histórico, sereno, relajante, único.

En cuanto a las actividades y atracciones preferidas, varían según el mercado por lo que se detallan en el apartado específico de cada uno.

⁷⁴ se recuerda que la información está basada en San Antonio de Areco

Caracterización de la demanda francesa

Francia ocupa el puesto 10º en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina con un total de 157 mil turistas (2019). Más de la mitad ingresa por vía aérea, y su conformación etaria es la siguiente: 18 a 29 años de edad (29%), mayores de 60 años (23%) y de 30 a 44 años de edad (22%). El 1er. y 4to. Trimestre del año experimentan los picos de mayor volumen de turistas, especialmente enero, febrero y noviembre.

El gasto promedio por estadía fue de USD 1598, un gasto medio diario de USD 91 y una estadía promedio de 15 noches. La recomendación de amigos y familiares tiene un gran peso para decidir el destino a visitar, y sólo un 11% adquiere paquetes turísticos. Realizan actividades culturales en lugares urbanos (77%), actividades vinculadas con la gastronomía (69%), actividades nocturnas (46%)., visita a áreas protegidas (45%) y actividades de baja dificultad en la naturaleza (41%).

En San Antonio de Areco, las atracciones preferidas por los franceses son EL Museo Las Lilas de Areco, la parroquia San Antonio de Padua, la Plaza Ruiz de Arellano, el Puente Viejo y el Museo Draghi, mientras que en materia de actividades eligen paseos a caballo, la visita a museos, las compras, los tours turísticos y los eventos especiales.

Los cinco adjetivos destacados asociados con el lugar son auténtico, tradicional, interesante, hermoso e increíble.

Caracterización de la demanda alemana

Alemania ocupa el puesto 12º en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina con un total de 139 mil turistas (2019). Casi la mitad ingresa por vía aérea, y su conformación etaria es la siguiente: 45 a 59 años de edad (25%), mayores de 60 años (25%) y las franjas 30 a 44 años / 18 a 29 años de edad (22% cada una). El 1er. y 4to. Trimestre del año experimentan los picos de mayor volumen de turistas, especialmente de enero a marzo y noviembre-diciembre.

El gasto promedio por estadía fue de USD 1433, un gasto medio diario de USD 93 y una estadía promedio de 18 noches. La recomendación de amigos y familiares tiene un gran peso para decidir el destino a visitar, y sólo un 14% adquiere paquetes turísticos. Realizan actividades culturales en lugares urbanos (81%), actividades vinculadas con la gastronomía (71%), visita a áreas protegidas (59%), actividades de baja dificultad en la naturaleza (53%) y actividades nocturnas (47%).

En San Antonio de Areco, las atracciones preferidas por los franceses son EL Museo Las Lilas de Areco, la parroquia San Antonio de Padua, la Plaza Ruiz de Arellano, el Puente Viejo y el Museo Draghi, mientras que en materia de actividades eligen paseos a caballo, la visita a museos, las compras, los tours turísticos y los eventos especiales.

Los cinco adjetivos destacados asociados con el lugar son auténtico, tradicional, interesante, hermoso e increíble.

Caracterización de la demanda española

Francia ocupa el puesto 7º en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina con un total de 215 mil turistas (2019). El 71% ingresa por vía aérea, y su conformación etaria es la siguiente: 30 a 44 años de edad (27%), de 45 a 59 años de edad (25%), y mayores de 60 años (25%). Los meses de noviembre y diciembre concentran el mayor volumen de turistas.

El gasto promedio por estadía fue de USD 1713, un gasto medio diario de USD 114 y una estadía promedio de 15 noches. La recomendación de amigos y familiares tiene un gran peso para decidir el destino a visitar, el 28% adquiere paquetes turísticos y un 27% ya realizó un viaje previo a la Argentina. El 69% hace actividades culturales en lugares urbanos, y le siguen las actividades vinculadas con la gastronomía (54%), la visita a áreas protegidas (44%), actividades de baja dificultad en la naturaleza (39%) y actividades nocturnas (37%)

En San Antonio de Areco, las atracciones preferidas por los españoles son la parroquia San Antonio de Padua, el Museo Las Lilas, la Plaza Ruiz de Arellano, y el Puente Viejo, mientras que en materia de actividades eligen paseos a caballo, visitas a estancias, tours privados, clases de tango y clases de cocina.

Los cinco adjetivos destacados asociados con el lugar son auténtico, tradicional, agradable, tranquilo y pintoresco.

Caracterización de la demanda estadounidense

Estados Unidos ocupa el puesto 6º en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina con un total de 446 mil turistas (2019). El 69 % ingresa por vía aérea, el 35% tiene más de 60 años, y el segundo grupo etario es participación es el de 45 a 59 años (24%). El 1er. Y 4to. Trimestre del año concentran el mayor volumen de turistas.

El gasto promedio por estadía fue de USD 1223, un gasto medio diario de USD 113 y una estadía promedio de 11 noches. La recomendación de amigos y familiares tiene un gran peso para decidir el destino a visitar (42%) así como la promoción vista en medios digitales (37%). El 41% adquiere paquetes turísticos y el 44% se aloja en hoteles de 4 y 5 estrellas. un 27% ya realizó un viaje previo a la Argentina. Las actividades principales que realizan en destino están vinculadas a las experiencias gastronómicas (71%), las actividades culturales (62%) y actividades de baja dificultad en la naturaleza (41%).

En San Antonio de Areco, las atracciones preferidas por los estadounidenses son el Parque Criollo y Museo Ricardo Güiraldes, la Pulpería La Blanqueada, la Plaza Ruiz de Arellano, la Iglesia Parroquial de San Antonio de Padua, la Estancia La Bamba de Areco, El Zaguán y el Museo Las Lilas. Las actividades preferidas son las cabalgatas, la visita a estancias, los paseos por el centro histórico, la compra de artesanías y souvenirs, y la degustación de comidas y bebidas típicas

Los adjetivos destacados asociados con el lugar son auténtico, tradicional, histórico, encantador, rural, sereno, interesante, agradable y amigable.

A modo de anexo, a continuación podrán encontrarse las fichas técnicas consultadas por nacionalidad: [Fichas técnicas consultadas](#)

La Comercialización del Pago de Areco

La comercialización de los productos y servicios turísticos se realiza en diversos canales, que pueden agruparse en dos categorías: comercialización directa (B2C), o comercialización mediante intermediarios (B2B). El B2C refiere a la distribución y comercialización de los productos y servicios que realizan los prestadores locales de las experiencias de manera directa a los consumidores finales, a través de sus propias plataformas de comunicación y venta: redes sociales, mail, teléfono, sitio web, presencial.

El B2B corresponde a la distribución a través de intermediarios, que pueden a su vez trabajar con el público final u otros intermediarios de la cadena de valor turística. En el primer caso, nos encontramos con las plataformas digitales como Booking, Expedia e incluso TripAdvisor y agencias de viajes minoristas; en el segundo, encontramos los llamados DMC o Destination Management Companies, empresas receptoras que son mayoristas y muchas veces también trabajan con público final.

En el Pago de Areco, se pueden identificar dos situaciones, correspondientes al grado de maduración de los destinos y los productos / experiencias turísticas existentes. Así, San Andrés de Giles y Carmen de Areco trabajan mayormente con una comercialización directa (B2C) y la intermediación aparece dirigida mayormente al mercado nacional de cercanía concentrada en excursiones de día con fuerte foco en la experiencia gastronómica de los pueblos rurales cuando se trata de intermediación por agencias de viajes. La oferta de experiencias de naturaleza y componentes deportivos se presente mayormente informal, es decir, prestada fuera de los canales formalizados y bajo criterios de seguridad normativa. Por su parte, la oferta de alojamiento tiene una fuerte presencia en la intermediación B2C a través de las OTAs, como Booking¹.

San Antonio de Areco, por su trayectoria más extensa en materia de desarrollo y promoción turística, presenta una distribución más pareja entre ambos canales de intermediación, B2C y B2B. Sin embargo, se distingue por su presencia en los canales de distribución y comercialización integrados por DMC, que operan con una demanda mayormente internacional. En este caso, algunos de las empresas de viajes identificadas que ofrecen productos incluyendo a San Antonio de Areco con Signature Trips, Eurotur, Cynsa, Tours Buenos Aires, De Argentina Elites, Malambo Tours, Argentina on the Go, Sailing BA Tours; y con presencia local Areco Tours y Areco Tradición.

Los productos ofrecidos, en servicio regular y privado, tienen todos un fuerte componente cultural vinculado a la tradición; incluso en las opciones que ofrecen experiencias en la naturaleza, las mismas son en entornos rurales, específicamente las estancias, y vinculadas con la temática gauchesca, como ser el caso de las cabalgatas. Asimismo, se puede distinguir entre experiencias para pasar un día y estadías cortas, generalmente 1 noche; sólo concentrado en San Antonio de Areco o en combinación con la experiencia «Ciudad de Buenos Aires». Las estancias como ámbitos para la experiencia del día o con pernocte es una coincidencia entre todas las opciones.

A continuación se detallan, sin criterio de exhaustividad, las experiencias comercializadas que mejor representan la totalidad de los productos ofertados por los canales B2B a través de DMCs y agencias de viajes.

- Día de gaucho en la estancia El Ombú de Areco desde Buenos Aires
- Recorrido al estilo gaucho de un día en un rancho en San Antonio de Areco desde Buenos Aires
- Excursión privada de un día a una estancia argentina
- Buenos Aires Super Saver: City Tour, Gaucho Day at a Farm & Tango Dinner-Show (3 días)
- 2 días y 1 noche en Areco
- Día gaucho para grupos pequeños en una granja en San Antonio de Areco
- Visite el pueblo de San Antonio de Areco y la Estancia
- Buenos Aires Super Saver: City Tour, Gaucho Day en una granja y cena de tango
- Excursión por la costa: Visita para grupos pequeños a una estancia en San Antonio de Areco
- Experiencia privada de 6 días en Buenos Aires (1 noche en estancia)
- Tour de un día a medida a San Antonio de Areco y Estancia El Ombu
- Tour privado a San Antonio de Areco: pueblo Gaucho y Estancia
- Tour Privado Gaucho con Estancia y Pueblo Areco
- Tour privado de gaucho - viaje de día completo Guiado en EN, SPA o FR - Argentina
- Día Gaucho en San Antonio de Areco desde Buenos Aires
- Día Gaucho con Estancia y pueblo Areco
- San Antonio de Areco con Estancia El Ombú
- Tour privado: Gaucho Ranch en San Antonio de Areco desde Buenos Aires
- Aventura gaucha privada: explora el auténtico campo argentino (día)

¹ En el capítulo de Monitoreo de Satisfacción de la Demanda figura el análisis de la oferta comercializada en las plataformas online para el Pago de Areco

Anclajes para pensar el presente y el futuro

Problema identificado y descripción del mismo	Causa del problema	Efectos del problema	Territorios o jurisdicciones alcanzadas por el problema (se pueden marcar más de uno)			Es necesario articular con otras áreas (Nación, provincia y/o municipios) para resolver esta temática.		
			Carmen de Areco	San Antonio de Areco	San Andrés de Giles	NO	SI	¿Articulando con cuáles organizaciones, instituciones, organismos?
En pos de la articulación de los distritos como región/corredor								
Dificultad en articular acciones entre los municipios pertenecientes al plan	Las diferencias en los niveles de desarrollo turístico de cada destino (posicionados o emergentes) resultan una causa aparente que limita la articulación y pensarse como región turística.	Falta de trabajo articulado entre los distritos para llevar a cabo una estrategia común de desarrollo turístico						
Falta de conciencia sobre la necesidad de articulación regional	Asimetrías en el desarrollo turístico de cada destino.	No existe ningún grado de articulación entre destinos						
Diferencias de jerarquización de la actividad turística (y la cultura) y su consecuente reflejo en la estructura municipal (alcance, talentos, asignación presupuestaria)	priorización de otras actividades productivas y de servicios, falta de visión estratégica sobre diversificación económica con potencial	Disparidad en calidad de oferta, puesta en valor de atractivos, experiencias y servicios. Afectación del impacto de las políticas públicas turísticas regionales						
Falta de antecedentes de trabajos conjunto y consensuado en materia turística	Falta de visualización acerca de las potencialidades que presentan el trabajo articulado y asociativo entre destinos.	ausencia de identidad colectiva y pertenencia regional. Ausencia de herramientas y know how sobre procesos y proyectos colaborativos						Ayudaría contar con un programa, proyecto o metodología que impulse el desarrollo regional de una instancia superior para contar con una orientación

Falta de apoyo mediante programas específicos por parte del área específica de la Provincia de Buenos Aires	Falta de visualización de las potencialidades del desarrollo turístico regional	Habitualmente la existencia de anclajes de programas desde el ámbito provincial permiten el fortalecimiento regional.							Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
Falta de ámbitos institucionalizados de articulación entre municipios Coprone	Las pocas experiencias que existieron en este momento no se encuentran funcionando (ejemplo de ello, el COPRONE)								
Desacople entre las regionalizaciones empresariales con la región de Pago de Areco	Las estructuras empresariales (tal el caso de la Cámara Bonaerense de Turismo) no fueron pensadas en su creación y distribución regional en base a factores tales como la región en cuestión	No hay marcos tangibles de encuentro institucionales privados factibles de acompañar la estructura territorial							Cámara Bonaerense de Turismo
Recursos y atractivos turísticos									
Contenido histórico, identitario y cultural sobre la región de "Pago de Areco" disperso e intangible	El Pago de Areco encuentra valores aglutinantes en términos históricos, pero no actuales. Las cuestiones que permitirían "tangibilizar" el relato, al momento, son escasas y dispersas.	Falta de identificación y apropiación de la marca por parte de residentes y prestadores. Dificultad de los turistas para identificar el alcance de la región.							Áreas de Cultura y Turismo de los tres municipios. Apoyo del Instituto Cultural y Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
Resulta necesario abordar la puesta en valor turístico del Río Areco. Y resolución de aspectos normativos como la navegabilidad del río.	Falta de abordaje integral de la problemática en cuestión, falta de trabajo en pos del acceso al río en su traza entre Carmen y San Antonio.	Problemas ambientales, imposibilidad de acceder al río y sus costas							Autoridad del Agua de la Provincia de Buenos Aires
Puesta en valor del Camino real como atractivo turístico unificador de las tres localidades	La falta de una visión territorial integrada en forma regional y la disparidad asignada al turismo como actividad con potencial para el desarrollo Falta de planeamiento del desarrollo turístico que ponga en valor el recurso turístico existente.	Falta de aprovechamiento de los recursos para transformarlos en atractivos. Si bien existieron intenciones en otras épocas, nunca se lograron generar acciones concretas							Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

Falta de propuestas de turismo en espacios naturales. Turismo con naturaleza	Falta de espacios disponibles para esta tipología turística y acciones solamente vinculadas a desarrollar la oferta de turismo cultural	Escasas propuestas para el segmento de viajeros de naturaleza, que está en crecimiento en todo el mundo, sobre todo en la post-pandemia.						Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación en particular el Programa "La Ruta Natural"
Promoción, incentivos y ordenamiento de la oferta de turismo de naturaleza. Mapeo de oportunidades de inversión privadas ligada a vectores de inversión relacionadas con el turismo con la naturaleza	Al no contar con organismos locales de turismo con jerarquía suficiente, capacidad para promover programas de fortalecimiento de emprendedores y formalización de la oferta.	Oferta informal, no regulada, sin regularidad, sin condiciones mínimas de seguridad, posible impacto negativo en la imagen del destino ante crisis vinculadas con estas actividades						Se pueden realizar capacitaciones en materia de emprendedores, idiomas, seguridad y riesgo (MINTUR - AAETAV), Propuesta de ordenanza conjunta de regulación entre los 3 municipios, articulación con el Programa La Ruta Natural, articulación con Ambiente de PBA y Nación.
Puesta en Valor del patrimonio arquitectónico e histórico vinculado al ferrocarril (estaciones, instalaciones, vías, vagones, otros espacios, etc.)	Falta de recursos para su mantenimiento y puesta en valor en los 3 estamentos nacionales, abandono del ferrocarril como medio de transporte y carga a nivel nacional,	Ocupación y usos ilegales del patrimonio Pérdida y destrucción del patrimonio tangible e intangible vinculado a la producción e historia argentina nacional y regional. Pérdida de oportunidades para la experiencia turística a partir de la utilización del tren como transporte y atractivo vinculando CABA y la región del pago, que podría ser de gran valor identitario.						Trenes Argentinos, Cultura PBA, Municipios, Asociaciones de Amigos del Ferrocarril, Museo del Ferrocarril Nación, Cultura Nación. Articulación con proyectos privados, sponsorizaciones con empresas y organizaciones (empresas y fundaciones vinculadas con el campo, el transporte, la logística, las comunicaciones)
Calendario articulado de oferta de atractivos que rompa la estacionalidad y promueva la dispersión espacial de los flujos turísticos	Falta de articulación histórica y actual en materia turística de los municipios.	Información dispersa y falta de información Pérdida de oportunidades de posicionamiento en la demanda, superposición de eventos de gran tracción de turistas.						
Ausencia de integración de metodologías y recursos tecnológicos – Realidad virtual, mixta y aumentada, Inteligencia Artificial, Gamificación de experiencias turísticas, etc. para la interpretación y enriquecimiento de la	Ausencia de jerarquización de la actividad turística Falta de competitividad de los talentos vinculados al sector	Ausencia de información sobre los atractivos y circuitos turísticos adaptados a la demanda actual y futura Pérdida de competitividad de los destinos						

experiencia turística en atractivos y circuitos.	Sociedad conservadora con poca adopción de la tecnología para la optimización de la experiencia de usuario	Perpetuación de prácticas turísticas desactualizadas Ausencia de indicadores de impacto y caracterización de la demanda Pérdida de captación de recursos económicos complementarios y posicionamiento del destino / revalorización cultural						
Falta de planificación para la puesta en valor turístico de espacios históricos-patrimoniales como Fortines, Edificios y casas históricas	Inexistencia de transferencia y socialización de experiencias entre destinos (por ejemplo, las experiencias de San Antonio de Areco al respecto)	Si bien se cuenta con muchos recursos patrimoniales e históricos (materiales e inmateriales) por parte de los tres destinos, no se evidencia planificación a los fines de transformarlos en atractivos turísticos						
Nuevos abordajes e intervenciones sobre los atractivos existentes, mediante la formulación de proyectos innovadores culturales, naturales, etc. (ejemplo: Payadores vs. Raperos)	Falta de planificación turística con perfiles innovadores	Reducción del abanico de propuestas al turista, falta de sorpresa para visitantes asiduos y nuevos visitantes.						

Sobre los organismos municipales de turismo de cada destino								
Necesidad de mejorar la calidad institucional de las áreas de turismo municipales	Falta de conciencia de las oportunidades que brinda la actividad en el desarrollo local	Baja calidad institucional que repercute en la definición del turismo como política de Estado, presupuestos de las áreas, recursos humanos calificados, innovación tecnológica acorde a los requerimientos de las nuevas visiones del turismo, etc.	X	X	X			
Desarrollo e implantación de sistema de captación, procesamiento y analítica de datos turísticos	Falta de visualización de la necesidad de contar con datos para la toma de decisiones y desarrollo de estrategias turísticas	Decisiones y estrategias no basadas en datos, falta de medición de la importancia de la actividad en términos económicos, sociales, empleo, etc. (por ejemplo, el PBG turístico)	X	X	X		X	Ministerio de Turismo y Deportes de Nación. Subsecretaría de Turismo de la provincia Organismos internacionales como OIT
Necesidad de ampliación de los alcances de la gestión turística local (nuevas dimensiones de la gestión turística)	Falta de visualización de la necesidad de contar con mayores involucramientos en los alcances de la gestión	Organismos orientados a funcionales tradicionales como atención al turista, promoción	X	X	X			

Incorporación de nuevos modelos de gestión basados en la Gobernanza turística en articulación con la multiplicidad de actores	Falta de adecuación a los nuevos modelos de gestión basados en la articulación público-privado	Sistemas de gestión con marcado énfasis en antiguos modelos de gestión	X	X	X			
Estructura económica y tributaria								
La baja calidad institucionales repercute en la falta de presupuestos para la gestión del turismo	Falta de visualización de las potencialidades del turismo en materia económica	Falta de presupuesto en las áreas vinculadas a turismo	X	X	X			
Falta de datos sobre el impacto de la actividad turística en los destinos	Falta de la visualización de la gestión basada en datos	No se mide el PBG turístico y otros indicadores económicos	X	X	X			
Falta de datos específicos sobre el impacto del turismo en cada destino	No se realiza medición del PBG turístico en cada destino	No es posible medir y contar con una visión sobre el aporte del turismo a nivel de ingresos en cada destino, generación de puestos de trabajo, etc.	X	X	X			

Marco legal e institucional								
Falta de normativa para lograr una utilización turística del espacio costero del Río Areco y las actividades de navegación turística	Necesidad de adecuación normativa relacionada a liberación de espacio de costa, camino de sirga, navegación del río Areco.	Imposibilidad de acceso al río y de navegación turística	X	X	X			
Transferencia de conocimiento y herramientas normativas locales	Falta de normativas relacionadas con el Turismo Alternativo	Falta de marco adecuado para habilitar emprendimientos relacionados al turismo con naturaleza		X	X			
Adhesión a las Ley Provincial de Turismo y sus decretos reglamentarios		Adecuación del marco normativo local a las normativas provinciales		X	X			
Aplicación de normativas existentes relacionadas al Ente de Turismo de San Antonio de Areco como forma de implementar la gobernanza turística	No se puso en práctica el Ente	Desaprovechamiento de herramientas normativas	X					
Analizar la posibilidad de extender ordenanzas de protección patrimonial (ejemplo la de San Antonio de Areco) a Carmen de Areco y San Andrés de Giles	Falta de aprovechamiento de las experiencias de destinos de la región	Extender la protección patrimonial como forma de mantener la identidad constructiva y valorizar el patrimonio cultural		X	X			

Estructura territorial y sostenibilidad								
Políticas de arraigo ligadas al turismo, frente a la tendencia a la transformación de la población de rural a urbana.	Pérdida de empleo de calidad en las zonas rurales, búsqueda de mejor calidad de servicios públicos, sanitarios y educativos, etc.	Zonas rurales sin personas, pérdida del patrimonio tangible e intangible auténtico de la ruralidad (atractivo turístico principal del Pago): cierre de pulperías, pérdida de usos y costumbres tradicionales, etc.	X	X	X		X	Provincia: - Subsecretaría de Hábitat dentro del Ministerio de Desarrollo de la Comunidad (programa Colonias Agroecológicas, por ejemplo) Nación: - Secretaría de Desarrollo Productivo del Ministerio de Economía de la Nación.
Políticas de protección frente a fenómenos urbanísticos cerrados y gentrificación. Crecimiento de urbanizaciones cerradas que no se encuentran reguladas y presión de abundantes urbanizaciones cerradas en los partidos linderos	Producto inmobiliario comercializable; demanda de segunda vivienda en entornos con naturaleza por parte de un segmento de población de las grandes ciudades.	Riesgo de segmentación del territorio y su población entre lugares exclusivos y bolsones de pobreza; crecimiento difuso del territorio que encarece el tendido de servicios públicos desde las ciudades cabecera; pauperización de los cascos urbanos por incremento de la inversión en estas nuevas urbanizaciones y decrecimiento de inversión en ellos.	X	X	X		X	Provincia: -Dirección Provincial de Ordenamiento Urbano y Territorial (DPOUT) (generación de Códigos y Planes de Ordenamiento Urbano y Territorial que contemplen esta problemática)
Problemas de escala global de articulación entre aspecto urbano-territoriales y turísticos: alquileres temporarios a través de plataformas digitales (Booking.com, Airbnb, etc.) con riesgo de crecimiento exponencial vs. acceso a la vivienda de residentes locales (junto al crecimiento de índices de inquilinización)	Ausencia de planificación y abordaje sobre la tensión entre el derecho al hábitat digno del residente (la función social de la vivienda) como derecho primario para acceder a otros derechos que colisiona con la mercantilización de la vivienda (desde la utilización de segundas o terceras viviendas para la comercialización turística hasta el uso de la construcción de viviendas para la comercialización turística como reserva de valor).	Urbanismo de plataformas (rol de plataformas privadas en la restructuración de economías y territorios de las ciudades); gentrificación (el desafío vendría dado porque las ventajas económicas de la gentrificación puedan utilizarse en beneficio del resto de la ciudad a través de programas cuidadosamente estructurados); disminución de las posibilidades de acceso a la vivienda de la población local por sacar dichas propiedades del alquiler anual a residentes y colocarlas en el negocio del alquiler temporario a turistas, más rentable; incremento en los valores de compra-venta de propiedades (residentes). Mejora de la renta turística de los propietarios. Riesgo de enriquecimiento de unos pocos únicamente, mediante la organización vertical y centralizada por anfitriones	X	X	X		X	Ministerio de Hábitat de la Nación. Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Congreso de la Nación. Cámaras de Diputados y Senadores de la Provincia de Buenos Aires

		corporativos, en vez de pequeños emprendedores.						
Saneamiento y control ambiental del Río Areco.	Más allá de la gran cantidad de acciones implementadas a los fines de controlar y monitorear las crecidas del Río Areco (sensorización y monitoreo, contenciones, modificaciones en el Puente Viejo de San Antonio de Areco, control de canales clandestinos, etc). Resulta necesario implementar mayor cantidad de acciones tendientes al saneamiento y control ambiental del río y sus costas (manejo de residuos sólidos vertidos al río, manejo ambiental de la costa del río, manejo de especies exóticas, etc.)	La crecida del Río Areco y consecuente inundación de la ciudad puede provocar daños sociales, ambientales y económicos en gran parte de la comunidad durante determinado período de tiempo. Su control posibilita resolver dichas problemáticas. El trazado de un Plan de Manejo del río y sus costas posibilitará a su vez habilitarlas para su uso turístico. De la misma manera crear nuevos espacios recreativos para residentes y turistas	X	X			X	<p>Intermunicipal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comité de Cuenca del Río Areco. - Red Argentina de Municipios frente al Cambio Climático (RAMCC). - "Proyecto de Cooperación Tecnológica Horizontal entre Municipios para Servicio de Avisos y Alertas Tempranas en la Cuenca del Río Areco" <p>Provincial:</p> <ul style="list-style-type: none"> Autoridad del Agua de la Provincia de Buenos Aires. Dirección de Monitoreo Hidro-Ambiental de la Provincia de Buenos Aires. Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) / Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Buenos Aires. SIMPARH (Sistema Inteligente de Monitoreo, Prevención y Análisis Hidrometeorológico). <p>Nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Ciencia y Tecnología e Innovación Productiva de la Nación. - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación / Unidad Ciudades Sustentables. <p>Internacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unidad Temática de Ambiente y Desarrollo Sostenible (UTADS) de Mercociudades. - Secretaría de Estrategia Internacional para la Reducción de Desastres (UNISDR / Naciones Unidas): "Desarrollando Ciudades Resilientes" (Campaña Mundial). - Plataforma Temática en Riesgo Urbano para Latinoamérica y el Caribe.
Ordenamiento Territorial que no contempla	Falta de participación de las áreas de turismo	Problemas de planificación turística,	X	X	X			

integralmente a la actividad turística	local en el diseño y puesta en marcha de Planes de Ordenamiento Territorial	emprendimientos ya existentes en zonas no aptas para la actividad turística, dificultades para extender los espacios públicos de uso turístico.						
Implementación de programas de gestión ambiental en zonas de uso turístico, particularmente en pueblos rurales	La falta de planes de manejo de residuos, de infraestructura de gestión ambiental, de concientización tanto de residentes como de turistas, provoca un constante deterioro en la calidad del ambiente	Pérdida de la calidad ambiental, pérdida de especies nativas, sobreexposición del territorio a las actividades productivas y turísticas	X	X	X			
Ausencia de planes de gestión de riesgos de desastre y cambio climático	Desconocimiento Desinterés Planes desactualizados	Pérdidas económicas directas e indirectas producto de inundaciones, sequías, otros eventos Pérdida de oportunidades de captación de inversiones de impacto y fondos sostenibles Pérdida de posicionamiento del destino entre los turistas Deficiente gestión de crisis que afecta negativamente la actividad turística Falta de apoyo a la posible implementación de prácticas sostenibles y de impacto entre privados	X	X	X		X	RAMCC, Ambiente Nación, Ambiente PBA, CAF, BID
Sensibilización y conciencia ciudadana en relación a los tres ejes de la sostenibilidad (ambiental, sociocultural y económico)	Falta de implementación de acciones tendientes al abordaje de los ejes de la sostenibilidad. Falta de abordaje público y privado de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenibles)	Se evidencian pocas acciones tendientes a dichos objetivos.	X	X	X			
Marca de origen	Se evidencia la necesidad de continuar las experiencias realizadas en San Antonio de Areco en la creación de una denominación de origen para diversas producciones identitarias locales.	Fortalecer la producción local, dotarlo de valor comercial y turístico. Y extenderla a la artesanía criolla característica identitaria de la región	X	X	X			
Accesibilidad	Falta de accesibilidad en espacios y servicios turísticos pensando en la inclusión y un turismo para todos y todos.	Discriminación Segmentación negativa de mercado potencial. Limitación de ingresos económicos en los establecimientos turísticos.	X	X	X			Ministerio de Turismo y Deporte Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

		Posicionamiento y comunicación negativa sobre el destino.						Organizaciones dedicadas al turismo accesible
Falta de acceso a la propiedad de la tierra. Dificultades para el logro de la tenencia de la tierra, especialmente de colectivos vulnerables como mujeres, pequeños productores y campesinos. Pequeños emprendedores turísticos	Vigencia de un modelo hegemónico y excluyente	Desigualdad de oportunidades de desarrollo, crecimiento, identidad y arraigo. La exclusión se acompaña de violencia hacia los colectivos	X	X	X			Municipios Bancos de Tierra Ministerio de Agricultura Ministerio de Hábitat
Falta de adecuada cobertura de servicios sanitarios, electricidad, agua potable, gas, etc. fundamentalmente en zonas rurales y periurbanas	Falta de inversiones nacionales, provinciales y municipales para la provisión de servicios básicos	Dificultades de habitabilidad, altos costos de servicios básicos, dificultades y mayores costos para los emprendimientos rurales y periurbanos	X	X	X			Municipios Nación Provincia
Insuficiente promoción y difusión de los beneficios económicos, productivos, sociales e innovativos de la Economía social y solidaria. Formaciones asociativas y cooperativas con experiencias de turismo rural y urbano. Escasa difusión y valorización de experiencias exitosas de productores y trabajadores turísticos y satelitales al turismo que han mejorado la comercialización de sus productos de manera asociativa y ofrecen a los usuarios y consumidores calidad de productos a precios justos.	Invisibilidad a los modelos alternativos y contra hegemónicos de la economía social y popular. Falta de conciencia de las potencialidades del estímulo al Desarrollo Local	Existencia de productores que no reconocen las ventajas de la asociación y cooperativización social y productiva	X	X	X			Municipios Nación Provincia

Equipamiento de apoyo al desarrollo turístico								
Accesos a espacios turísticos	Falta de abordaje integral de la problemática de caminos rurales	Necesarios para el desarrollo turístico. Enripiado, entoscado, asfalto y mejoramiento general de iluminación.	X	X	X		X	Vialidad nacional y provincial. Municipios
Conectividad terrestre	Falta de conectividad terrestre tanto de acceso a las ciudades cabeceras de cada partido desde los mercados meta, como de la conectividad interna (fundamentalmente con los pueblos rurales). Esta problemática se complementa con las necesidades de construcción y remodelación de	Imposibilidad de acceso a pueblos rurales y falta de oferta para acceso a las ciudades cabecera desde los mercados de origen turísticos	X	X	X			Municipios Empresas Turística Empresas de Transporte

	estaciones terminales de buses.							
Formación de recursos humanos para la actividad turística	Falta de oferta de formación tanto pública como privada en perfiles necesarios en el desarrollo de la actividad turística (técnicos y licenciados en hotelería, en turismo, guías locales, especialistas en turismo alternativo, turismo rural, turismo cultural)	Falta de recursos humanos formados	X	X	X			UNSADA Universidades privadas Centros de Capacitación Municipios
Insuficiente infraestructura para servicio de conexión de internet en la era digital y servicio de 4G. En muchos casos deficiente y costosa conexión a Internet y servicios generales de red inalámbrica	Insuficientes inversiones públicas y privadas en infraestructura de cableado de red y servicios, antenas, provisión de conectividad	Asimetrías y desigualdades sociales en la población local para acceder a conocimiento y las comunicaciones. Imposibilidad de acceder a mercados turísticos que priorizan la conectividad	X	X	X			Gobierno nacional, provincial y municipal
Señalética turística Señalética inadecuada o inexistente en espacios con emprendimientos turísticos rurales, periurbanos y urbanos. Dificultad en la identificación y acceso a emprendimientos turísticos rurales y periurbanos a causa de la inadecuada o inexistente cartelera o señalética.	Falta de apoyo a la promoción turística de emprendimientos rurales y periurbanos, a nivel local y provincial.	Dificultades de los turistas y visitantes para la fácil ubicación de los establecimientos turísticos de interés. La falta de cartelera adecuada impacta en la valoración de la experiencia	X	X	X			Gobierno Nacional Gobierno Provincial Municipios

Desarrollo de la oferta turística								
Producción artística y artesanal de calidad y con personalidad concentrada en un sólo municipio, principalmente analógica y sin aprovechamiento de los recursos tecnológicos	Concentrado en San Antonio de Areco por la importancia dada a la actividad turística.	Pérdida de oportunidades de negocios para los emprendedores de los restantes municipios. Disparidad en la calidad y tipo de oferta artística y artesanal dentro de la región Pérdida de ingresos y posicionamiento mediante la incorporación de tecnología (NFT, blockchain, streaming, tiendas online)	x	x	x		x	Fundación Telefónica, Wayra Latam, empresas agrícolas, Universidad Nacional (hay carreras tecnológicas), CONICET, MINTUR. Cultura Nación y PBA, Cámaras y filiales locales, CAT, CATPBA
Ausencia de regulación para controlar la oferta informal y alojamientos alternativos	Ausencia de normativa y mecanismos de control	competencia desleal Déficit habitacional para la población estudiantil que cursa en la Universidad de San Antonio de Areco	X	X	X			Municipios Concejos Deliberantes
Falta de políticas de incentivos para el desarrollo de nuevas modalidades de alojamientos e	Falta de reconocimiento del turismo como actividad de desarrollo Falta de planes de estímulo y apoyo	Dificultad para integrar circuitos o propuestas regionales para un mismo sector de la demanda	x	X	x			Municipios Apoyo de planes nacionales y provinciales Mediante programas de incentivo

instalación de oferta turística rural	económico a emprendedores	Dificultad para la promoción del desarrollo turístico Pérdida de oportunidades de inversión						
Falta de oferta de servicios turísticos orientados a una experiencia más inmersiva, especialmente vinculadas con turismo de naturaleza (senderismo, ciclismo, observación de aves, cabalgatas), histórico cultural (interpretación, actividades artísticas, etc.), gastronómico y segmento de incentivos	Areco se ha centrado en los histórico cultural y las actividades de naturaleza se remiten al servicio de las estancias. San Andrés Giles no prioriza el turismo y Carmen de Areco tiene una escasa oferta informal de turismo de naturaleza.	Desaprovechamiento en captación y fidelización de demanda existente, hoy derivada a otros destinos Pérdida de mayor PGB, generación de emprendimientos, diversificación de la matriz productiva y empleos decentes	x	x	x			
Falta de productos innovadores de ampliación de espacios turísticos tradicionales, expansión a nuevos segmentos de mercado, nuevas modalidades de turismo, etc.	Falta de planificación pública y planificación articulada desde el espacio público-privado	Gama de productos tradicionales que se mantienen de forma estática en el tiempo, oferta estandarizada, falta de productos nuevos para atraer nuevos públicos y repetición de los turistas que visitan de manera constante los destinos	x	x	x			Municipios a través de sus áreas de turismo locales Y articulación entre los municipios

Dinámica turística de los pueblos rurales de la región.

Protección y puesta en valor de los pueblos rurales como atractivos frente a las nuevas tendencias del turismo	Falta de planificación y articulación. Falta de llegada de las acciones de política turística desde las ciudades cabecera a los pueblos rurales	Puesta en valor del turismo rural, turismo periurbano.	x	x	x			Municipios Programa Pueblos Turísticos de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia.
Falta de productos turísticos orientados específicamente a pueblos rurales	Falta de planificación para el desarrollo del turismo rural	Ausencia de productos locales	x	x	x			Ministerio de Turismo de la Nación Subsecretaría de Turismo de la Provincia Municipios
Falta de rescate identitario de la ruralidad, su forma de vida, la cultura local, etc.	Falta de transformación de los rasgos identitarios rurales como productos turísticos	Ausencia de propuestas y productos	x	x	x			Ministerio de Turismo de la Nación Subsecretaría de Turismo de la Provincia Municipios

Calidad turística

Falta de ejecución de programas vinculados a la calidad turística, tanto en el sector público como privados	Desinterés, Desconocimiento de herramientas, Falta de voluntad política	Oportunidad de mejora en la prestación de servicios turísticos y en la experiencia del visitante Reducción de la satisfacción del visitante Pérdida de competitividad y rentabilidad de las empresas Pérdida de competitividad del destino regional y sus integrantes	x	x	x		x	Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, Subsecretaría de Turismo PBA, Cámaras privadas locales
---	--	--	---	---	---	--	---	--

		Impacto negativo en el posicionamiento de la región y sus destinos						
Falta de implementación de programas de calidad vinculados con la accesibilidad y la comunicación inclusiva	Desinterés Desconocimiento de herramientas Falta de voluntad política Desconocimiento de su impacto en el posicionamiento y la competitividad del destino	Reducción de la satisfacción del visitante Pérdida de competitividad y rentabilidad de las empresas Pérdida de competitividad del destino regional y sus integrantes Impacto negativo en el posicionamiento de la región y sus destinos	x	x	x		x	Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, Subsecretaría de Turismo PBA, Cámaras privadas locales
Ausencia de políticas y programas vinculados con la sostenibilidad a nivel destino, a nivel planes de desarrollo y a nivel prestadores privados	Desinterés Desconocimiento de herramientas Falta de voluntad política Desconocimiento de su impacto en el posicionamiento y la competitividad del destino Falta de competitividad de los talentos que lideran el sector público y privado, en tanto que lectura del contexto actual y tendencias de desarrollo general y turístico	Aumento del impacto ambiental de las actividades Degradación del entorno Pérdida de calidad de vida de las comunidades Pérdida de atractivo de los recursos productivos y turísticos Pérdida de competitividad del destino Posicionamiento negativo en la demanda, cada vez más atenta al tema de la sostenibilidad Disminución de la experiencia del visitante	x	x	x		x	Mintur Nación, Ambiente Nación y Ambiente PBA, Ramcc.

Demanda turística								
Estacionalidad turística en fines de semana y vacaciones escolares	Demanda de cercanía mayormente nacional que focaliza a los fines de semana y vacaciones escolares Renuencia de los pueblos turísticos a diversificar los flujos a la semana para no perder tranquilidad. Falta de implementación de productos y propuestas que rompan la estacionalidad. Desarrollo de sistema de pasaportes, de nómades digitales, etc.	Pérdida de competitividad por márgenes de rentabilidad no regulares en el tiempo Aumento de precios Saturación de la oferta en determinadas fechas y períodos con consecuente reducción de la satisfacción del visitante	x	x	x		x	Ministerio de Turismo de la Nación Subsecretaría de Turismo PBA, Cámaras privadas locales Municipios
Desaprovechamiento de segmentos de demanda consolidados en el mercado nacional e internacional (naturaleza, incentivos, intereses especiales en patrimonio histórico)	Falta de competitividad de los talentos que lideran el sector público y privado, en tanto que lectura del contexto actual y tendencias de desarrollo general y turístico Desinterés Desconocimiento de herramientas Falta de voluntad política	Pérdida de marketshare Pérdida de oportunidades para la atracción de segmentos de menor impacto ambiental/social y mayor gasto Pérdida de competitividad del destino por falta de diversificación de oferta que atraiga otros segmentos deseados Ausencia de alternativas para combatir la estacionalidad de la	x	x	x			MINTUR, AAETAV, Turismo PBA, AOCA, Inprotur, Visit Buenos Aires, Tigre

		demanda y/o prolongar su estadia / lograr su fidelización con nuevas propuestas						
Dispar posicionamiento de los destinos que conforman la región en la demanda internacional	Todos los efectos de la problemática 1 En pos de la articulación de los distritos como región	Pérdida de captación de nuevos mercados Pérdida de marketshare en los mercados actuales						INPROTUR, DMOs, Faeyt

Marketing y comercialización								
Penetración dispar de la región en la oferta de intermediación turística	Disparidad del desarrollo turístico y calidad de la oferta Cercanía a principal mercado emisor de turistas nacionales (AMBA) y destino internacional, Buenos Aires, que permite captar la demanda de manera directa Desconocimiento y desinterés en el desarrollo de nuevos canales de comunicación y comercialización	Oferta de intermediación centrada en productos tradicionales y sin diversificación en San Antonio de Areco	X	X	X		X	DMOs, Faeyt, Cámaras y filiales sectoriales
Ausencia de posicionamiento deseado claro por parte del destino	El turismo no es considerada una actividad relevante ni estratégica por las autoridades				X			
Desactualización de las estrategias y herramientas de marketing a nivel comunicacional	Falta de interés Falta de competitividad de los talentos en las áreas municipales Falta de recursos económicos	Ausencia de estrategia integral de marketing y comunicación que dé sentido a todo el accionar en materia turística Estrategia comunicacional desactualizada Pérdida de efectividad en la captación de los públicos objetivos Posicionamiento dejado al libre albedrío del mercado Ausencia de datos para el conocimiento de la demanda, el monitoreo de las políticas y acciones, y la toma de decisiones Pérdida de rentabilidad a nivel destino Desperdicio y mal uso de los recursos públicos Pérdida de oportunidades para el posicionamiento del destino y la generación de nuevos negocios / productos	X	X	X		X	MINTUR, CFI, INAP,
Ausencia de posicionamiento integrado de la región como Pago de Areco	Todos las causas del punto 1	Pérdida de oportunidades de negocios, de diferenciación, desarrollo	X	X	X			

		y competitividad de los destinos integrantes de la región						
Ausencia de diversificación de productos y circuitos	Causas de eje 1 , del eje 2 y efectos del eje 8	Pérdida de competitividad del destino Dificultad para fidelización de la demanda Pérdida de oportunidades para la captación de nuevos segmentos de demanda Pérdida de oportunidades de diversificación y ampliación de la matriz productiva/de servicios y generación de empleos decentes	X	X	X		X	MINTUR (Ruta Natural), AAETAV, Turismo PBA, Cultura Nación y PBA, Ambiente Nación y PBA, Cámaras y filiales sectores locales, organizaciones del tercer sector (tradicionalistas, clubes de intereses especiales, etc.)
Ausencia de iniciativas integradas con otros destinos competidores / complementarios para optimizar el posicionamiento y la captación de demanda	Causas de eje 1 , del eje 2 y efectos del eje 8	Pérdida de oportunidades para la captación de nuevos segmentos de demanda Pérdida de oportunidades de diversificación y ampliación de la matriz productiva/de servicios y generación de empleos decentes Pérdida de oportunidades para romper la estacionalidad de la demanda Mayor marketshare en la oferta de intermediación	X	X	X		X	Visit Buenos Aires, Tigre Turismo, INPROTUR, CAT, FAEVyT
Ausencia de posicionamiento actual y deseado de la región como Pago	todas las de los ejes 1, 2 y otros	Dificultad para la implementación de políticas regionales Pérdida de oportunidades de captación de demanda Ausencia de diversificación de productos Pérdida de atractividad y presencia en el mercado de los destinos Mayor dificultad para fidelizar a los visitantes Pérdida de competitividad de los destinos	X	X	X			

Tabla 26: Propuestas por eje

Propuestas del Plan

El presente apartado se nutre de diversidad de ideas-proyecto y proyectos ejecutivos. Los mismos constituyen la base de la etapa propositiva del Plan.



Institucionales

Institucionalización del Turismo en cada localidad

Horizonte temporal → Corto plazo: 1 año

A partir de la identificación de la institucionalización de la actividad en el marco de cada municipio integrante del Pago de Areco, en base a las capacidades e importancia del turismo en cada localidad, así como alineado con los elementos surgidos del análisis diagnóstico, se propone:

- Elevación del rango institucional del área de Turismo en **San Antonio de Areco**, de Dirección a Secretaría, dada la importancia de la actividad como motor del desarrollo local y económico del turismo, así como el grado de desarrollo que posee la oferta turística local y el flujo de turistas que recibe la localidad.
- Elevación del rango institucional del área de Turismo en **San Andrés de Giles**, de Coordinación a Dirección atento al gran desarrollo que posee la actividad en la localidad, específicamente en los pueblos rurales.

Institucionalización del Plan de Desarrollo Turístico “Pago de Areco”

Horizonte temporal → Corto plazo: 1 año

Se sugiere la presentación del Plan de Desarrollo Turístico “Pagos de Areco” en los Concejos Deliberantes de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles a los fines de que sean tratadas las propuestas surgidas del plan y con el objetivo de lograr la declaración como “de interés municipal”, permitiendo generar los compromisos necesarios para avanzar de manera paulatina y sostenible en la implantación conjunta de las acciones devenidas del mismo.

Constituir la Comisión de Turismo del Pago de Areco

Horizonte temporal → Corto plazo: 1 año

Ver anexo de gestión del Plan

En base a las definiciones del presente Plan con relación a la constitución de un núcleo de gestión integrado entre distintos actores públicos, privados, integrantes de asociaciones y/o organizaciones locales y representantes de las comunidades locales, que trascienda a las gestiones coyunturales

Reforzar la protección patrimonial en los tres municipios del Pago

Horizonte temporal → Corto plazo: 1 año

Tomando como base las ordenanzas existentes con relación a “protección del patrimonio arquitectónico y cultural” de San Antonio de Areco, se considera oportuno extender esta experiencia a los tres partidos, acompañándolo con las organizaciones de la sociedad civil interesadas en estos asuntos e incluyendo en su alcance a la protección de los recursos naturales de los tres partidos.

Desarrollar marcos institucionales y legales en pos de la promoción de la sostenibilidad en los tres municipios del Pago

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

La realidad de los tres destinos en base a los datos surgidos del Diagnóstico realizado exige prestar especial atención a la protección de ambiente, fundamentalmente los recursos naturales, base indiscutible de buena parte de la actividad turística. Más allá de que en esta etapa propositiva genera distintos proyectos relacionados, se sugiere que los Organismo Públicos de Turismo de cada Partido presten especial atención a

esta problemática y trabajen articuladamente en pos de su protección, conservación y puesta en valor.

En particular en lo que hace a:

- Evitar la degradación ambiental y la pérdida de la biodiversidad por el desarrollo de actividades económicas
- Fomentar la incorporación de innovaciones tecnológicas para la conservación, así como para potenciar recorridos turísticos sustentables
- Disminuir la generación de residuos y contaminación ambiental
- Promover el desarrollo de tecnologías sociales que otorguen beneficios socioeconómicos a los emprendedores y productores rurales (ferias y paseos de compras)
- Promover la soberanía alimentaria y promover el “compre local”
- Promover el arraigo por parte de colectivos desplazados económicamente de las ciudades,
- Promover el desarrollo e inversión de tecnologías apropiables por parte de la comunidad local, por ejemplo, plantas recicladoras y puntos verdes locales.
- Promover mediante sensibilizaciones, banco de tecnología, inversión mediante economía del conocimiento, etc. Soluciones tecnológicas de biorremediación, de energías limpias y de biogás.

De fortalecimiento de las gestiones locales de turismo integrando los tres destinos

Identidad todo el año

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Se propone identificar la región en torno a 3 ejes: pueblos rurales, tradición y naturaleza (actividades ecoturísticas y deportivas), que mediante una calendarización coordinada e integrada de eventos y actividades acompañadas de forma permanente por la gastronomía, traccione la tematización y facilite el posicionamiento.

Fuera de las temporadas altas de vacaciones de invierno, se proponen trimestres con actividades concentradas en pueblos rurales de abril a junio, tradición de septiembre a noviembre y naturaleza con eventos específicos para apuntalar a lo largo del año.

Ver anexo de proyecto: [Identidad todo el año](#)

Gestión de datos

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Captación, procesamiento y analítica de datos turísticos

Atentos a las dificultades, falencias y necesidades existentes en los tres destinos en cuanto a la tarea fundamental de gestionar datos turísticos a los fines de contar con información, conocimiento y analítica de datos de cara al diseño de estrategias turísticas basadas en datos; se propone avanzar en el análisis de posibilidades de implementación de un "sistema integrado de datos turísticos" realizado entre los tres destinos, que provea datos a cada uno de manera individual, así como la posibilidad de visualizar los datos de manera integrada.

El mismo se podría realizar por medio de una “plataforma de gestión de datos turísticos” integrando la utilización de los datos existentes, homogeneizando las metodologías de captación de datos en cada destino, utilizando tecnología digital e Inteligencia Artificial para dicho fin.

En tal sentido, se podría avanzar en el futuro a los fines de contar con un Observatorio Turístico de Pago de Areco, a cargo del organismo que se cree para la implementación del plan, donde visualizar con modelo de “open data” información estadística turística de manera individual y colectiva. Que sirva para construir estrategias de desarrollo turístico.

Ordenamiento Territorial

Análisis y adecuación de Códigos de Ordenamiento Territorial o Plan de Ordenamiento Territorial de cada municipio

Horizonte temporal → Largo plazo: 8 años

Códigos de Ordenamiento Urbano y Territorial con consideraciones específicas para la promoción de la actividad turística: distritos de promoción, zonificación para parques temáticos y similares, medidas de preservación y promoción del patrimonio histórico (beneficios a propietarios privados que conserven el patrimonio), promoción de espacios verdes y recreativos, entre otros. Se pretende, a su vez, dejar sentadas bases para evitar la gentrificación del territorio.

Se propone, al mismo tiempo, el desarrollo de:

Nuevas zonificaciones turísticas

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Programas de identificación, desarrollo y construcción de “zonificaciones en ejes temáticos”, ejemplo: distritos creativos, zonas de cercanía turística, ejes productivos, etc. Así como la liberación de suelo para el desarrollo de espacios recreativos turísticos de aprovechamiento del espacio y descompresión de espacios turísticos congestionados actualmente por la gran afluencia de turistas.

Programa de estímulo al asociativismo productivo local con base en el desarrollo local

Programas de desarrollo de sistemas de compra local para emprendimientos turísticos

Horizonte temporal → Corto plazo: 2 años

Desarrollar de manera conjunta los tres municipios de una ordenanza de “compra local”. Es decir, a igual o mejor precio, los emprendimientos hoteleros, gastronómicos, etc. tienen beneficios fiscales/impositivos por comprar productos de origen local.

Plataforma de Marketplace del Desarrollo local

Horizonte temporal → Corto plazo: 2 años

Es un espacio comercial virtual que sirve como intermediario entre los compradores y vendedores. Un espacio virtual en el que se muestran diversos productos y los usuarios deciden cuáles comprar. La gran cantidad de emprendedores y microemprendedores existentes en las tres localidades permite pensar en este tipo de proyectos, donde puedan integrarse productos artesanales, productores de alimentos con identidad local, artesanos, artistas plásticos, etc.

Mercado de cercanía con identidad turística local

Horizonte temporal → Largo plazo: 4/5 años

Fomento, acompañamiento, financiamiento y apoyo para el desarrollo de Mercados de cercanía, paseos de artesanos, paseos de compra, etc. Con curaduría de productos locales y/o con denominación de origen.

Programa de compras colectivas

Horizonte temporal → Corto plazo: 2 años

Desarrollo y construcción de una plataforma digital donde los prestadores puedan asociarse para realizar comprar de manera colectiva para su aprovisionamiento y así multiplicar la capacidad de negociación de precios.

Banco de proyectos de inversión, banco de tierras y propiedades fiscales

Horizonte temporal → Corto y mediano plazo: 1 a 4 años

A partir de los Espacios de Oportunidad (E.O.) y los vectores identificados en la “Guía de oportunidades de inversión” del presente Plan, se propone ahondar en la búsqueda de oportunidades de inversión puntuales tales como compra de terrenos, edificios en venta, utilización de tierras fiscales, edificios públicos para poner en valor turísticos y concesionar, etc.

A su vez se propone crear un micrositio vinculando los tres destinos para mantener al alcance de posibles inversores y de forma actualizada, la información. Dicho sitio o micrositio podría denominarse: “ Plataforma para nuevos emprendedores” (locales, provinciales, nacionales e internacionales) y contener información para la integración de dicho sitio, se propone como primera instancia, la realización de un ciclo de capacitaciones en “Formulación de proyectos financiables” abiertos a funcionarios públicos y la cadena de valor turística.

Los presentes proyectos se encuentran nucleados en:

Ver anexo de proyecto: [Proyecto de Desarrollo Local turístico](#)

Inteligencia turística

Adhesión a la Red DTI de San Antonio de Areco

Horizonte temporal → Corto plazo: 1 año

Como punto de partida para el abordaje de esta temática, se propone la adhesión de San Antonio de Areco (ya que Carmen de Areco y San Andrés de Giles ya se encuentran adheridos) a la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-ar)

Y partir de ello realizar las siguientes acciones:

- Realización de la etapa Diagnóstica DTI con evidencias.
- Construcción de un Plan de Transformación DTI
- Implementación de la Norma IRAM DTI

Y de manera complementaria:

Gestión de la innovación turística

La innovación como eje estratégico de los destinos del Pago de Areco



Imagen 67: Diagrama de la innovación

Gobernar la innovación

El propósito de los destinos debe ser gobernar la innovación de forma estratégica y coordinada con transversalidad y luces largas, realizando las transformaciones organizativas e instrumentales necesarias para potenciar y dotándolos de recursos suficientes para llevarla a cabo.

Para ello se propone:

Articular un espacio de manera compartida con los tres destinos y con la participación de la Universidad de San Antonio de Areco (USAdA)

Polo tecnológico y de innovación Pago de Areco

El proyecto propone el desarrollo de un polo tecnológico y de innovación con ejes en torno a la producción agropecuaria, el ambiente, el turismo y el patrimonio, que traccione flujo de fondos, aproveche el talento joven, el núcleo de conocimiento

universitario y la competitividad empresarial local, promoviendo un ecosistema y una cultura innovadora anclada en la tradición y los destinos inteligentes como marca identitaria del Pago.

Sería un caso piloto en donde el turismo se erige como uno de los ejes estratégicos y líderes del posicionamiento regional como territorio inteligente detrás del desarrollo de destino turístico inteligente con identidad local, integrado en un plan estratégico de largo plazo - 20 años -. El polo se conformará con empresas consolidadas, aceleradoras y startups, la academia (investigadores, profesores y estudiantes) en base a la Universidad y los institutos terciarios que ya tiene programas de estudio vinculados a las temáticas regionales propuestas, y programas gubernamentales que faciliten la comercialización de los productos de la investigación.

Así, entre proyectos y programas más específicos vinculados con turismo y más allá de la articulación estándar de los Polos Tecnológicos y de Innovación, se pueden pensar la Escuela de Innovación de Turismo Rural, el Laboratorio de Ideas Turísticas como programa de incubación / aceleración, Hakkaturs, el programa de vinculación tecnológico-de innovación I+D con el sector empresario regional y de la cadena de valor turística que impacta en el Pago, y el Pago como destino nómada digital.

En el presente proyecto se desarrolla con mayor detalle el área de turismo, pero vale aclarar que se aplica análogamente para los otros ejes de desarrollo mencionados

Proyecto Polo Tecnológico y de Innovación Pago de Areco

Ver anexo de proyecto: [Polo tecnológico y de innovación Pago de Areco](#)

Creación de un Laboratorio turístico

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Los laboratorios turísticos son espacios de ideas, empleados de forma permanente o temporal, que ayudan a los territorios a encontrar soluciones multisectoriales en el mundo tan complejo y dinámico en el que vivimos.

Son una forma inteligente para mejorar las ciudades probando diferentes combinaciones de escenarios. Así, si uno de estos escenarios prospera y alcanza sus objetivos, se repite en otras zonas e, incluso, en otras ciudades. En ellos la innovación, el co-diseño, la experimentación, y las lecciones aprendidas son los elementos clave para impulsar la transformación del desarrollo sostenible a partir de ideas disruptivas, escalables y replicables.

Organización de primer Hackatur del Pago de Areco

Horizonte temporal → Mediano plazo: 3 años

Es un evento de innovación donde diferentes personas se reúnen para crear y diseñar soluciones a una o más problemáticas que existen en la sociedad actualmente o dentro de una empresa u organización.

En sus inicios comenzó siendo un espacio exclusivo para programadores, ya que el resultado era netamente tecnológico, pero hoy en día las hackatones también sirven para intercambiar ideas, compartir aprendizajes y colaborar en proyectos de otros usuarios. Partiendo de la idea de que es un espacio colaborativo para intercambiar ideas y crear soluciones, las hackatones se desarrollan en un determinado espacio y tiempo. Se arman equipos de trabajo integrados por lo general entre 3 a 5 personas de distintas especialidades como analistas de datos, comunicadores, diseñadores, para que exista una diversidad de opiniones y perspectivas. Luego instalan sus materiales de trabajo en una zona común, ya que deben estar en constante comunicación y, finalmente, empiezan con el desarrollo de la solución.

Actividades de innovación

Este ámbito aborda cómo se concreta en el destino la gestión de la innovación en actividades que redunden en el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos, en nuevos procesos incorporados en las funciones de la entidad local y en la aplicación de la innovación a la resolución de problemáticas sociales en el destino. Además, en lo relativo a este ámbito, el Modelo DTI apuesta por destinos que conocen el valor de la innovación y evalúan su impacto para que residentes y visitantes perciban los beneficios de los esfuerzos.

Escuela de innovación rural

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Un proyecto para impulsar la actividad socioeconómica que implica a diferentes agentes y que va a contribuir a instalar en el territorio de seis a diez ideas de negocio.

La iniciativa, dirigida a todo el ecosistema, si bien toma como prioritario los sectores turísticos y primarios, consta de varios pilares.

El primero de ellos es la creación de un laboratorio de ideas, en el que se analizarán las necesidades y demandas concretas del territorio. Con ello se persigue impulsar un

nuevo paradigma de desarrollo, sostenible y desconcentrado, a partir de las oportunidades que brinda el medio rural y fortalecer el ecosistema de emprendimiento local. El segundo es impulsar la formación e incubación en emprendimiento rural con el que identificar el talento y desarrollar ideas de negocios con alto potencial de crecimiento e innovación. Y, por último, desarrollar actividades de fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento local dirigidas a la generación de la cultura emprendedora y la innovación eco-social.

Transferencia y extensión

Vinculación entre los desarrollos del ámbito académico, entre las áreas de I+D de empresas, etc. con emprendimientos turísticos de la cadena de valor. Se pretende utilizar a los emprendimientos como banco de prueba de nuevas tecnologías, de innovaciones tecnológicas, prueba de prototipos, testeos, etc.

Ecosistema innovador

El reto en este ámbito pasa por la capacidad de los destinos de generar las condiciones para facilitar el desarrollo de proyectos innovadores que puedan ser puestos en marcha por parte del sector, siendo necesario para ello conocer las capacidades reales para la innovación con las que cuenta el territorio e impulsar programas específicos para reforzarlas.

Eventos vinculados con la identidad del Pago de Areco

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Promover la identidad del Pago de Areco de manera permanente durante todo el año mediante la tematización y calendarización cohesionada e integrada de los principales activos diferenciadores y posicionadores de la región.

Ante la ausencia de antecedentes de trabajos regionales, es necesario un trabajo mancomunado e integrado para posicionar el Pago con una identidad común pero con valor diferenciado por destino, a partir de los valores existentes hoy que están asociados de forma independiente a cada uno de ellos. Así, se propone expandir el concepto de tradición, cultura e historia dominante en San Antonio de Areco, los pueblos rurales de San Andrés de Giles y la naturaleza en Carmen de Areco, integrando un calendario de eventos y actividades temáticas atravesadas por la gastronomía y la producción artesanal local que en base a la tematización: pueblos rurales, tradición y cultura, y naturaleza (actividades ecoturísticas y deportivas).

Además de facilitar el posicionamiento del destino Pago de Areco, permite la captación de distintos segmentos de público, la generación de atracciones en base a los recursos detectados, y la tracción de flujos turísticos constantes durante todo el año para quebrar la estacionalidad.

Ver anexo de proyecto: [Identidad todo el año](#)

Fomentar jornadas de limpieza de residuos en el camino de sirga del Río, plogging, limpieza de la traza del ferrocarril, eventos de reciclados, entre otros.

Ecobono Areco

Los Ecobonos constituyen una herramienta de crédito fiscal ya implementada en varios países y municipios turísticos de Argentina, cuya finalidad es la de promover la sostenibilidad de prestadores turísticos a través de incentivos económicos: su implementación es voluntaria y su funcionamiento es dinámico a través de un sistema de scoring donde los puntos acumulados por acciones sostenibles son descontadas de tasas e impuestos municipales.

Ver anexo de proyecto: [Ecobono sustentable Pago de Areco](#)

Plogging

El "plogging" es una práctica que fusiona el acto de trotar o caminar, con la recogida de basura en el camino. Este proyecto aborda el problema de la contaminación, contribuyendo a la promoción de la sostenibilidad en distintos circuitos ubicados en el Pago de Areco. Destacamento el compromiso de la comunidad local y de los turistas que participen, esta práctica puede atraer a turistas que valoran la conciencia medioambiental y buscan experiencias que combinen la actividad física con la responsabilidad social y medioambiental.

El proyecto consiste en la organización de carreras abiertas a los residentes y turistas, llevadas a cabo periódicamente con el fin de reducir la contaminación de residuos sólidos en distintos corredores del Pago de Areco. La inscripción será gratuita, los circuitos diseñados estratégicamente para cada ocasión y los premios otorgados a los ganadores serán a través del patrocinio de distintos prestadores del destino anfitrión.

Ver anexo de proyecto: [Plogging Areco](#)

Eventos Masivos Sostenibles y Organizaciones de Impacto Positivo

La sostenibilidad ambiental y social junto a la promoción de negocios de impacto o con propósito están alineados con las soluciones que el turismo presenta para los desafíos del siglo 21. La presión sobre los recursos naturales y las comunidades producto del crecimiento demográfico, la producción a escala masiva, los conflictos de intereses entre los actores sociales, económicos y políticos a todas las escalas, la crisis climática y la creciente contaminación de los entornos con impactos directos e indirectos en la calidad de vida de las poblaciones y el disfrute de la experiencia turística tornan imprescindible y urgente incorporar criterios de sostenibilidad ambiental y social en la realización de eventos masivos, ya sean deportivos, religiones, productivos, culturales, turísticos y/o recreaciones. Asimismo, en coherencia con la aproximación sistemática para lograr un mundo sostenible, justo e inclusivo, también es necesario actuar de manera inmediata en la incorporación de criterios de sostenibilidad para las organizaciones turísticas de la región, hoy absolutamente fuera de competitividad de los parámetros vigentes del desarrollo y la demanda turística.

El sector turístico argentino cuenta con herramientas ya desarrolladas para ello, por lo que su implementación sería sencilla en tanto que corresponde su articulación con el organismo nacional de turismo en caso de que se ejecuten los programas de calidad y sostenibilidad, o mediante la búsqueda de financiamiento desde los municipios para viabilizar su ejecución.

Ver anexo de proyecto: [Eventos Masivos Sostenibles y Organizaciones de Impacto Positivo](#)

Desarrollo de la oferta turística

Desarrollo de productos integrados mediante el impulso público privado

Ruta Turística del Camino Real

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

La recreación de una posta del Camino Real como emblema de lo que significó el Camino Real en la región, que pueda ser visitada y fotografiada por los turistas. Así como el desarrollo de una ruta con distintos puntos focales para la visitación

Ver anexo de proyecto:

Ruta turística del Caballo

Horizonte temporal → Mediano plazo: 2 años

Este proyecto consiste en el desarrollo, articulación y promoción de un producto turístico vinculado al caballo, como hilo conductor de la historia y actualidad del Pago de Areco, poniendo en valor su cultura y sus tradiciones, desde una experiencia diferente. La articulación de actividades turísticas más conocidas y aptas para toda la familia como las cabalgatas en estancias o la asistencia a eventos que festejan la tradición se fusionan con experiencias menos conocidas por el turista como el recorrido histórico del Camino Real y sus Postas, que sirvieron entre otras funciones para el recambio de los caballos de los viajeros, así como con la visita a establecimientos de cría de caballos, de donde surgen en la actualidad de los mejores ejemplares del país.

Ver anexo de proyecto:

Circuito de la fe irlandesa

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Entre las corrientes migratorias que poblaron el Pago de Areco ocupa un lugar destacado la colectividad irlandesa cuya presencia por estas tierras se remonta al siglo XIX.

Así si tomamos el catastro de la Provincia de Buenos Aires en el año 1880 tenemos que los propietarios de apellido irlandés poseían en Carmen de Areco 48.257 Has que implican el 45,14 % del total, mientras que en San Antonio de Areco tenían 24.173 Has (22,42%) y en San Andrés de Giles 29.322 Has (26,38%) (Cfme. Juan Carlos Korol-Hilda Sabato, "Como fue la inmigración irlandesa en la Argentina).

Esta colectividad ha dejado importantes monumentos y vestigios de su presencia, considerando especialmente su fuerte identidad católica presente hasta ahora en la zona y de la cual son testigos monasterios, templos y tumbas cuya visita es imposible de soslayar en un recorrido por el Pago de Areco.

Programa de desarrollo del Turismo con la Naturaleza

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Este programa sugiere la identificación de Territorios locales de oportunidades para el desarrollo del Ecoturismo y el Turismo Alternativo, identificando vectores de desarrollo así como la necesidad de desarrollo de nuevos emprendimientos ligados a dicha modalidad y fortalecimiento de la oferta pública territorial.

Entre ellos, se propone:

Red de senderos autoguiados bajo la modalidad senderismo

Desarrollo de circuitos de senderismo mediante la utilización del "Manual de Senderos de la Provincia de Buenos Aires" desarrollado por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

[Manual de diseño de senderos autoquiados](#)

Proyecto de estímulo y apoyo para la inversión en Turismo con la Naturaleza

Se propone la identificación de terrenos fiscales, bienes públicos arquitectónicos en desuso, vías del ferrocarril sin utilización en la actualidad, etc. para el desarrollo de nuevos emprendimientos tales como:

- **Alojamientos con la naturaleza:** Glamping, Tiny House, lodge, campings aptos para recibir motorhome, etc.
- **Estímulo para el desarrollo de emprendimientos prestadores de actividades con la naturaleza:** salidas de trekking guiadas, salidas de observación de aves, salidas de Interpretación Ambiental, actividades deportivas-recreativas tales como: kayaking, canotaje, parapentismo, etc.

Ver anexo de proyecto: [Naturaleza de pampa](#)

Circuito de Pueblos Rurales con encanto

Atento a la gran cantidad de pueblos rurales de los tres partidos que cuentan con identidad local y en muchos casos con un gran desarrollo de la oferta, fundamentalmente gastronómica. Se propone articular un recorrido sugerido que permita en 1, 2 o 3 días recorrer de manera organizada y sistemática los distintos pueblos, rescatando sus elementos identitarios y valorando sus capacidades.

Este proyecto podrá ser potenciado en base al proyecto que se incluye a continuación:

Caminos de la cultura gauchesca

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Otras posibles denominaciones: Camino del Gaucho ; Ruta de la Cultura Gauchesca;

Se propone el desarrollo de una ruta turística que vincule a los diferentes atributos que componen a la cultura gauchesca del Pago. Entre ellos encontramos a los/as artesanos/as plateros/as, sogueros/as, talabarteros/as y del telar; las pulperías y almacenes de campo, como también a museos y espacios culturales.

La implementación se llevaría adelante como un proyecto asociativo compuesto por los propios actores que formarían parte del circuito.

Ver anexo de proyecto: [Caminos de la cultura gauchesca](#)

Capacitación

Programa de capacitación y profesionalización para el sector turístico, hotelero y gastronómico

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Se propone un programa de capacitación y profesionalización que ofrezca a empresarios, trabajadores y comunidad en general, instancias de formación en temáticas priorizadas por los municipios de la región.

Se desarrollarían cursos cortos asociados a los ejes temáticos de Hotelería, Gastronomía, Turismo, Patrimonio y Desarrollo Local que se dictarían de forma itinerante entre los tres partidos.

Ver anexo de proyecto: [Programa de capacitación y profesionalización para el sector turístico, hotelero y gastronómico](#)

Programa de alfabetización digital del ecosistema emprendedor

Horizonte temporal → Mediano plazo: 2 años

Generación de un programa de alfabetización digital para emprendedores turísticos, con el objetivo de incorporar herramientas tecnológicas que permitan fortalecer las habilidades de los prestadores turísticos del Pago. Este programa abordará temáticas como:

- Nuevas tecnologías de la comunicación e información
- Manejo de programas informáticos
- Aprendizaje para la utilización de distintas plataformas de comercialización
- Posicionamiento en redes sociales
- E-Commerce

Incubadora de microemprendimientos turísticos

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

El proyecto consiste en establecer una incubadora de pymes que funcione de forma virtual y presencial dirigida a jóvenes de 18 a 25 años en las localidades mencionadas. La incubadora proporcionará capacitación, asesoramiento y financiamiento para fomentar el emprendimiento y arraigo, evitando así la migración juvenil y promoviendo el desarrollo económico local.

Ver anexo de proyecto: [Incubadora de proyectos turísticos](#)

Calidad y sostenibilidad

Diseño de un sello de sostenibilidad para prestadores del Pago

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Creación de un sello que avale a las organizaciones turísticas del Pago que tengan prácticas sostenibles (ya sean económicas, socioculturales y/o ambientales), incluyendo beneficios para estas empresas, ya sea de promoción turística destacada, como exenciones fiscales, reducción de tasas municipales, bonos verdes, créditos blandos, entre otras acciones de fomento y reconocimiento.

Dicho proyecto se vincula con los siguientes:

Crear un catálogo de proveedores sostenibles para empresas turísticas del Pago

Realizar un relevamiento de empresas proveedoras de productos y/o servicios del Pago que tengan prácticas de sostenibilidad económicas, socioculturales y/o ambientales, para facilitar la contratación de estas organizaciones en Km0 por parte de la cadena de valor turística del destino (incluye amenities, alimentos, artículos de limpieza, entre otros.)

Implementación de programas de calidad turística

Promover las herramientas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación para servicios turísticos, alojamientos y gastronomía, entre otros actores de la cadena de valor del sector turístico, elevando los estándares de excelencia en el Pago. Para ello, se convocará a las organizaciones privadas y públicas de los destinos turísticos, con el objetivo de profesionalizar a los actores que se desarrollan en la actividad, aumentando la competitividad del destino.

Proyectos de inversión pública

Implementar cartelera y folletera conjunta entre los 3 destinos bajo la marca Pago de Areco

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Desarrollo de señalética unificada en torno a la nueva marca turística “Pago de Areco” en la cual se detallen los principales sitios de interés y atractivos de los 3 municipios que forman parte del Plan. Generación de contenido audiovisual y guías interactivas para ser distribuidas en las oficinas de turismo, redes sociales y páginas Web oficiales de los 3 destinos, donde se ofrezcan las propuestas turísticas de toda la región del Pago de Areco.

Puesta en valor turístico del Río Areco (Carmen y San Antonio de Areco)

La **Ruta Provincial 31** es una carretera interurbana de 212 km de extensión ubicada en el norte de la Provincia de Buenos Aires. Particularmente entre las ciudades de Carmen de Areco y San Antonio de Areco, con una traza que recorre las cercanías del Río Areco, se presenta como una gran oportunidad de desarrollo turístico ligado al aprovechamiento del río, tanto en su borde costero como en la navegación por el mismo. En el año 2022 La Municipalidad de San Antonio de Areco y la Asociación Regional de Productores de Areco (ARPA), culminaron la reconstrucción del “puente Quemado”, ubicado a unos 25 kilómetros de San Antonio de Areco sobre el camino vecinal que une San Antonio de Areco y la localidad de Duggan.

Si bien resulta necesario avanzar en la generación de compromisos por parte de los dos municipios a los fines del mantenimiento de dicha ruta, consideramos de interés avanzar en el diseño de una propuesta que permita generar contacto directo para turistas y vecinos con el río.

En tal sentido se identifica la necesidad de generar espacios costeros aptos para transformarse en espacios recreativos, implicando diseño paisajístico a partir de la recuperación y puesta en valor de la fauna nativa, espacio de infraestructura de servicios (bancos, mesas, recipientes de basura, etc.). Así como la traza de un sendero

costero de trekking que recorra el camino de sirga hasta el Puente de Hierro cercano a San Antonio de Areco y un espacio para ascenso y descenso de kayaks y canoas.

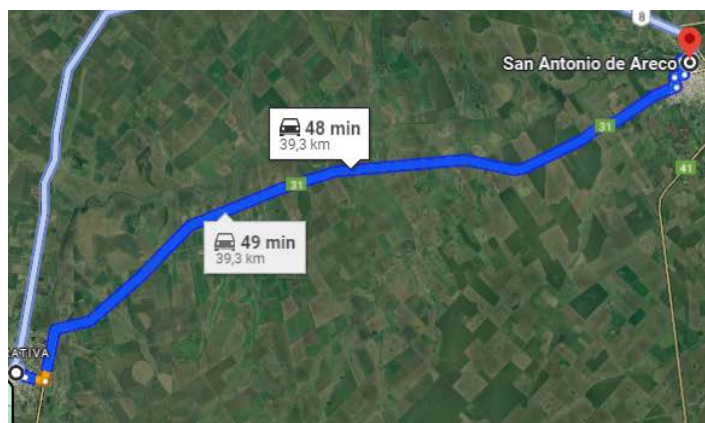


Imagen 68: Mapa RP 31

Puesta en valor de las estaciones de trenes de Giles y Carmen, además de los pueblos rurales de San Antonio

Implementar un programa regional de valorización de las estaciones de tren del Pago de Areco, rescatando el patrimonio ferroviario de la región, en vistas de poder acercarlo a la comunidad local y visitantes de la zona, tomando como modelo de referente la estación Vagues, la cual se constituye hoy como uno de los principales atractivos de la localidad.

Favorecer la conectividad entre los destinos del Pago, a nivel vial. Mejorar los caminos a pueblos rurales

Del análisis realizado surgen distintas problemáticas relacionadas con la conectividad de los destinos:

Conectividad de acceso a Pago de Areco (los tres destinos)

Este aspecto es fundamental resolver en tanto los tres destinos reciben turistas nacionales, fundamentalmente provenientes de AMBA y a su vez, en especial San Antonio de Areco, recibe una gran cantidad de turistas internacionales que ingresan por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza. En tal sentido la oferta existente en la actualidad no brinda comodidad a los potenciales turistas, así como variantes horarias y variedad de ofertas.

Se propone trabajar en la recuperación del proyecto de minibuses con servicios regulares desde Buenos Aires así como establecer una mesa de diálogo con empresas

de transporte que hoy por hoy brindan servicios de conectividad a los destinos, a los fines de mejorar la frecuencia y calidad de los servicios.

Conectividad entre las localidades de Pago de Areco

El desarrollo turístico integrado de la región de Pago de Areco se sustenta en la posibilidad de brindar conectividad entre las distintas localidades, incluyendo la gran variedad de pueblos rurales.

Se propone avanzar en el trabajo de captación de empresas que deseen explotar dichos servicios así como articular con la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT)

Caminos rurales

Se identifica la potencialidad turística que poseen los caminos rurales que se distribuyen por diversas zonas de los tres destinos. Los mismos brindan acceso a residentes y turistas pero a su vez poseen gran belleza escénica.

Es por ello que se propone trabajar en conjunto los tres destinos para la mejora de los caminos rurales, su señalización y su puesta en valor como producto turístico.

A partir de la puesta en valor turístico de caminos rurales, será posible crear, incluso, nuevos productos que fortalezcan la oferta turística.

Fortalecimiento institucional privado

Proyectos de gestión privada y organizacional

Asociación Turística del Pago de Areco

Horizonte temporal → Mediano plazo: 4 años

Se propone la conformación de una organización que nucleee a los actores turísticos privados de los 3 municipios del Pago, a fin de consolidar un espacio de diálogo y consenso para actuaciones en común en pos del desarrollo y la promoción integrada de la región, facilitando:

1. la captación de inversiones y fondos para el desarrollo y la promoción turística de la región,
2. la competitividad de las empresas y emprendimientos asociados,
3. la promoción de productos diversificados que posibiliten mayores estadias y segmentos de público,
4. la capacitación del talento humano,
5. la puesta en valor y protección del patrimonio cultural y natural de la región y
6. la participación activa en los ámbitos de toma de decisión que afectan a la actividad turística de la región.

Asimismo, la organización puede ser responsable de la ejecución de proyectos de carácter público-privado o de impacto regional impulsados por el sector público.

Para ello se propone la conformación de una Asociación, con participación directa, y cuotas diferenciadas de membresía según las personerías jurídicas y de personas físicas como principal medio de financiamiento junto con otros fondos que pueda conseguir mediante gestiones, sin dependencia de organismos públicos municipales, regionales y/o nacionales; con un staff ejecutivo permanente profesional que lleve adelante la gestión y los proyectos priorizados.

Ver anexo de proyecto: [Proyecto Asociación Privada Pago de Areco](#)

Promover la integración del turismo con otros sectores productivos primarios

Mediante la creación de circuitos productivos vinculados a producciones tradicionales o de vanguardia de la zona, donde el turista pueda llevarse souvenirs: producción de flores comestibles, girasol, productos lácteos.

Creación del Bureau del Pago de Areco

Con el objetivo de traccionar eventos corporativos y/o turismo de reuniones a la región, para atacar la estacionalidad de los fines de semana

Facilitar la radicación de empresas de turismo receptivo a nivel regional

Ver anexo de proyecto: [Guía de oportunidades para el sector turismo](#)

Propuestas específicas

Carmen de Areco

Puesta en valor de casas históricas del Pago

El Partido de Carmen de Areco y en algunos de sus pueblos rurales cuentan con una gran cantidad de propiedades (privadas y públicas) de gran valor arquitectónico-patrimonial. En tal sentido se propone realizar un mapeo de los mismos, conformar un comisión de patrimonio capaz de valorar e identificar sus capacidades, generar una ordenanza de protección de frentes y ponerlos en valor turístico mediante cartelera o bien un producto app o web app que permita visualizarlos por parte del turista

Programa de sensibilización turística de la comunidad receptiva

El desarrollo turístico se sustenta fundamentalmente en la participación y apalancamiento de la comunidad local. En caso particular de Carmen de Areco se propone avanzar en un programa de sensibilización turística de la comunidad local como eje fundamental para desarrollar el turismo en la localidad.

En tal sentido se propone:

- Realización de un taller de sensibilización sobre las potencialidades del turismo en Carmen de Areco.
- Realización de un ciclo de formación en turismo con un perfil de brindar conocimientos básicos y fundamentalmente interés por las potencialidades del turismo local. Este ciclo podría incluir charlas cortas sobre “Turismo y desarrollo”, “El impacto del turismo en la localidad”, “Patrimonio arquitectónico y cultural de Carmen de Areco”, “Los recursos naturales de la localidad”, etc. Para desarrollarse en escuelas primarias y secundarias, con espacios de nucleamiento de jubilados y otras abiertas a toda la comunidad.

Promover un circuito en ferrocarril

Teniendo presente los trabajos que ya se están haciendo para unir las estaciones de Gouin y Tres Sargentos, en Carmen de Areco. Imitar esta experiencia uniando otros pueblos del Pago.

Posicionar a Carmen de Areco como un destino de turismo religioso

(su nombre asociado a la Patrona de la ciudad, así como la historia de haber sido la Patrona del ejército de San Martín; Parroquia Ntra. Sra. Del Carmen; Monasterio San Pablo de la Cruz y que involucra las capillas de San Pablo y la antigua iglesia San Patricio donde hoy funciona el colegio San Pablo; las Fiestas Patronales de San Agustín).

Propuestas específicas

San Andrés de Giles

Puesta en valor de casas históricas del Pago

El Partido de San Andrés de Giles y en algunos de sus pueblos rurales cuentan con una gran cantidad de propiedades (privadas y públicas) de gran valor arquitectónico-patrimonial. En tal sentido se propone realizar un mapeo de los mismos, conformar un comisión de patrimonio capaz de valorar e identificar sus capacidades, generar una ordenanza de protección de frentes y ponerlos en valor turístico mediante cartelera o bien un producto app o web app que permita visualizarlos por parte del turista.

Posicionar en San Andrés de Giles la casa del ex Presidente Héctor Cámpora como un imperdible de la localidad.

La figura del ex presidente resulta un componente de interés histórico de la localidad. En tal sentido se propone avanzar en el desarrollo de una visita guiada con eje temático en dicha personalidad.

Programa de sensibilización turística de la comunidad receptiva

El desarrollo turístico se sustenta fundamentalmente en la participación y apalancamiento de la comunidad local. En el caso particular de San Andrés de Giles se propone avanzar en un programa de sensibilización turística de la comunidad local como eje fundamental para desarrollar el turismo en la localidad.

En tal sentido se propone:

- Realización de un taller de sensibilización sobre las potencialidades del turismo en San Andrés de Giles.
- Realización de un ciclo de formación en turismo con un perfil de brindar conocimientos básicos y fundamentalmente interés por las potencialidades del turismo local. Este ciclo podría incluir charlas cortas sobre "Turismo y desarrollo", "El impacto del turismo en la localidad", "Patrimonio arquitectónico y cultural de Carmen de Areco", "Los recursos naturales de la localidad", etc. Para desarrollarse en escuelas primarias y secundarias, con espacios de nucleamiento de jubilados y otras abiertas a toda la comunidad.

Propuestas específicas

San Antonio de Areco

Puesta en valor de la costanera del río

La alta demanda de espacios recreativos naturales, en particular en la costa del río, exigen la puesta en valor de este espacio: colocación y mejora de los núcleos sanitarios, desarrollo de un espacio de juegos y actividades lúdicas para niños (dicho segmento no cuenta en la actualidad con propuestas puntuales), puesta en valor y demarcación de especies nativas, tecnología para observación de aves, etc.

Extensión de los espacios de costa del río

Extensión del espacio de parque costero hacia el Barrio Don Pancho con una nueva propuesta de espacio y costa.

Desarrollo de abordaje de productos turísticos para el aprovechamiento del río Areco: propuestas de canotaje y kayaking. Desarrollo de oferta (privada, público-privada) de trekking, senderismo, cicloturismo y navegación en la ribera del río, desde el Puente de Hierro hacia la localidad de Carmen de Areco.

Recuperación de las Charlas-taller de usos y costumbres

La experiencia de haber realizado durante muchos años de una “charla-taller” relacionada con la identidad gaucha de San Antonio de Areco, con la presencia de gauchos, caballos y vacas criollas pertenecientes al Parque Criollo. Este espacio gratuito se desarrolló durante muchos años los días sábados de cada semana del año.

Se considera necesario retomar dicha actividad como espacio de transmisión de la identidad gauchesca.

Música surera

La música surera con sus distintos estilos, en general interpretada por un solista con guitarra, donde el intérprete expresa mediante la música y la poesía distintas vivencias propias y ajenas habla del paisaje, de la historia y la vida social, entre otras temáticas. Se trata posiblemente de una de las últimas formas de transmisión cultural no escrita.

En tal sentido, se propone considerar la posibilidad de generar un espacio sostenible en el tiempo, donde invitar de manera permanente a músicos sureros locales así como invitados coyunturales. Donde escuchar la música, interactuar con la comunidad local, sus costumbres e identidad.

Este proyecto podría ser implementado en un espacio público, con formato de pulpería o bar o bien en un espacio privado.

Plan de marketing y comunicación

Ejes de contenido



Imagen 69: Ejes de contenido

Estilo de vida



Imagen 70: Eje de contenido - Estilo de vida

Detenernos es necesario y maravilloso.

La tranquilidad es volver a lo básico. Sentarnos en una plaza, andar en bicicleta, dormir con las ventanas abiertas, que nos despierten los pájaros.

- La seguridad de los lugares

- El silencio
- La honestidad e inocencia de la gente
- El ritmo de las cosas

Naturaleza



Imagen 71: Eje de contenido - Naturaleza

Río y entorno rural: Donde caminar en el pasto es posible.

Un entorno verde.

- Paseos costeros
- Parque (Carmen de Areco)
- Estancias y alojamientos rurales que permiten el contacto con la naturaleza
- Las calles y caminos arbolados
- La baja contaminación lumínica (los cielos estrellados)
- El río que nos une: recorrido, historia

Cultura



Imagen 72: Eje de contenido - Cultura

Nuestra marca tiene sus valores. No nos da lo mismo.

Mate, gauchos, pastelitos, peñas.

Cómo transmitimos lo que nos hace distintos:

- Cultura gauchesca
- Tradiciones
- Música del lugar
- Artesanos

Actividades



¿Qué hacer? Tranquilo no significa aburrido.

En nuestro Pago hay mucho por hacer. Visitas guiadas gratuitas, ferias de artesanos, fiestas populares y mucho más.

Un destino donde se vive tranquilo y seguro, pero también donde siempre hay algo para hacer.

- Visitas guiadas
- Museos
- Ferias
- Fiestas populares
- Excursiones y actividades organizadas (visita a talleres de artesanos, paseos a caballo, etc)

Servicios



Imagen 74: Eje de contenido - Servicios

¿Dónde alojarnos, cómo llegar y dónde comer? Todo lo que se necesita saber

El servicio es todo. En los tres lugares encontramos estancias con encanto, alojamientos rurales, pulperías de antaño y fondas donde tener sobremesas eternas.

- Restaurantes
- Pulperías
- Alojamientos
- Transporte

Plan de acción

Etapa 1: Consolidación en territorio

Etapa 2: Promoción con target prioritario

Etapa 3: Promoción trade y ferias



Imagen 75: Etapas del Plan de Acción

Etapa 1: Consolidación en territorio

La propuesta se basa en **instalar la marca de forma local**, para que los propios pobladores puedan apropiarse del concepto.

Principalmente nos interesan los **prestadores turísticos locales**, quienes también serán portavoz de la marca, y son quienes la van a sostener a través del tiempo y la pueden mantener visualmente viva. Diseñamos un plan de acción para un año.

1. Presentación en destinos



Imagen 76: Consolidación en territorio

- En el marco de un encuentro popular se buscará dar presentación a Pago de Areco con el público local.
- Se distribuirán mapas y recorridos, y se presentará una feria con “lo mejor del pago” donde se invite a artesanos de los 3 pueblos a participar y haya guías locales que cuenten la historia y lo mejor de su lugar.
- Podrán realizarse 3 eventos, uno por ciudad, en diferentes momentos del año, o podrá centralizarse la acción en la “Semana del Pago de Areco”

2. Semana del Pago de Areco



Imagen 77: Semana del Pago de Areco

- La idea detrás es generar una efeméride propia, una semana donde se concentren actividades en las tres localidades
- En esta etapa se buscará generar el movimiento entre las tres localidades, facilitando guiadas de los tres partidos, con transporte provisto por las secretarías de turismo y guías de cada partido. Con la consigna “Recorré tu pago” se buscará seguir alimentando la sinergia entre los participantes

3. Señalética local



Imagen 78: Señalética local

- “Carmen de Areco” parte del Pago de Areco, San Antonio de Areco, parte del “Pago de Areco, “an Andrés de Giles, parte del “Pago de Areco”.
- Además de la aclaratoria, buscamos que en el mapa de ingreso de cada localidad, pueda haber un mapa que remarque el circuito de las tres localidades.
- En las respectivas secretarías de turismo además, esperamos que el personal pueda tener un mapa explicativo y resumen de las tres localidades.

4. Espacio Digital

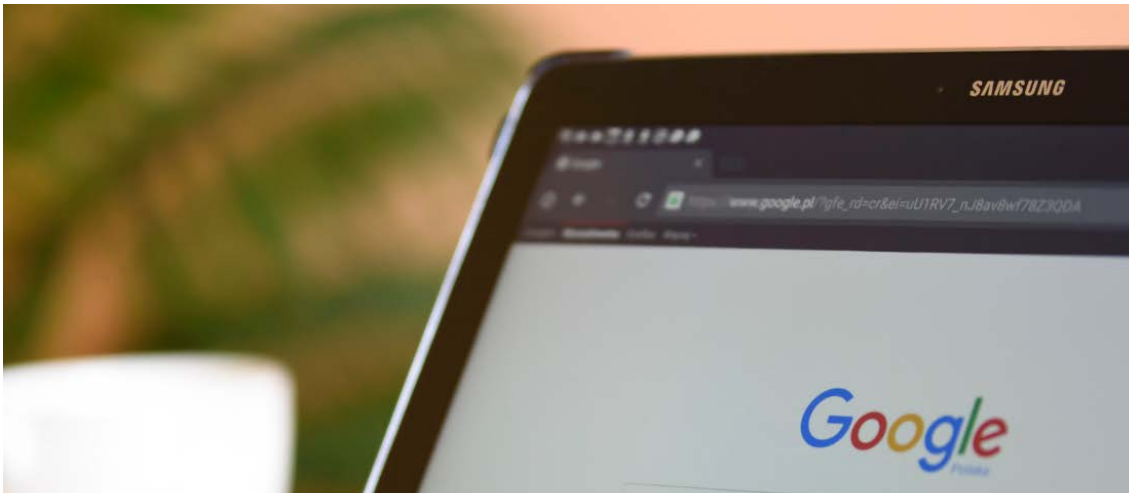


Imagen 79: Espacio digital

Como ya se presentó en la etapa propositiva la construcción de un marketplace digital que muestre los atractivos de las tres localidades y facilite los datos de contacto para reservas de restaurantes, hoteles, etc. De la misma manera una plataforma simple de administrar como Instagram, donde las personas pueden encontrar de forma aún más fácil la información, también es recomendable.

En ambas plataformas deberían tomarse los ejes de contenido de referencia, para un desarrollo bajo el mismo paraguas de los conceptos unificadores.

5. Pasaporte local



Imagen 80: Pasaporte local

- Desarrollo de un pasaporte del Pago de Areco, que invite a recorrer las 3 localidades
- El pasaporte tendrá una descripción del Pago como tal, y luego un pequeño apartado de las tres localidades.
- El visitante tendrá diferentes categorías: Gastronomía, Bares y Pulperías, Ferias de Artesanos, Museos, Secretaría de Turismo, Casas de Regalos, etc y una triple entrada (una entrada por localidad).
- Los diferentes lugares podrán obtener el sello de su categoría, y serán los encargados de sellar los pasaportes de los visitantes, agregando fecha y nombre del local certificante.

Etapa 2: Promoción con target prioritario

La propuesta se basa en **impactar al público target de turistas nacionales**, que residen en las urbes aledañas. Principalmente, nos interesan los individuos target que residen en CABA y Rosario.

Si bien vamos a trabajar todo el embudo de conversión, la etapa de mayor esfuerzo es la primera, ya que el objetivo principal es que el público **conozca la marca**.

Concepto

Tomar situaciones de estrés en la ciudad para proponer la alternativa contraria: el descanso y la serenidad de Pago de Areco.

Lema: **Escapate. Venite al Pago.**

Spot publicitario

Proponemos un video que refleje el propósito del Pago de Areco y muestre los ejes temáticos de manera visual.

Propuesta de guión:

Escapate a un lugar en el honramos nuestras raíces.
Donde hacemos todo con pasión, y valoramos las cosas simples de la vida

Escapate al destino ideal para aquellos que buscan una buena conexión,
para los que creen que el tiempo es el verdadero tesoro
y para los que saben que no hace falta ir lejos para encontrar todo lo que necesitan

Escapate. Venite al Pago.

Tabla 27: Propuesta de texto, imagen y ejes

Texto	Imagen	Eje
Escapate a un lugar en el honramos nuestras raíces.	Gaucho, artesano	Cultura
Donde hacemos todo con pasión,	Personas trabajando en un hotel/ restaurante/guía	Servicio
y valoramos las cosas simples de la vida	Persona dejando una bicicleta, sin candado	Estilo de vida
Escapate al destino ideal para aquellos que buscan una buena conexión,	Personas tomando mate en el balneario/costa del río	Estilo de vida + naturaleza
para los que creen que el tiempo es el verdadero tesoro	Museo ferroviario	Cultura
y para los que saben que no hace falta ir lejos para encontrar todo lo que necesitan	Compilado de atractivos	Atractivos
Escapate. Venite al Pago.	Pago de Areco Logos - Carmen de Areco, San Antonio de Areco, San Andrés de Giles	

Referencia: [ESCAPISTS OF THE WINTER - Welcome to the Canary Islands](#)

Redes sociales

Necesitamos un perfil de Instagram (y TikTok) activo:

El contenido debe priorizar los videos cortos, de calidad audiovisual, que lleven la experiencia al usuario.

Propuesta de biografía:

<
pagodeareco
🔔
⋮


2.785 24,4 mil 549
 Publicaciones Seguidores Seguidos

Pago de Areco
 Escapate. Venite al Pago 🍷🌿
 ♦ San Antonio de Areco
 ♦ San Andrés de Giles
 ♦ Carmen de Areco
 Descubrí un nuevo destino 📍
linktr.ee/pagodeareco

 Naturaleza
  Cultura
  Gastronomía
  Regalos y Art...
  E

Imagen 81: Perfil de Instagram Pago de Areco

Influencers

Para crecer en comunidad y llegar a nuestro público target, proponemos una estrategia de influencers.

Los influencers elegidos se dividen en:

- Turismo rural
- Turismo de escapada

Pueblereando es influencer de Instagram que comparte planes, restaurantes, hoteles y otros establecimientos de pueblos de la Provincia de Buenos Aires, pero principalmente de la zona de Pago de Areco.



Imagen 82: Perfil de Instagram y métricas de "Pueblereando"

Guido Rodriguez es un influencer de X. Guido recorre pueblos rurales contando su historia y difundiendo su cultura, atractivos y establecimientos.



Imagen 83: Perfil de X y métricas de “Guido Rodriguez”

Buenos Aires Random es una influencer de escapadas y planes para realizar desde Buenos Aires. Tiene perfil de Instagram y TikTok.



Imagen 84: Perfil de Instagram de “Buenos Aires Random”



pasajeraenviaje

Pasajera en viaje 📍✈️

Follow

139 Following 29.3K Followers 265.8K Likes

VIAJES/ PASEOS/ESCAPADAS AR

Salidas, planes culturales

Experiencias foodies 🍷

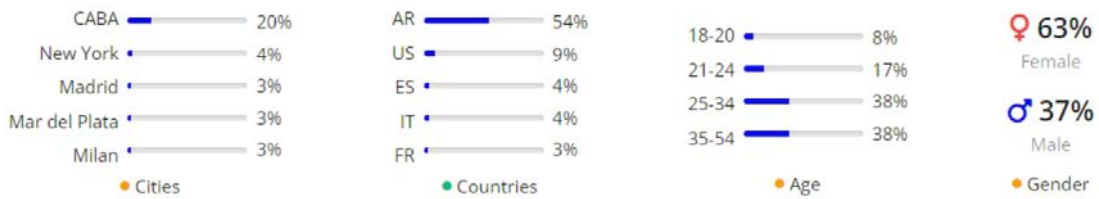


Imagen 85: Perfil de X y métricas de “Pasajera en Viaje”

Malika Viajes es influencer de escapadas. En su perfil comparte información y sugerencias de destinos y establecimientos.

malika.viajes **Seguir** Enviar mensaje + 👤 ⋮

497 publicaciones 386 mil seguidores 684 seguidos

Johana - Malika Viajes →

📍 malika.viajes

Creador digital

🌸 | ¡Hola! Soy Johana

✈️ | Les muestro Viajes y Experiencias planes foodies y escapadas <—

👩 | Tec. Turismo y Hotelería

✉️ | malikaviajes@gmail.com

Imagen 86: Perfil de Instagram de “Malija Viajes”

Meta Ads

Para traccionar a nuestro target, sugerimos implementar campañas de Meta Ads en Facebook e Instagram:

- Campaña de tráfico al Market Place, segmentada para el target turistas nacionales
- Campaña de seguidores, para construir comunidad en el perfil

Google Ads

Proponemos una estrategia de campañas en Google Ads que den a conocer el destino y traccionen tráfico al marketplace:

Google Ads Search

Que dirija al marketplace. Asociada a términos como:

- Escapada Buenos Aires
- Qué ver en la Provincia de Buenos Aires Estancias en Buenos Aires
- Turismo rural en Buenos Aires

Google Ads Display

Formato pop up, localizada en diarios digitales Mensaje: Escapate de las malas noticias. Venite al pago.

Google Ads Video (Youtube)

Para difundir el spot publicitario.

Vía Pública

Proponemos colocar publicidad en localizaciones estratégicas donde se produzca un fuerte contraste entre lo que la persona está viviendo y lo que proponemos.



Escapate del tráfico Venite al pago

*Imagen de persona andando a caballo



Escapate de la rutina Venite al pago

*Imagen de persona en el casco histórico



Escapate del caos.

Venite al pago

*Imagen de persona tomando mate, bajo la sombra de árboles

Prensa

Proponemos realizar una campaña de prensa para medios consumidos en la Ciudad de Buenos Aires, entre ellos:

- Tv: canales de noticias
- Radio
- Diarios digitales

Las noticias podrían incluir entrevistas con prestadores turísticos.

Posibles titulares:

- Pago de Areco: 3 localidades unidas por la cultura, la naturaleza y un anhelado estilo de vida.
- Escapada de fin de semana: Pago de Areco.
- Pago de Areco: el nuevo destino que propone escapar del caos de la ciudad.

Activaciones

Algunas acciones recomendadas para promocionar al destino:

- **Concurso de fotos**
Las personas deberán retratar la esencia del Pago de Areco según la categoría: estilo de vida, naturaleza, cultura, servicio. Premiación en uno de los pueblos.
- **Museo itinerante del Pago de Areco**
Muestra itinerante de objetos de valor de los museos de las localidades comprendidas dentro del Pago de Areco. Por temática. Lugares: Casa de la Provincia de Buenos Aires y otros museos o asociaciones que cedan el espacio. Puede acompañarse de una charla introductoria sobre el Pago de Areco y su historia.
- **Desafío Pago de Areco (redes sociales)**
Una foto al llegar y una foto al irse del lugar (sticker "Your Turn")
- **Concurso para estudiantes de turismo, guía de turismo, administración hotelera y relacionados**
Los estudiantes deberán crear un video que promocioe el destino. Se seleccionarán 3 videos e irán a votación. El ganador recibirá premios (estadías, actividades).
- **Turismo estudiantil**
Incentivar a distintos centros educativos (jardín, primaria, secundaria, terciario) a visitar el destino, con un programa adecuado.

Promoción trade y ferias

La tercera etapa, diseñada para cuando el destino tenga la marca consolidada de forma local con sus propios pobladores y lleve al menos 2 años de promoción con el público de cercanía.

Para esta etapa se propone el desarrollo comunicacional de turismo de familia y enfocar también hacia nichos a desarrollarse en conjunto con los proyectos que se proponen en el proyecto que acompaña este plan de comunicación, como ser turismo de naturaleza.

Ferias recomendadas

- **Adventure Travel Trade Association**

Feria que nuclea el turismo de aventura, con operadores de Estados Unidos y Europa principalmente. El turismo de aventura entendido como un tipo de viaje que incluya dos de estos tres conceptos: intercambio cultural, actividad al aire libre y esfuerzo físico. En ese sentido el Pago de Areco es un destino que tiene mucho potencial para presentarse con prestadores que buscan este tipo de experiencias.

- **Buy Argentina**

Evento local organizado por el INPROTUR que acerca al país agentes y agencias de otros países que ofrecen o venden tours a Argentina.

Desarrollo con agencias: Fams y capacitaciones de destino

- **Agencias locales**

Generar un circuito de promoción con agencias locales de BA y Rosario, invitándolos a conocer el Pago. Algunas agencias que recomendamos:

Turismo receptivo: Say Hueque, Alchemy, Argentina On The Go, Mai10, Ibiza travel, entre otras.

Turismo local: Babel viajes, Eternautas, Pezzati, Pedraza, entre otras.

- **Capacitaciones de destino**

A realizarse en la casa de la provincia de Buenos Aires, incluyendo feria y show, también invitando a las agencias locales.

Proyectos ejecutivos

Proyectos ejecutivos

Tabla 28: Proyecto ejecutivo - La Ruta del Caballo

La Ruta del Caballo	
Área/s a la/s que pertenece: Los organismos locales de turismo de los tres municipios en alianza con el sector privado conformado por Haras (especialmente de caballos raza pura sangre, pero también criollos, cuarto de milla y polo argentino) y prestadores de excursiones a caballo.	Responsable del proyecto: Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios.
Marco Institucional : <ul style="list-style-type: none">● Organismos locales de los tres municipios vinculados al ambiente (Direcciones de Medio Ambiente, por ejemplo)● Asociación -o conjunto- de prestadores de excursiones a caballo y de Haras.● Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires● Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación● Federación Ecuestre Argentina (FEA)	

Descripción:

Este proyecto consiste en el desarrollo, articulación y promoción de un producto turístico vinculado al caballo, como hilo conductor de la historia y actualidad del Pago de Areco, poniendo en valor su cultura y sus tradiciones, desde una experiencia diferente. La articulación de actividades turísticas más conocidas y aptas para toda la familia como las cabalgatas en estancias o la asistencia a eventos que festejan la tradición se fusionan con experiencias menos conocidas por el turista como el recorrido histórico del Camino Real y sus Postas, que sirvieron entre otras funciones para el recambio de los caballos de los viajeros, así como con la visita a establecimientos de cría de caballos, de donde surgen en la actualidad de los mejores ejemplares del país.

Fundamentación:

El caballo resulta un hilo conductor de la historia del Pago de Areco, desde aquellas épocas en que se utilizaba el Camino Real que pasaba por esta región y se hacían postas para el descanso y alimentación de viajeros y animales, y donde se cambiaban caballos para poder seguir la travesía, este lugar fue conocido desde aquellos tiempos por albergar un suelo muy próspero para el crecimiento de las pasturas que alimentaban a estos animales. La tradición gauchesca de la zona hizo lo propio, poniendo al caballo en el centro de escena junto a su compañero habilidoso, el gaucho arequero, que demostraba sus destrezas criollas a través de diferentes pruebas a caballo: sortija, carrera de tambores, prueba de riendas, aparte campero, pialadas y enlazadas de vacunos, entre otras.

La historia se continúa hoy en día con una prolífica existencia de Haras, es decir establecimientos de cría de caballos, en una región que se extiende en este sentido más allá de los límites del Pago de Areco, involucrando a los partidos de Capitán Sarmiento, Exaltación de la Cruz, Arrecifes, entre otros, donde se expanden otra gran cantidad de establecimientos de cría (y hacia donde siempre puede contemplarse a futuro la extensión de la propuesta turística). Los caballos que se crían en el Pago de Areco son, especialmente, caballos de raza pura sangre que nutren la actividad de los hipódromos del país, aunque también existen algunos Haras que crían caballos criollos, caballos cuarto de milla y caballos polo argentino, que nutren diferentes actividades deportivas y de destreza ecuestre así como actividades de campo como la ganadería.

Asimismo, existen actualmente prestadores de excursiones a caballo que ofrecen este servicio a turistas que pasan un día de campo en alguna estancia, por ejemplo, así como eventos que ponen en valor las tradiciones gauchescas (como la reconocida Fiesta de la Tradición de San Antonio de Areco).

De manera que la historia desde aquellas épocas de las postas y el Camino Real, pasando por la vocación del espacio natural para dar lugar a tantos establecimientos de cría de los mejores caballos pura sangre del país, hasta la posibilidad de

experimentar una cabalgata o un evento donde visualizar desfiles de gauchos a caballo, con sus vestimentas típicas y apero del caballo (recado, cabezada, cabestro, bozal, pretal, cincha y el famoso estribo arequero propio de esta zona), es puesta en valor a partir de esta ruta turística que vincula todos estos elementos para generar un producto que permite al usuario ser parte espectadora o protagonista de una experiencia con caballos y conocer la historia y la actualidad del Pago, a través de uno de los componentes fundamentales de su cultura.

Existen antecedentes de impulso a la visualización de la tarea de cría de caballos en la región, una actividad poco conocida para el común de los argentinos pero muy tradicional de nuestro país. Un ejemplo es “La Ruta de los Haras” que se había impulsado a partir de febrero de 2021 entre Capitán Sarmiento, declarada “Capital Nacional del Turf”, y San Antonio de Areco, proclamada “Capital Nacional de la Tradición”. Dicha ruta ofrecía recorridos turísticos privados a más de 10 establecimientos (entre ellos Haras líderes como Abolengo, El Paraíso, Santa Inés, Vacación, La Pasión, La Leyenda, San Benito y Santa Ana y El Mallín), destacando las visitas enfocadas en conocer a los padrillos más importantes de la actualidad, a las madres y sus potrillos, clínicas veterinarias, facilidades de bienestar equino, centros de entrenamiento y nutrición, e incluían experiencias gastronómicas y deportivas (prácticas de polo, endurance, etc.).

Además, La Ruta de los Haras enmarcaba importantes eventos anuales como ser el Torneo de la Asociación Argentina de Polo “Copa Carlos Menditeguy Ruta de los Haras” y “Copa El Charro Mexicano”, el “Festival del Caballo Ruta de los Haras”, la Fiesta de la Tradición en San Antonio de Areco y la carrera de regularidad a caballo nominada “La Marcha de las Razas”.

Se comprende la dificultad existente de vinculación entre la actividad turística y la actividad de estos establecimientos de cría de caballos, los cuales están insertos en una matriz productiva sumamente diferente a la matriz del sector de servicios al turista. Sin embargo, se considera que a través del liderazgo de los responsables de los organismos locales de turismo y una gestión participativa y colaborativa, pueden establecerse los acuerdos necesarios entre el sector público y este sector de establecimientos de cría de caballos a los fines de generar experiencias innovadoras para los visitantes al Pago. De hecho, la vinculación entre actividades productivas primarias y el turismo son consideradas estratégicas en el nuevo Plan Argentina 2030. Los ejemplos de agroturismo y el creciente impulso nacional al enoturismo nos hablan de las bondades que una complementariedad fructífera puede tener para ambos sectores, diversificando las fuentes de ingresos para el sector primario y diversificando la oferta de atractivos turísticos a los destinos, con los beneficios que ello acarrea (incremento de la estadia promedio, flujos turísticos interesantes fuera de las estaciones más concurridas, incremento de ingresos, niveles de satisfacción mayores para el visitante, entre otros).

Los destinos que conforman el Pago de Areco ofrecen productos asociados a la ruralidad, pero muchas veces sin ofrecer opciones alternativas innovadoras, nuevas atracciones que logren hacer regresar por nuevas experiencias a asiduos visitantes o captar la atención de nuevos segmentos de demanda. Por ello, la razón fundamental de este proyecto sería ofrecer un producto nuevo a los visitantes, que organice un storytelling del Pago a través de ese elemento conductor del caballo y, a través de él

se conozca la cultura y las tradiciones que impregnan el Pago, pero también sus condiciones naturales, la historia y la enorme actualidad de la región vinculada a este animal. Un elemento destacado e innovador sería experimentar estos espacios de cría y conocer ejemplares galardonados, con su historia, sus cuidados, conocer a quienes los cuidan, a qué actividades se dedican, quiénes los compran, donde brillan con sus actuaciones, etc. Ese valor agregado, podría acaparar a nichos de mercado que se vinculan a estos intereses, pero también puede generar curiosidad en visitantes asiduos del Pago a quienes antes no se les ha ofrecido esta propuesta, la cual resulta apta para toda la familia promoviendo el turismo familiar, así como puede acaparar a un interesante segmento de demanda internacional, que suele acudir al Pago para vivir la tradición gauchesca asistiendo a alguna estancia donde pasa un día de campo, y a quien podría ofrecérsele esta experiencia diferente e innovadora.

Al finalizar el proyecto se espera la elaboración y promoción de un producto turístico que contemple diferentes experiencias para el turista, lo que conllevará una articulación entre los municipios que forman parte del Pago, junto a prestadores vinculados a la actividad con caballos y el desarrollo de una infraestructura turística de señalética y cartelería interpretativa para el Camino Real y sus postas.

Objetivo general:

Desarrollar y promover un producto turístico vinculado al caballo, como hilo conductor de la historia y actualidad del Pago de Areco, poniendo en valor su cultura y sus tradiciones y que permita diversificar la oferta turística y captar nuevos segmentos de demanda.

Objetivos específicos :

- Identificar a los Haras y a los prestadores de excursiones a caballo de la región.
- Articular a los prestadores de servicios vinculados a la actividad con caballos de la región y co-crear con ellos el producto turístico a ser promovido por la región.
- Identificar las necesidades de capacitación de los prestadores respecto a la calidad de la experiencia turística (atención al visitante, visitas guiadas, seguridad en la prestación del servicio de cabalgatas, etc.), para proceder a armar un plan de capacitación y evaluar la posibilidad de acompañamiento en relación con otras necesidades con las que cuentan.
- Identificar a los eventos regionales vinculados con caballo de la región.
- Releva un factible circuito de postas en el Camino Real, que pueda ser recorrido vehicularmente o mediante cicloturismo.

- Identificar las necesidades de desarrollo de infraestructura turística en el circuito de postas del Camino Real seleccionado (señalética y cartelería interpretativa de vías y ciclovías autoguiadas, espacios de descanso, etc.)
- Generar la infraestructura turística necesaria en el circuito de postas del Camino Real.
- Desarrollar contenidos escritos, visuales y audiovisuales de las experiencias turísticas con caballos que pueden llevarse adelante en la región para la promoción del producto turístico.
- Articular acciones de promoción del producto.

Beneficiarios

- Beneficiarios Directos: Propietarios y trabajadores de Haras y empresas de excursión a caballo, guías y baqueanos que brindan experiencias de turismo mediante cabalgatas, integrantes de los eventos regionales vinculados con caballos (organizadores, artesanos, gastronómicos, jinetes, etc.); turistas que visitan la región al contar con nuevas y mejoradas propuestas de disfrute turístico y recreativo; residentes que aprovechan la infraestructura turística desarrollada y las actividades propuestas para su recreación.
- Beneficiarios indirectos: Propietarios y trabajadores de alojamientos, agencias de viajes, empresas de transporte, locales gastronómicos, artesanos y comerciantes en general.

Recursos Humanos

- El liderazgo de esta propuesta debe ser llevado adelante por los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios.

Se recomienda, además, al menos una persona idónea en cada uno de los siguientes ámbitos, que puede ser asignada del personal propio que posean los organismos locales de turismo o los municipios y/o contratadas:

- Con presencia en el territorio y reconocida/s por los Haras y prestadores de excursiones a caballo. Además, con buenas habilidades de planificación, comunicativas y de persuasión. Con movilidad propia.
- Con habilidades para la búsqueda de prestadores turísticos y de eventos regionales a través de Internet.
- Con conocimientos para la elaboración de planillas Excel y documentos Word, manejo de Google Forms, Whatsapp, e-mail, Drive; Google Maps, Google Earth o cualquier SIG.
- Con habilidades en las tareas de relevamiento, contextualización y

	<p>evaluación de necesidades de capacitación para la prestación de actividades de turismo y de relevamiento de programas de capacitación para la prestación de actividades de turismo con caballos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con habilidades para relevar el territorio y evaluar la viabilidad del desarrollo allí de circuitos de postas en el Camino Real. - Con habilidades en las tareas de relevamiento, contextualización y evaluación de necesidades de infraestructura para la prestación de experiencias turísticas. - Con habilidades en la ejecución de obras de infraestructura. - Con conocimiento en las tareas de narrar, fotografiar y grabar video para la elaboración del material promocional del producto turístico. Con el equipamiento necesario para desarrollar la actividad (laptop, celular, cámara fotográfica, pantallas, iluminación, accesorios, cámara de video, etc.). - Especialistas en comunicación y comercialización turísticas. 	
<p>Recursos materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espacios físicos acondicionados con computadora, proyector, pantalla y sonido para la realización de reuniones, convocatorias, encuentros. - Oficina con computadora que posea instalado paquete de Office y 	<p>Recursos técnicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniones de articulación y co-creación público-privada. - Diversas tecnologías y plataformas digitales (paquete de Office; Google Maps, Google Earth o SIG; Google Forms; Whatsapp; E-mail; programas de edición de fotografía, 	<p>Recursos financieros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - \$4.000.000.- aproximadamente es la inversión en Recursos Humanos en caso de contrataciones. - La inversión en infraestructura turística se determinaría dentro del propio proyecto, pero no puede pensarse en menos de \$5.000.000.- para señalética y

<p>acceso a Internet; celular y/o teléfono.</p>	<p>texto y audiovisual; Redes Sociales).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas constructivas sostenibles para la elaboración de infraestructura turística. 	<p>cartelería interpretativa de vías y ciclovías autoguiadas, algún descanso, etc. Pueden considerarse fuentes de financiamiento nacional y provincial para solventarla.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La inversión en la estrategia de comunicación / comercialización también surgiría de la propia ejecución del proyecto, pero no puede pensarse en menos de \$3.000.000.- - Para las inversiones sin especificar fuentes de financiamiento, cada Municipio podría realizar un aporte de sus partidas presupuestarias para las áreas de Turismo y Producción, así como asignar personal idóneo en cada uno de los ámbitos que puedan llevar adelante las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas del proyecto.
---	---	---

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
<p>1. Realizar un relevamiento exhaustivo de los Haras y prestadores de excursiones a caballo de la región en un plazo de 4 meses desde que se dé inicio al proyecto.</p>	<p>Listado de los Haras y de los prestadores de excursiones a caballo de la región.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo del relevamiento.</p> <p>2. Relevar en Internet Haras y oferta de prestadores de excursiones a caballo de los tres municipios.</p> <p>3. Confeccionar listado preliminar de Haras y prestadores.</p> <p>4. Programar salida a territorio a visitar a los Haras y prestadores relevados previamente.</p> <p>5. Visitar a los Haras y prestadores relevados previamente para comunicarles la propuesta y convocarlos a futuras acciones.</p> <p>6. Contactar por otros medios a los Haras y prestadores relevados a los que no se haya llegado a coordinar una visita.</p>	<p>1. Persona/s idónea/s, con presencia en el territorio y reconocida/s por los Haras y prestadores de excursiones a caballo. Además, con buenas habilidades comunicativas y de persuasión.</p> <p>2. Acceso a Internet. Persona idónea para la búsqueda de prestadores turísticos a través de Internet.</p> <p>3. Planilla de Excel preliminar donde se incorpore la información de contacto, ubicación, actividad, persona de contacto, entre otros datos. Persona idónea para la elaboración de planillas Excel.</p> <p>4. En base al tiempo y a los recursos que se disponga, agendar reuniones presenciales preferentemente, aunque también podrían ser virtuales o incluso</p>

		<p>7. Confeccionar listado de Haras y prestadores existentes de excursiones a caballo de la región.</p>	<p>llamados telefónicos.</p> <p>5. Movilidad propia, material para anotaciones. Persona idónea citada en punto 1.</p> <p>6. Acceso a señal telefónica y/o a alguna plataforma de reuniones virtuales (Ej: Zoom, Meet) para efectivizar las reuniones de convocatoria. Persona idónea citada en punto 1.</p> <p>7. Planilla de Excel definitiva donde se incorpore la información de contacto, ubicación, actividad, persona de contacto, interés en co-crear un producto turístico vinculado con caballos para la región, entre otros datos. Persona idónea para la elaboración de planillas Excel.</p>
<p>2. Generar reuniones de articulación con los prestadores de servicios vinculados a la actividad con caballos de la región a los fines de comprometerlos en</p>	<p>Un producto turístico vinculado con caballos que articula a los prestadores de la región y que fue co-creado en conjunto entre el sector público y</p>	<p>1. Convocar a los Haras y prestadores de excursiones a caballo en la región a reuniones de articulación y co-creación del producto turístico.</p> <p>2. Desarrollar las reuniones de</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios llevan adelante la convocatoria y el desarrollo de las reuniones de articulación y</p>

<p>la propuesta y co-crear con ellos el producto turístico a ser promovido por la región, en un plazo de 10 meses desde que se inicie el proyecto.</p>	<p>privado del Pago de Areco.</p>	<p>articulación y co-creación.</p>	<p>co-creación del producto con los Haras y prestadores de excursiones a caballo de la región.</p> <p>2. Sitio/s que cuente/n con infraestructura básica para llevar adelante estas reuniones (proyector, pantalla, PC, sonido). Se utilizarán metodologías participativas para la articulación de las experiencias, las validaciones de los posibles circuitos autoguiados de postas en el Camino Real, de la infraestructura turística a generar para una mejor prestación en ellos, del Plan de Capacitación a prestadores, del Listado de eventos regionales vinculados con caballos, así como la definición del producto turístico regional y la forma de promocionarlo.</p>
<p>3. Realizar un relevamiento de las necesidades de capacitación que tienen los prestadores respecto a la calidad de la</p>	<p>Listado de todas las necesidades de capacitación de los prestadores vinculados a actividades con caballos de la región respecto a la</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo del Listado de Necesidades de</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento, contextualización y evaluación de necesidades de capacitación para la</p>

<p>experiencia turística (atención al visitante, visitas guiadas, seguridad en la prestación del servicio de cabalgatas, etc.) en un plazo de 9 meses desde que se inicie el proyecto.</p>	<p>calidad de la experiencia turística (atención al visitante, visitas guiadas, seguridad en la prestación del servicio de cabalgatas, etc.).</p>	<p>Capacitación de los prestadores.</p> <p>2. Relevar las necesidades de capacitación que tienen los actuales prestadores de actividades con caballos de la región.</p> <p>3. Listar las necesidades detectadas en una planilla de Excel.</p> <p>4. Validar el Listado de Necesidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>prestación de actividades de turismo.</p> <p>2. Crear un formulario a través de Google Forms y enviar a través de Whatsapp o e-mail. Persona idónea en el manejo de estas tecnologías.</p> <p>3. Planilla Excel. Persona idónea en su manejo.</p> <p>4. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 2.</p>
<p>4. Elaborar un plan de capacitación a los prestadores de experiencias con caballos que hayan surgido del relevamiento de necesidades, en un plazo de 13 meses desde que se inicie el proyecto.</p>	<p>Plan de capacitación a los prestadores de experiencias con caballos.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la elaboración del Plan de Capacitación a los prestadores relevados, en base a los resultados del relevamiento anterior.</p> <p>2. Relevar las capacitaciones en la materia que dictan instituciones del sector (MINTURDEP, FEA, etc.)</p> <p>3. Elaborar el Plan de Capacitación en</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento de programas de capacitación para la prestación de actividades de turismo con caballos.</p> <p>2. Crear un formulario a través de Google Forms y enviar a través de Whatsapp o e-mail. Persona idónea en el manejo de estas tecnologías.</p> <p>3. Documento Word. Persona idónea en su manejo.</p>

		<p>un documento Word.</p> <p>4. Validar el Plan de Capacitación en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>4. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 2.</p>
<p>5. Realizar un relevamiento exhaustivo de eventos regionales vinculados con caballos de la región en un plazo de 4 meses desde que se dé inicio al proyecto.</p>	<p>Listado de los eventos regionales vinculados con caballos de la región.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo del relevamiento.</p> <p>2. Relevar en organismos locales de turismo y en Internet oferta de eventos vinculados con caballos de los tres municipios.</p> <p>3. Confeccionar listado de eventos con vocación turística vinculados con caballos.</p>	<p>1. Persona/s idónea/s, en las tareas de relevamiento de eventos regionales. Además, con buenas habilidades de comunicación y de contextualización.</p> <p>2. Teléfono y acceso a Internet. Persona idónea en la búsqueda de prestadores turísticos a través de Internet y mediante llamados telefónicos.</p> <p>3. Planilla de Excel donde se incorpore la información del evento, fechas, periodicidad, ubicación, cantidad promedio de asistentes, actividades con caballos, persona de contacto, entre otros datos. Persona idónea para la elaboración de planillas Excel.</p>

<p>6. Realizar un relevamiento de factibles circuitos de postas en el Camino Real, que puedan ser recorridos vehicularmente o mediante cicloturismo en un plazo de 6 meses desde que se dé inicio al proyecto.</p>	<p>Mapa de oportunidades de desarrollo de circuitos de postas en el Camino Real, que pueda ser recorrido vehicularmente o mediante cicloturismo.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la confección del Mapa de Oportunidades.</p> <p>2. Evaluar en qué espacios podrían llevarse a cabo circuitos de postas en el Camino Real.</p> <p>3. Confeccionar el Mapa de Oportunidades.</p> <p>4. Validar el Mapa de Oportunidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>1. Persona/s idónea/s que conozca el territorio y posea habilidades para relevar el territorio y evaluar la viabilidad del desarrollo allí de circuitos de postas en el Camino Real.</p> <p>2. Mapas y visitas a territorio. Persona idónea mencionada en el punto 1.</p> <p>3. Google Maps, Google Earth o cualquier SIG. Persona idónea en su manejo.</p> <p>4. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 2.</p>
<p>7. Realizar un relevamiento de las necesidades de desarrollo de infraestructura turística (señalética y cartelería interpretativa de vías y ciclovías autoguiadas, espacios de descanso, etc.) necesaria para la prestación de una experiencia turística en el circuito de postas del Camino Real en un plazo de</p>	<p>Mapa de necesidades de desarrollo de infraestructura turística en el circuito de postas del Camino Real seleccionado (señalética y cartelería interpretativa de vías y ciclovías autoguiadas, espacios de descanso, etc.).</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la confección del Mapa de Necesidades.</p> <p>2. Releva en territorio las necesidades de desarrollo de infraestructura turística necesaria para la prestación</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento, contextualización y evaluación de necesidades de infraestructura para la prestación de experiencias turísticas.</p> <p>2. Movilidad propia, material para anotaciones. Persona idónea citada en punto 1.</p>

<p>9 meses desde que se inicie el proyecto.</p>		<p>de experiencias en el circuito de postas del Camino Real.</p> <p>3. Listar las necesidades detectadas en una planilla de Excel.</p> <p>5. Confeccionar el Mapa de Necesidades.</p> <p>6. Validar el Mapa de Necesidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>3. Planilla Excel. Persona idónea en su manejo.</p> <p>4. Google Maps, Google Earth o cualquier SIG. Persona idónea en su manejo.</p> <p>5. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 2.</p>
<p>8. Generar la infraestructura turística necesaria para la prestación de una experiencia turística en el circuito de postas del Camino Real en un plazo de 18 meses desde que se inicie el proyecto.</p>	<p>Infraestructura turística para la prestación de una experiencia turística en el circuito de postas del Camino Real.</p>	<p>1. En función del Mapa de necesidades de desarrollo de infraestructura turística elaborado en el punto 7, los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios deciden las intervenciones que se realizarán en el territorio y elaborarán una planificación para su ejecución.</p> <p>2. Ejecución de las obras de infraestructura turística.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios llevan adelante la definición y planificación de las obras de infraestructura turística a ser desarrolladas, en conjunto con otras áreas municipales.</p> <p>2. De acuerdo a la planificación prevista, equipos municipales o contratados idóneos en la ejecución de obras de infraestructura.</p>
<p>9. Producir contenido escrito, imágenes y contenido</p>	<p>Piezas de comunicación / comercialización escritas, visuales y</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de narrar, fotografiar y grabar</p>

<p>audiovisual de las experiencias turísticas con caballos en la región, los prestadores y circuitos sugeridos de recorrido autoguiado en un plazo de 18 meses desde que inicie el proyecto.</p>	<p>audiovisuales de las experiencias turísticas con caballos que pueden llevarse adelante en la región.</p>	<p>municipios designan persona/s a cargo de la elaboración del material escrito, audiovisual e imágenes que sirvan de insumo para la comunicación y comercialización del producto y/o realizan las contrataciones de personal especializado correspondientes.</p> <p>2. Definir la línea estética y comunicacional de la promoción del producto turístico.</p> <p>3. Comunicar la línea estética y comunicacional de la promoción del producto turístico a quienes realizarán la recolección del material.</p> <p>3. Programar las salidas a territorio y visitas a los prestadores.</p> <p>4. Realizar las salidas a territorio y visitas a los prestadores para el relevamiento del material.</p> <p>5. Editar y curar el material recolectado en las salidas a campo para tenerlo</p>	<p>video para la elaboración del material promocional del producto turístico. Que cuenten con el equipamiento necesario para la actividad (laptop, celular, cámara fotográfica, pantallas, iluminación, accesorios, cámara de video, etc.).</p> <p>2. Reunión entre los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y diseñador asignado a la tarea de definición de la línea estética y comunicacional de la promoción del producto turístico. Computadora, proyector, pantalla, sonido.</p> <p>2. Reunión entre los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y el personal asignado a estas tareas. Computadora, proyector, pantalla, sonido.</p> <p>3. Cronograma de ejecución de salidas y visitas, estas últimas coordinadas previamente con los prestadores vía Whatsapp o</p>
--	---	--	---

		<p>disponible para su uso.</p> <p>6. Seleccionar el material editado y curado por parte de los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y la/s persona/s asignada/s al diseño.</p> <p>6. Elaborar piezas de comunicación y comercialización para promocionar el producto turístico.</p>	<p>teléfono. Persona idónea en tareas de planificación y con buenas habilidades comunicacionales y de persuasión.</p> <p>4. Movilidad propia, material para anotaciones y equipamiento para fotografiar y grabar video. Personal idóneo citado en punto 1.</p> <p>5. PC o laptop que cuente con programas de edición de textos, fotografías y videos. Personal idóneo citado en punto 1.</p> <p>6. Drive compartido, en donde los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y diseñador/es puedan seleccionar de manera colaborativa en un solo sitio y a su tiempo el material promocional editado y curado.</p> <p>6. PC o laptop que cuente con programas de edición de textos, fotografías y videos. Personal idóneo en diseño, comunicación y comercialización</p>
--	--	---	--

			turística.
<p>10. Generar campañas de promoción (de pago) vía redes sociales, contratar influencers, realizar notas en medios masivos de comunicación, participar en eventos nacionales vinculados a la temática, entre otras acciones que sirvan a la difusión del producto generado y a la captación de turistas que ya han venido a la región con la invitación a volver a disfrutar nuevas experiencias y de nuevos segmentos de demanda, en un plazo de 36 meses desde que se inicie el proyecto.</p>	<p>Acciones de promoción del producto turístico (campañas de pago por RRSS, material audiovisual subido por influencers a sus RRSS, notas periodísticas, etc.).</p>	<p>1. Evaluar entre las diferentes alternativas de comunicación y comercialización disponibles, y acorde al presupuesto que haya sido asignado para la difusión del producto, la mejor combinación de ellas.</p> <p>2. Ejecutar la estrategia de comunicación y comercialización definida en el paso previo.</p>	<p>1.2. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios llevan adelante la definición de la estrategia de comunicación y comercialización del producto turístico y ejecutan la misma, en conjunto con especialistas en comunicación con los que cuenten los municipios y/o contratados.</p>

Tabla 29: Proyecto ejecutivo - Naturaleza de pampa

Naturaleza de pampa	
<p>Área/s a la/s que pertenece:</p> <p>Los organismos locales de turismo de los tres municipios en alianza con el sector privado conformado por guías turísticos y prestadores de actividades de turismo en</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios.</p>

la naturaleza.	
<p>Marco Institucional :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Organismos locales de los tres municipios vinculados al ambiente (Direcciones de Medio Ambiente, por ejemplo) ● Asociación -o conjunto- de prestadores de excursiones turísticas en la naturaleza y de guías de turismo ● ONGs vinculadas al ambiente ● Universidad Nacional de San Antonio de Areco (UNSAa) y otras instituciones académicas del Pago de Areco ● Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires ● Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación ● Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura (AAETAV) 	

<p>Descripción:</p> <p>Este proyecto consiste en el desarrollo, articulación y promoción de actividades de turismo en la naturaleza en el Pago de Areco, y busca con ello poner en valor el entorno natural, diversificar la oferta turística del destino, así como captar nuevos y crecientes segmentos de demanda turística.</p> <p>¿Qué actividades de turismo en la naturaleza se proponen en el Pago de Areco?</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Excursiones en kayak o canoas con salidas de observación de aves y safaris fotográficos en el Río Areco y en el Arroyo Giles ☒ Trekkings rurales a través de una red de senderos autoguiados del Pago de Areco ☒ Cicloturismo entre pueblos rurales a través del Camino Real ☒ Cabalgatas y travesías a caballo <p>El proyecto propone inicialmente la identificación y articulación de los actuales prestadores de actividades de turismo en la naturaleza (cabalgatas, kayak, canotaje, senderismo, cicloturismo, parapente, etc.) para poder ofrecer y promocionar un producto de experiencias de turismo en la naturaleza para el visitante del Pago de Areco. Para ello resulta indispensable el liderazgo público del proyecto (a ello se debe la incidencia fundamental de los organismos locales de turismo en el proyecto) y la articulación</p>
--

público-privada con prestadores y guías de estas experiencias para conformar un producto innovador que luego será ofrecido y promocionado al visitante como una opción diferente de conocer y disfrutar la región.

El desenvolvimiento del proyecto involucrará el desarrollo de la infraestructura turística necesaria por parte de los organismos locales de turismo (identificación y demarcación de circuitos de senderismo y cicloturismo autoguiados, generación de señalética y cartelería interpretativa, entre otras), además del desarrollo de un plan de acompañamiento y mejoras elaborado en conjunto con el sector privado de las experiencias de turismo en la naturaleza que actualmente se ofrecen en la región así como la posibilidad de acercar herramientas para generar nuevos emprendimientos en la temática.

Fundamentación :

Se denomina indistintamente para esta propuesta turismo de naturaleza o en la naturaleza a “aquel que gira en torno a la naturaleza y la principal motivación es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevaecientes en las zonas naturales” (OMT, 2002). Es una tipología turística que se encuentra dentro de la esfera de lo que se considera Turismo Alternativo, en contraposición a la esfera del Turismo Tradicional o Masivo.

Vale mencionar que el “espacio natural” donde se desarrollan este tipo de actividades, puede contar, o no, con protección legal y puede categorizarse en: 1) silvestre/prístino (en el que se suelen situar a las áreas naturales protegidas); y 2) modificado, en la que se sitúan los espacios naturales periurbanos y rurales (De Cabo y Speake, 2021).

Respecto a la importancia del turismo en la naturaleza y su potencialidad en la estrategia de desarrollo del Pago de Areco, se pueden poner de relieve tres hechos estilizados:

- El turismo en la naturaleza es uno de los segmentos de más rápido crecimiento a nivel global (aumentando entre un 25% y un 30% al año) y se puede prever que siga creciendo, impulsado por las preocupaciones de los consumidores sobre los cambios ambientales y climáticos (OMT, 2012) y por permitir a una población crecientemente urbana reconectar con la naturaleza. La pandemia de COVID-19 no hizo más que reafirmar esta tendencia (Sistema de Información Turística de la Argentina [SINTA], MINTURDEP, 2022). Acompañan esta afirmación los resultados arrojados por un estudio global de la plataforma Booking.com que evidencian que a mediados de 2020, los viajes a la naturaleza fueron el tipo de viaje más común entre las personas que encuestaron (Booking.com, 2022).
- En Argentina, la cual cuenta con un patrimonio natural que explica gran parte del flujo turístico, este segmento se considera estratégico para el sector turístico nacional y uno de los de mayor crecimiento en nuestro país. La participación anual de los turistas internacionales de naturaleza durante su visita a la Argentina respecto al total, creció alrededor de un 10% en 7 años (pasando del 21,2% en 2012 al 30,9% en 2019); en el mismo sentido, la cuota de turistas nacionales de naturaleza sobre el total se incrementó más del 6% en un año (2020 a 2021). Todos ellos evidencian valores

superiores de estadía promedio, gasto por turista y gasto promedio diario al que realizan el total de los turistas (SINTA, MINTURDEP, 2022).

- En la actualidad, en Argentina se encuentra en marcha un programa integral denominado "La Ruta Natural" con el cual se propone desarrollar territorios y comunidades, promocionar viajes seguros y turismo sustentable a partir del turismo de naturaleza en todo el país. (SINTA, MINTURDEP, 2022).

Existe, asimismo, el antecedente de más de 10 años de capacitaciones llevadas adelante por la Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura (AAETAV) en conjunto con el Ministerio de Turismo y Deportes y el Ministerio de Trabajo de la Nación en diferentes provincias y municipios argentinos (por ejemplo, Tigre) que habilitan un desenvolvimiento de este tipo de actividades de turismo en la naturaleza más seguro, que podrían mejorar el servicio de los actuales prestadores en la región así como incentivar a la generación de nuevos prestadores de este tipo de servicios (ya que AAETAV se encuentra registrada como "certificadora" ante el Ministerio de Trabajo de la Nación, entonces sus cursos resultan válidos para poder trabajar):

- Wilderness First Responder (WFR) y Gestión de Riesgos en Ambientes Naturales, son capacitaciones para que, en caso de una emergencia en un ambiente agreste, los guías tengan todas las herramientas necesarias para poder llevar adelante la situación, en el sentido de poder salvar una vida o poder contener esa situación hasta que llegue un equipo de rescate. Actualmente, la gran mayoría de los Parques Nacionales está solicitando a los prestadores la certificación de este curso.
- Guías de Senderismo, Cicloturismo, Kayak, entre otras actividades: el objetivo es generar herramientas de trabajo y seguridad a quienes ya prestan el servicio como incorporar a la oferta de estas actividades a nuevos emprendedores.

En relación a los antecedentes a nivel provincial, diversas iniciativas promueven el desarrollo del turismo y, específicamente, las actividades de turismo en la naturaleza en Buenos Aires:

- o El Programa Pueblos Turísticos fue creado en el año 2008 (Resolución N° 67/2008 de la Subsecretaría de Turismo de la PBA) y está vigente en la actualidad con 31 localidades participantes (entre ellas, en el Pago de Areco se encuentran Villa Ruiz, Azcuénaga, Villa Lía, Gouin), pertenecientes a 30 municipios bonaerenses, en las que se vienen llevando a cabo acciones, principalmente de relevamiento, capacitación y desarrollo. El Programa fue generado con el objetivo de promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en las pequeñas localidades -poblaciones de menos de dos mil habitantes- de la provincia, generando identidad, fuentes de trabajo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo. Dicho programa tenía como fundamento el hecho de que, hace varias décadas, los pequeños pueblos rurales sufren una serie de problemáticas que atentan contra sus posibilidades de desarrollo y generan un progresivo vaciamiento, promueven las migraciones masivas ya que los habitantes sufren la falta de perspectivas de crecimiento, la entropía y la carencia de espacios de inserción y participación en sus comunidades, entre otras.

Esta política pública provincial que generó instancias de declaración como Pueblo Turístico a pequeños poblados de la provincia que tenían potencialidad para el desarrollo

turístico, pero que no se encontraban desarrollados turísticamente, generó una articulación de la oferta turística así como su promoción, tuvo por consecuencia un crecimiento de la afluencia turística hacia ellos, especialmente los ubicados en las cercanías a la CABA y el Gran Buenos Aires (quizás los ejemplos más resonantes allí resultan ser Carlos Keen en el partido de Luján, Azcuénaga en el partido de San Andrés de Giles y Uribelarrea en el partido de Cañuelas).

- o La continuidad histórica del Programa Pueblos Turísticos se dio con el Programa de Gestión Cultural "ReCreo" (Resolución N° 5/2020; período de implementación: 2020-2021) y su relanzamiento Programa "ReCreo en la Provincia" (Resolución N° 51/2021; período de implementación: 2021-actualidad), junto con varios programas temporales que fueron parte de ellos, que han venido teniendo por objetivo potenciar y promover la cultura, el turismo, las identidades y economías locales, y han venido estando destinados a la formación, promoción, producción y gestión patrimonial del acervo turístico y cultural de todos los municipios de la provincia, involucrando el desarrollo que hizo la provincia de una app gratuita con agenda de eventos, información sobre destinos, guías y beneficios, para el disfrute del turismo y la cultura, en la que cada municipio publica todas sus actividades: propuestas culturales, imperdibles, recorridos y puntos de Interés para los usuarios.

Los municipios de San Antonio de Areco (Ordenanza 4.088/16 "Registro de Prestadores de Turismo Alternativo y/o Activo") y Carmen de Areco cuentan como antecedente con Ordenanzas de regulación y habilitación de emprendimientos de Turismo Alterantivo, por lo que ya contarían con una base de datos e identificación de prestadores de servicios de turismo en la naturaleza.

La región del Pago de Areco tiene como componente turístico fundamental la ruralidad y la tradición gauchesca asociada a ella, sin embargo, ese contexto rural dado por estar inserta en la zona núcleo del país -conformada por los mejores campos productivos para la agroganadería, no encuentra desarrollado todo su potencial turístico. La región ofrece especialmente actividades vinculadas a la tradición gauchesca (eventos culturales, artesanías, gastronomía, cabalgatas), pero carece de propuestas articuladas e innovadoras de uso y disfrute de la naturaleza de ese horizonte llano y rural que maravilla a turistas locales, pero, sobre todo, a quienes hacen su visita desde el extranjero.

El proyecto "Naturaleza de Pampa" permitirá, entonces, poner en valor esa naturaleza con la que cuenta la región, de manera unificadora para los tres municipios, compendiándola en un solo producto que ofrezca diferentes actividades para su disfrute, lo cual diversificará la oferta de productos turísticos de la región y permitirá captar nuevos y crecientes segmentos de mercado, todo lo cual redundará en mayores oportunidades para el desarrollo local y el arraigo.

Objetivo general:

Desarrollar y promover un producto turístico de naturaleza en la región del Pago de Areco que permita diversificar la oferta turística y captar nuevos y crecientes segmentos de demanda.

Objetivos específicos:

- Identificar a los prestadores de servicios de turismo en la naturaleza de la región, especialmente prestadores de excursiones a caballo y en parapente, guías de senderismo, kayak, canotaje, entre otros.
- Identificar las necesidades de capacitación respecto a interpretación ambiental, seguridad en ambientes agrestes, técnicas de comunicación/comercialización, gestión administrativa y otras necesidades (materiales, humanas, crédito, etc.) de los prestadores existentes en la actualidad en la región, para proceder a armar un plan de capacitación y evaluar la posibilidad de acompañamiento en relación con otras necesidades con las que cuentan.
- Identificar las oportunidades de desarrollo de circuitos autoguiados para senderismo y cicloturismo que conecten los distintos pueblos rurales de la región.
- Identificar las necesidades y oportunidades de prestación de otras actividades de turismo en la naturaleza posibles de ser llevadas adelante en la región y que no cuenten con prestadores desarrollados en la actualidad, a los fines de evaluar la viabilidad de generar instancias de capacitación para el desarrollo de estos nuevos emprendimientos.
- Identificar las necesidades de desarrollo de infraestructura turística necesaria para la prestación de experiencias en la naturaleza en la región (señalética y cartelería interpretativa de senderos y ciclovías autoguiadas, miradores, pasarelas, muelles, etc.)
- Articular a los prestadores de servicios de turismo en la naturaleza de la región y co-crear con ellos el producto turístico a ser promovido por la región.
- Promover la inserción del producto de turismo de naturaleza que se elabore en la región dentro del Programa Nacional la Ruta Natural, lo cual puede otorgar la posibilidad de promoción mediante los canales oficiales del Programa y la oportunidad de financiamiento de las necesidades de desarrollo identificadas.
- Generar la infraestructura turística necesaria para la prestación segura de las actividades de turismo en la naturaleza (señalética y cartelería interpretativa de senderos y ciclovías autoguiadas, miradores, pasarelas, muelles, etc.)
- Desarrollar contenidos escritos, visuales y audiovisuales de las experiencias turísticas en la naturaleza que pueden llevarse adelante en la región para la promoción del producto turístico.
- Articular acciones de promoción del producto.

Ubicación Espacial :

- Ubicación: Pago de Areco, conformado por los partidos de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San Antonio de Areco.
- Zonas: Tanto las ciudades cabecera de los partidos como los pueblos rurales ubicados en los mismos.
- Población: 70.906 habitantes (INDEC, 2022)

<p>Beneficiarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Beneficiarios Directos: Prestadores propietarios y trabajadores, guías y baqueanos que brindan experiencias de turismo en la naturaleza, así como potenciales emprendedores en dichas experiencias; turistas que visita la región al contar con nuevas y mejoradas propuestas de disfrute turístico y recreativo; residentes que aprovechan la infraestructura turística desarrollada y las actividades propuestas para su recreación. Beneficiarios indirectos: Propietarios y trabajadores de alojamientos, agencias de viajes, empresas de transporte, locales gastronómicos, artesanos y comerciantes en general. 	<p>Recursos Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El liderazgo de esta propuesta debe ser llevado adelante por los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios. <p>Se recomienda, además, al menos una persona idónea en cada uno de los siguientes ámbitos, que puede ser asignada del personal propio que posean los organismos locales de turismo o los municipios y/o contratadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con habilidades de planificación, comunicativas y de persuasión, del sector turístico, con presencia en el territorio y reconocida/s por los prestadores de servicios turísticos. - Con habilidades de búsqueda de los registros surgidos de las Ordenanzas de habilitación de emprendimientos de Turismo Alternativo y de búsqueda de prestadores turísticos a través de Internet. - Con conocimiento para la elaboración de planillas Excel y documentos Word. - Con habilidades de elaboración de cartografía a través de Google Maps, Google Earth o cualquier SIG. - Persona idónea en el manejo de Google Forms, Whatsapp, E-mail. - Con capacidad de llevar adelante tareas de relevamiento, contextualización y evaluación tanto de viabilidad de la implementación de actividades de turismo en la naturaleza en la región como que posea habilidades para relevar espacios naturales y evaluar la viabilidad del desarrollo allí de circuitos autoguiados de senderismo y cicloturismo en la región. - Con capacidad de llevar adelante tareas de relevamiento, contextualización y evaluación tanto de necesidades de capacitación y otras necesidades (materiales, humanas, crédito, etc.) que tengan los prestadores de turismo de naturaleza de la región como de necesidades de infraestructura turística para la prestación de dichas actividades. 		
<p>Recursos materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espacios físicos acondicionados con 	<p>Recursos técnicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniones de articulación y 	<p>Recursos financieros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - \$9.600.000.- aproximadamente es 	

<p>computadora, proyector, pantalla y sonido para la realización de reuniones, convocatorias, encuentros.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oficina con computadora que posea instalado paquete de Office y acceso a Internet; celular y/o teléfono. 	<p>co-creación público-privada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversas tecnologías y plataformas digitales (paquete de Office; Google Maps, Google Earth o SIG; Google Forms; Whatsapp; E-mail; programas de edición de fotografía, texto y audiovisual; Redes Sociales). - Archivo de registros de habilitaciones realizadas en el marco de Ordenanzas de Turismo Alternativo. - Técnicas constructivas sostenibles para la elaboración de infraestructura turística. 	<p>la inversión en Recursos Humanos en caso de contrataciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La inversión en infraestructura turística se determinaría dentro del propio proyecto, pero no puede pensarse en menos de \$10.000.000.- para señalética, cartelería interpretativa de senderos y ciclovías autoguiadas, algún mirador o descanso, etc. Pueden considerarse fuentes de financiamiento nacional y provincial para solventarla. - La inversión en la estrategia de comunicación / comercialización también surgiría de la propia ejecución del proyecto, pero no puede pensarse en menos de \$3.000.000.- - Las medidas de acompañamiento a los prestadores en sus necesidades se planifica surjan de fuentes de financiamiento nacional a partir de la incorporación al Programa La Ruta Natural. - Para el resto de las inversiones sin especificar fuentes de financiamiento, cada
--	--	--

		Municipio podría realizar un aporte de sus partidas presupuestarias para las áreas de Turismo y Ambiente, así como asignar personal idóneo en cada uno de los ámbitos que puedan llevar adelante las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas del proyecto.
--	--	--

Tabla 30: Proyecto ejecutivo - Programa de Desarrollo Local turístico

Programa de Desarrollo Local turístico	
Proyecto público-privado	Responsable del proyecto Responsables de las áreas de turismo locales, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones empresariales turísticas.
Marco Institucional Los municipios del Pago, la Universidad Nacional de San Antonio de Areco, la provincia de Buenos Aires, el CONICET, la autoridad máxima de turismo nacional, la CAT, CAME, y otras instituciones tanto municipales, provinciales, nacionales, como no gubernamentales que intervienen en el Proyecto	

Descripción El presente proyecto se propone en relación a la necesidad de impulsar y desarrollar herramientas e instrumentos para el desarrollo turístico de la región en clave de Desarrollo Local, con la mirada puesta en la articulación entre la cadena de valor turístico con

productos, emprendedores y otras actividades de cada destino.

Fundamentación

A la hora de impulsar el desarrollo de una determinada zona, históricamente se había puesto la mirada en la inversión externa o en las soluciones y acciones provenientes de instituciones alejadas del marco local. Desde hace algunos años ha aparecido como complemento de las políticas tradicionales de desarrollo un nuevo enfoque basado en el aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas.

Desarrollo local, construcción de capital social. Nos basaremos en la definición propuesta por Barreiro (2000) concepto que se refiere a las normas, redes y organizaciones con las que la gente accede al poder y a los recursos, y a través de los cuales se toman decisiones colectivas y se formulan las políticas.

Podemos referirnos al capital social como “asociaciones horizontales” entre la gente y las redes sociales de compromiso cívico y normas colectivas que tiene efectos en la productividad de la comunidad.

El objetivo de fondo de los procesos de desarrollo local es la construcción del capital social. Para poseer capital social una persona o una organización debe relacionarse con otra. No es propiedad de ninguno de los actores que se benefician de él, sólo existe cuando se comparte

Objetivo general

Desarrollo de acciones orientadas al Desarrollo Local en los municipios integrantes de la región, de manera articulada y orientada a la actividad turística.

Objetivos específicos

Generaciones de programas de apoyo para el estímulo a la creación de huertas comunitarias y locales para proveer de alimentos de producción local a la cadena de valor turístico.

- Estímulo a la producción local de equipamiento para hoteles, restaurantes, etc. Esta acción se acompaña con el estímulo y acompañamiento para que en los municipios se generen ordenanzas de “compre local” donde a menor o igual precio los emprendimientos turísticos de los destinos deban comprar a proveedores locales.
- Apoyo para la creación de sistemas de vouchers gastronómicos estímulo al consumo en diversos emprendimientos gastronómicos.

<ul style="list-style-type: none"> ● Fomento, acompañamiento, financiamiento y apoyo para el desarrollo de Mercados de cercanía, paseos de artesanos, paseos de compra, etc. Con curaduría de productos locales y/o con denominación de origen. ● Apoyo para la transformación turística de emprendimientos productivos locales, mediante acompañamiento para construcción de productos turísticos, etc. 			
<p>Ubicación Espacial: Pago de Areco (administración de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San Antonio de Areco.</p>			
<p>Beneficiarios: Prestadores turísticos, productores locales, emprendedores de distintos rubros y la comunidad en general</p>		<p>Recursos Humanos: Se podrá implementar con recursos humanos provistos por los organismos públicos de turismo con el aporte del sector privado</p>	
<p>Recursos materiales: Según cada proyecto. Ver en proyecto ejecutivo</p>		<p>Recursos técnicos: Profesionales especializados en desarrollo local. Se sugiere en tal sentido la articulación con el sector académico</p>	<p>Recursos financieros a cotizar según cada proyecto: Ver detalle en proyecto ejecutivo.</p>

Actividades y tareas	Metas	Resultados	Métodos y Técnicas
----------------------	-------	------------	--------------------

Realizar un mapeo de la producción local de agroalimentos, alimentos orgánicos, productos artesanales, comida artesanal	Contar con un mapa de producción en un plazo de al menos 3 meses	Mapa de la producción regional	Consultas, relevamientos.
Realizar en conjunto con concejales locales de los tres partidos, de una ordenanza de compra local	Contar con una ordenanza de compra local promulgada en cada partido	Ordenanza en vigencia	Reuniones con concejales de los tres partidos Diseño de un modelo de ordenanza unificado
Sensibilización de prestadores turísticos locales de los tres partidos	Realización de al menos 3 reuniones con integrantes de la cadena de valor turístico	Prestadores alineados con la idea de utilizar productos locales a igual o mejor precio	Convocatoria a las reuniones, firma de compromisos
Montaje y puesta en funcionamiento de plataforma de Marketplace local	Contar con una plataforma unificada de comercialización y venta de productos locales	Contar con la plataforma marketplace y las operaciones comerciales	Mapeo de posibles participantes, diseño de la plataforma y puesta en funcionamiento, inclusión de sistema de E-commerce
Diseño de un sistema de sistemas de vouchers gastronómicos para comercializar e impulsar el consumo de productos locales	Contar con voucher (digitales) para ser entregados a turistas y contar con ventas mediante este sistema	Un sistema de voucher consolidado. Impulso a la compra de productos locales por parte de los turistas	Diseño del voucher electrónico, adhesión de prestadores y productores, colocación de identificación en los puntos de venta, diseño de un sistema

			de promoción y entrega de los mismos por parte de las oficinas de turismo locales.
Construcción de un proyecto para el desarrollo de un mercado de cercanía con fuerte identidad turística	Generar un proyecto unificado, buscar financiamiento	Contar con un Mercado de Cercanía	Diseño del proyecto Definición del espacio de locación Cálculo de costos Búsqueda de financiamientos

Tabla 31: Proyecto ejecutivo - Identidad todo el año

Identidad todo el año	
<p>Área/s a la/s que pertenece:</p> <p>Inexistente a la fecha. Se propone que sea alguno de los organismos propuestos para el desarrollo y la promoción conjunta del Pago conformada por los tres destinos</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>A definir</p>
<p>Marco Institucional:</p> <p>Otras instituciones tanto municipales, provinciales, nacionales, como no gubernamentales que intervienen en el Proyecto (Ej.: CAT, CFI, Ministerio de Turismo, etc.)</p>	

Descripción:

Se propone identificar la región en torno a los 3 ejes que conforman la esencia identitaria integradora de la misma : pueblos rurales, tradición y naturaleza (actividades ecoturísticas y deportivas), que mediante una calendarización coordinada e integrada de eventos y actividades acompañadas de forma permanente por la gastronomía, facilite el posicionamiento del destino mediante la tematización y traccione flujos turísticos constantes durante todo el año para quebrar la estacionalidad.

Fuera de las temporadas altas de vacaciones de invierno, se proponen trimestres con actividades concentradas en pueblos rurales de abril a junio, tradición y cultura de septiembre a noviembre y naturaleza con eventos específicos para apuntalar a lo largo del año.

A. Pueblos rurales: Se propone trabajar con la identidad diferenciada de cada uno de ellos, acompañado de las propuestas gastronómicas y las actividades de naturaleza, en calendarización de eventos escalonados durante el período y transversalizados además por la temática del tren. Se propone la puesta en valor del patrimonio arquitectónico y cultural relevante de los pueblos rurales de los 3 municipios, junto a la formación y apoyo de productores, artesanos y prestadores de servicios turísticos/recreativos locales, los dos primeros agrupados en una cooperativa para facilitar la comercialización y distribución más allá de la venta asociada a los eventos.

B. Tradición y cultura: Se propone trabajar con el concepto Tradición y cultura para ampliar la temática del gaucho a la historia, las festividades y la producción rural actual de pequeñas urbes, acompañado de un calendario de eventos que abarque las 3 localidades con distintos ejes conceptuales pero en torno al gaucho, la historia, las festividades y la producción agropecuaria actual, en calendarización de eventos escalonados durante el período y transversalizados además por la temática gastronómica y una presencia más diversificada de experiencias turísticas vinculantes en los 3 destinos

Se propone una ampliación de la Fiesta de la Tradición que abarque a las restantes dos localidades del pago además de San Antonio de Areco, que mantendrá el evento principal, mientras que los 2 menores corresponderán uno a cada una de las restantes 2 localidades con identidad y eje a definir aunque con presencia de elementos de las otras como vinculación.

C. Naturaleza: Siendo que este eje no se encuentra desarrollado ni normado, se propone la selección y priorización de actividades para la promoción de prestaciones y eventos deportivos con identidad propia y de refuerzo / acompañamiento a la calendarización de los otros 2 ejes:

- deportivas: competencias de maratón / ciclismo
- actividades de turismo de naturaleza: trekking, ciclismo, observación de aves, kayak, safaris fotográficos

Fundamentación:

Ante la ausencia de antecedentes de trabajos regionales, es necesario un trabajo mancomunado e integrado para posicionar el Pago con una identidad común pero con valor diferenciado por destino, a partir de los valores existentes hoy que están asociados de forma independiente a cada uno de ellos. Así, se propone expandir el concepto de tradición, cultura e historia dominante en San Antonio de Areco , los pueblos rurales de San Andrés de Giles y la naturaleza en Carmen de Areco, integrando un calendario de eventos y actividades temáticas atravesadas por la gastronomía y la producción artesanal local que en base a la tematización permita la captación de distintos segmentos de público, la desestacionalización y la generación de atracciones en base a los recursos detectados.

Objetivo general:

- Lograr un desarrollo integrado del Pago de Areco en torno a la generación de productos y eventos tematizados en torno a la tradición y cultura, los pueblos rurales y las actividades en la naturaleza, que posicione a la región como destino referente en el centro emisor de AMBA durante todo el año de manera permanente

Objetivos específicos:

- Poner el valor el patrimonio histórico cultural tangible e intangibles de los pueblos rurales y los destinos turísticos cabeceras, destacando una identidad propia para cada uno de ellos pero transversal y común al Pago basado en la vida rural, el tren, la gastronomía, la producción artesanal y un calendario de actividades anuales coordinado.
- Fomentar las formas asociativas de comercialización de productos locales como complemento a las actividades turísticas
- Capacitar a los prestadores de servicios y comunidades locales en experiencias, actividades y productos competitivos turísticos que permitan posicionar al Pago de Areco como destino referente cercano al AMBA y mejorar la calidad de vida a través de la diversificación de ingresos basados en el turismo
- promover el surgimiento de prestaciones turísticas y deportivas vinculadas con los atractivos naturales
- atraer flujos turísticos continuos durante todo el año para evitar la estacionalidad

<p>Ubicación Espacial :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Límite/s: municipios de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles, Carmen de Areco • Zona: pueblos rurales y de las ciudades cabeceras 		
<p>Beneficiarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Límite/s: municipios de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles, Carmen de Areco • Zona: pueblos rurales y de las ciudades cabeceras 	<p>Recursos Humanos :</p>	
<p>Recursos materiales:</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de asistencia para la formación de cooperativas • Captación de líneas de Financiamiento para la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible • Capacitación para la mejora de la calidad en productos y servicios recreativos / turísticos • Formación de una Comisión / Asociación de Pueblos Rurales pública-privada • Ordenanzas normando los eventos destacados y la oferta de productos y servicios • Creación / modificación de registro de habilitaciones 	<p>Recursos financieros:</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Creación de planes de exenciones impositivas / incentivos fiscales para prestadores, artesanos y productores• Partenariado con actores productivos e industriales locales y regionales para la financiación de las actividades y programas• Financiamiento y llamado a licitación para réplica	
--	--	--

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento temático consolidado en el mercado de AMBA en torno a Pueblos Rurales del Pago de Areco (NOMBRE DE LOS PUEBLOS) para la temporada de verano 2025/2026 • Una cooperativa integradora de los pueblos rurales conformada y en estadio inicial de funcionamiento para enero 2025 • Puesta en valor del patrimonio arquitectónico relevante de al menos 5 pueblos para enero de 2025 • 50% de Artesanos y productores locales capacitados para fines de 2024 en al menos 5 pueblos rurales (deben participar al menos 1 de cada municipio) • Al menos 10 prestadores turísticos formados y habilitados para realizar actividades y brindar 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueblos Rurales del Pago de Areco con identidad diferenciada y posicionada en las comunidades y la demanda • Agenda calendarizada anual de eventos y actividades integrada para todos los Pueblos Rurales • Patrimonio cultural tangible e intangible puesto en valor • Aumento de oferta local formada de servicios recreativos/turísticos y productos • Espacios naturales y patrimoniales puestos en valor para la recreación, el turismo y la viralización en redes • Cobertura de internet de calidad para todo el espacio rural y poblaciones • Actividades deportivas posicionadas en los mercados 	<ul style="list-style-type: none"> • La recuperación y puesta en valor del patrimonio incluyendo información • El diseño y creación de la fiesta representativa del pueblo • La formación y capacitación de los pobladores prestadores en habilidades y recursos • La fijación de fechas escalonadas para los eventos y el diseño de los eventos incluyendo la ornamentación del pueblo y las actividades de naturaleza y cultura asignados representativos. Se busca la alternancia y la diferenciación por sobre la repetición de temáticas. • La promoción de inversiones públicas y privadas para toda la propuesta. • Definición, acondicionamiento y puesta en valor de espacios 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de asistencia para la formación de cooperativas • Captación de líneas de Financiamiento para la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible • Capacitación para la mejora de la calidad en productos y servicios recreativos / turísticos • Formación de una Comisión / Asociación de Pueblos Rurales pública-privada con • Ordenanzas normando los eventos destacados y la oferta de productos y servicios • Creación / modificación de registro de habilitaciones • Creación de planes de exenciones impositivas / incentivos fiscales para prestadores,

<p>experiencias turísticas en al menos 5 pueblos rurales (deben participar al menos 1 de cada municipio).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un calendario de eventos de cobertura anual para inicios de 2025 • Incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental y social a la realización de eventos 	<p>emisores cercanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existencia de una cooperativa u organización asociativa nucleadora de todos los pueblos rurales para la comercialización, distribución y promoción de productos regionales y locales • Prácticas de sostenibilidad en el uso de recursos y reducción / mitigación de la contaminación • Prácticas de sostenibilidad ambiental incorporadas a la realización de todos los eventos 	<p>propicios para la toma de fotos y la viralización de espacios o símbolos icónicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • La disposición y tratamiento de residuos • Espacios de recreación, descanso, actividades y venta de productos artesanales y regionales previa selección de calidad y en vinculación con la formación de pobladores • La inclusión de conceptos de sostenibilidad y conectividad para e-commerce digital para la totalidad de los eventos • La creación de cooperativas u otras formas asociativas que abarque la totalidad del Pago de Areco que permitan ampliar exponencialmente la comercialización de productos vía e-commerce y venta en live streaming (live-streaming e-commerce) con 	<p>artesanos y productores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parteneriado con actores productivos e industriales locales y regionales para la financiación de las actividades y programas • programas de implementación de sostenibilidad para eventos financiados por la autoridad nacional de turismo o mediante financiamiento municipal específicamente gestionado para dicha actividad
---	---	--	--

		<p>capacidad distribuidora.</p> <ul style="list-style-type: none"> Programa de sostenibilidad para la realización de eventos masivos de todo tipo 	
<ul style="list-style-type: none"> Posicionamiento temático consolidado en el mercado de AMBA en torno a la Tradición y la Cultura para la temporada de verano 2025/2026 Diseño y ejecución de un Calendario de eventos escalonados que abarque las 3 localidades cabeceras en torno al gaucho, la historia y la producción agropecuaria actual, transversalizados por la temática gastronómica para fines de 2025 Aumento del 40% de experiencias turísticas vinculadas con la gastronomía, la cultura, la historia y la tradición vinculantes para los 3 destinos para 2026 Ampliación de la Fiesta de la 	<ul style="list-style-type: none"> El Pago de Areco consolidado como un destino integrado referente de la tradición y la cultura gauchesca / historia rural pampeana en el mercado de AMBA, con una oferta variada y distribuida de manera equilibrada en todo el territorio del Pago. Las 3 ciudades cabeceras, San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles, integradas con una oferta de actividades y eventos durante el mes de Noviembre. Calendario integrado de eventos anuales con distinción temática cultural, productiva y gastronómica. Oferta de servicios turísticos y 	<ul style="list-style-type: none"> La recuperación y puesta en valor del patrimonio incluyendo información La diversificación de experiencias turísticas y culturales (incluyen las propuestas mencionadas por el grupo y el diseño de actividades en torno a los circuitos históricos y productivos señalados que hay que definir) La fijación de fechas escalonadas para los eventos vinculados con la tradición y la cultura gauchesca/agropecuaria, y el diseño de los eventos incluyendo la ornamentación de las ciudades y las actividades culturales y gastronómicas 	<ul style="list-style-type: none"> Partenariado con actores productivos e industriales locales y regionales para la financiación de las actividades y programas Ordenanzas normando los eventos destacados y la oferta de productos y servicios Creación / modificación de registro de habilitaciones Financiamiento y llamado a licitación para réplica Programa de sostenibilidad para la realización de eventos masivos de todo tipo

<p>Tradición a las restantes dos localidades del pago además de San Antonio de Areco, que mantendrá el evento principal, mientras que los 2 menores corresponderán uno a cada una de las restantes 2 localidades con identidad y eje a definir aunque con presencia de elementos de las otras como vinculación para el Mes de Noviembre, para 2024.</p>	<p>recreativos ampliada y de calidad competitiva</p> <ul style="list-style-type: none"> • Circuitos históricos culturales señalizados, interactivos y valorizados integrados en el Pago • prácticas de sostenibilidad ambiental incorporadas a la realización de todos los eventos 	<p>asignadas representativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La promoción de inversiones privadas en el desarrollo de nuevas experiencias y la mejora de la calidad y competitividad de los prestadores • La disposición y tratamiento de residuos para los eventos • La promoción de atracciones temáticas culturales e históricas • Réplica de la Posta de Figueroa con teatralización histórica (símil Museo Güemes en Salta) • Diseño e implementación del Mes de la Tradición entre las 3 localidades • Programa de sostenibilidad para la realización de eventos masivos de todo tipo 	
<ul style="list-style-type: none"> • Calendario deportivo de competencias integradas del Pago de Areco con al menos 3 	<ul style="list-style-type: none"> • El Pago de Areco posicionado regionalmente como destino sede de eventos deportivos en 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de prestadores de turismo deportivo y de naturaleza en diseño de experiencias, 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de incentivos para el desarrollo de prestadores de actividades de naturaleza con

<p>fechas anuales para 2025</p> <ul style="list-style-type: none"> Existencia de una oferta de actividades de turismo de naturaleza que conforme al menos el 30% de la oferta total de experiencias, distribuidas en porcentaje 50/25/25 para Carmen de Areco, San Andrés de Giles y San Antonio de Areco para fines del 2026. 	<p>ámbitos naturales, con eje en maratón y ciclismo</p> <ul style="list-style-type: none"> Oferta comercializada de actividades de turismo de naturaleza en los 3 destinos, con mayor eje en Carmen de Areco: trekking, ciclismo, observación de aves, safaris fotográficos Oferta integrada de actividades de turismo de naturalezas en torno al Río Areco Prácticas de sostenibilidad ambiental incorporadas a la realización de todos los eventos 	<p>comercialización y seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> Organización pública-privada de competencias deportivas abarcando los 3 municipios del Pago de Areco Identificación de áreas susceptibles para el desarrollo de las experiencias y productos turísticos Implementación de plan de manejo para la sustentabilidad del territorio Promoción en los mercados emisores y hacia segmentos de demanda específicos Programa de sostenibilidad para la realización de eventos masivos de todo tipo 	<p>beneficios impositivos</p> <ul style="list-style-type: none"> Normalización de la actividades y habilitación a través de ordenanzas comunes a los tres destinos turísticos Captación de socios privados estratégicos locales para la realización de eventos deportivos destacados Partenariado con socios privados estratégicos de los segmentos target para la realización de eventos deportivos destacados y otras actividades en vinculación con la naturaleza Programa de sostenibilidad para la realización de eventos masivos de todo tipo
---	---	--	---

Tabla 32: Proyecto ejecutivo - Camino de la cultura gauchesca

Camino de la Cultura Gauchesca	
Área/s a la/s que pertenece : Futura Asociación “Camino de la Cultura Gauchesca”	Responsable del proyecto): Presidente de la Asociación mencionada
Marco Institucional: Región Pago de Areco	

<p>Descripción :</p> <p>El proyecto consiste, por un lado, en la identificación y fortalecimiento de, por un lado, los artesanos plateros, sogueros, talabarteros, textiles y todo oficio artesanal asociado a la tradición gauchesca; por otro lado, las pulperías y almacenes de campo, museos asociados a la vida del gaucho y a establecimientos rurales. Por otro lado, en la generación de instrumentos que visibilicen su trabajo, promuevan su desarrollo y contribuyan al movimiento turístico local.</p>
<p>Fundamentación:</p> <p>La región del Pago de Areco se identifica y está atravesada fuertemente por la ruralidad, lo cual podemos entender como el contexto geográfico en el que se ubica, las actividades agroganaderas que se desarrollan y la tradición gauchesca asociada a ella, forjada desde los inicios de la colonización española hasta la actualidad.</p> <p>Asimismo, particularmente el municipio de San Antonio de Areco se encuentra fuertemente posicionado como destino turístico asociado a la tradición gauchesca, donde las diferentes disciplinas artesanales constituyen atributos fundamentales, particularmente la platería, soguería, talabartería y trabajo con telar.</p> <p>Podría considerarse que la palabra “Tradición” define a cómo el destino se referencia y resulta un atractor para los turistas nacionales, mientras que la palabra “Gaucho” ofrece lo mismo pero para los turistas internacionales que visitan el país y particularmente la ciudad de Buenos Aires. Utilizar esta segunda palabra no sólo que ofrece una inserción internacional a la Ruta como producto, sino que también permite ampliar el abanico de la oferta disponible, contemplando actividades y atractivos asociados a los artesanos de la región y a la cultura gauchesca, gastronomía a través de pulperías y almacenes de campo e incluso alojamiento a través de establecimientos agroturísticos (también encuadrables dentro de gastronomía y actividades/atractivos).</p> <p>De esta forma, consideramos que desarrollar un proyecto asociativo entre los actores mencionados, que forman parte del Pago de Areco, podría ofrecer múltiples beneficios tanto para los propios actores como para el movimiento turístico de las localidades donde éstos residen y trabajan.</p>
<p>Objetivo general :</p> <p>Desarrollar un producto turístico identitario que permita diversificar la oferta turística de la región del Pago de Areco.</p>
<p>Objetivos específicos:</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Identificar a los actores vinculados con la temática gauchesca, particularmente artesanos, pulperías/almacenes de campo, museos y establecimientos de agroturismo. - Constituir un grupo asociativo para hacerse cargo del desarrollo y gestión del proyecto. - Desarrollar contenidos escritos, visuales y audiovisuales vinculados a los actores identificados. - Promover el desarrollo de experiencias interpretativas en cada uno de los prestadores que formen parte de la propuesta. - Articular acciones de promoción del producto. - Capacitar a los actores parte en temáticas vinculadas con la interpretación ambiental, técnicas de comunicación/comercialización, gestión administrativa, asociativismo e idiomas. - Generar eventos y actividades que vinculen a los diferentes artesanos y establecimientos que formen parte. 		
<p>Ubicación Espacial:</p> <p>Partidos de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San Antonio de Areco.</p>		
<p>Beneficiarios :</p> <p>Directos: Artesanos de oficios asociados a la cultura gauchesca, propietarios y empleados de pulperías y almacenes de campo, trabajadores/as de museos y espacios culturales y emprendedores y empleados de establecimientos agroturísticos.</p> <p>Indirectos: Empresas de transporte, agencias de viajes, guías de turismo, restaurantes.</p>	<p>Recursos Humanos :</p> <p>Referentes de turismo de los tres municipios.</p> <p>Responsables de comunicación del área de turismo de los tres municipios.</p> <p>Especialistas en marketing y comunicación.</p> <p>Especialista en historia regional.</p> <p>Especialistas en interpretación ambiental.</p> <p>Editorialistas.</p> <p>Especialistas en organización de eventos.</p>	
<p>Recursos materiales :</p> <p>Aula o espacio físico para 20 personas para ofrecer las capacitaciones y realizar las reuniones de coordinación del camino.</p> <p>Manual de contenidos del camino. Puede ser digital e imprimirse una cantidad limitada en papel.</p> <p>Espacio físico en los 3 partidos para la realización del evento masivo.</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <p>Plataformas de edición de imágenes y videos.</p> <p>Manejo profesional de Redes sociales.</p>	<p>Recursos financieros :</p> <p>Aportes de los municipios.</p> <p>Aportes de los actores parte del proyecto.</p> <p>Donaciones.</p> <p>Recaudación frente actividades puntuales como el evento masivo que se propone.</p>

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
Relevar interesados en la propuesta en un plazo de 6 meses.	Padrón de actores interesados con información relevante para el proyecto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar institución a cargo de impulsar el proyecto hasta que sea creada la asociación (por ej: Municipio de Carmen de Areco). 2. Designar persona a cargo del relevamiento. 3. Desarrollar carpeta de contenido con detalle de la propuesta, señalando objetivos, beneficios e implicancias para quienes la integren. 4. Confeccionar listado de actores potencialmente vinculados a la propuesta. 5. Programar la salida a territorio. 6. Visitar a potenciales interesados para convocarlos a sumarse. 7. Contactar por otros medios a los potenciales interesados a los que no se haya llegado a coordinar una visita. 8. Confeccionar padrón de actores interesados con información relevante a la propuesta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Institución legitimada en el territorio y con voluntad y recursos necesarios.. 2. Persona idónea, con presencia en el territorio y reconocida por los potenciales interesados. Además con buenas habilidades comunicativas y facilidad para las ventas y persuasión. 3. Carpeta en formato digital e impresa, con diseño gráfico asociado a la flamante marca destino "Pago de Areco". Técnico/as y/o especialista en la región para el desarrollo del contenido. 4. Planilla de Excel con una matriz de actores, donde además se incorpore información de contacto, ubicación, persona de contacto, entre otras. 5. Reuniones presenciales preferentemente, también podrían ser virtuales o incluso llamados telefónicos. 6. Movilidad propia, material impreso. Podría ser una alternativa sumar alguna persona más a las visitas para reforzar la validación de la propuesta y/o la legitimidad del interlocutor. Una alternativa sería convocar a los interesados a quienes ya se le haya ofrecido la propuesta, a que participen de otras

		<p>reuniones convocando a más interesados.</p> <p>7. Acceso a señal telefónica y/o a alguna plataforma de reuniones virtuales (Ej: Zoom) para efectivizar las reuniones de convocatoria. También se podría invitar a participar a otros interesados.</p> <p>8. Formulario de Google Forms para inscribir a los interesados, que declaren su voluntad de participar en el proyecto y que sirva de insumo para conformar el padrón y mapa de actores.</p> <p>En los casos de las reuniones presenciales se priorizará llevarlo impreso para que los interesados lo completen en el momento y la persona designada para impulsar el proyecto pueda terminar la misma con una nueva incorporación.</p> <p>El contenido a considerar en el formulario sería nombre actor, rubro, persona de contacto, cargo, número de contacto, dirección de mail, ubicación, horarios de trabajo, sitio web y/o redes sociales, breve reseña, productos destacados, qué se puede comprometer a aportar para el proyecto (desde horas de trabajo, participación en eventos, capacitaciones, reuniones de la futura asociación, según la frecuencia que se prevea, recursos económicos, desarrollo de capacitaciones para compartir entre el resto de los miembros de la</p>
--	--	---

			asociación) y un botón para tildar que indique algo así como “Manifiesto mi interés y voluntad de conformar la “Asociación Camino del Gaucho Arequero” y aportar lo antes mencionado para promover su constitución y desarrollo.
Crear asociación de hecho o de derecho con los interesados identificados en un plazo de 9 meses.	Contar con la “Asociación Camino del Gaucho Arequero” como instrumento para aglutinar a los interesados y desarrollar actividades para fortalecer a sus miembros y difundir la región.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar reuniones semanales/quincenales para alinear las expectativas respecto al proyecto. 2. Organizar capacitaciones sobre asociativismo y la potencialidad de comunicar y comercializar los productos integrados bajo la marca “Camino del Gaucho Arequero”. 3. Organizar capacitaciones sobre aspectos legales y técnicos para la creación y sobre el funcionamiento administrativo e institucional de las asociaciones civiles. 4. Elegir la comisión directiva. 5. Designar a los responsables técnicos de las diferentes tareas que le competirían al funcionamiento de la asociación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar lugares aptos en cuanto a espacio físico y ambiente para realizar reuniones con estos fines. Una alternativa podría ser ir turnándose para realizarlas en los espacios de trabajo los miembros del proyecto. 2. Convocar a especialistas en Asociativismo para capacitar y/o sensibilizar sobre este tipo de proyectos. Por ejemplo, se podría convocar a los referentes de la Asociación Ruta de la Yerba Mate, Caminos de la Lavanda de Calamuchita, entre otros. Asimismo, capacitaciones/charlas-taller sobre las tendencias de la demanda turística en la actualidad y sobre comunicación y comercialización de productos. 3. Convocar a especialistas legales y técnicos en asociativismo/cooperativismo para capacitar en estos temas a los miembros del proyecto. <p>Otra alternativa, podría ser la organización de un evento que convoque a los especialistas mencionados en los puntos 2 y 3 y que en</p>

			<p>el marco del mismo evento se realicen talleres que faciliten la consolidación del grupo y la identificación de los primeros pasos.</p> <p>4. En el marco de las reuniones regulares, confeccionar el estatuto, tratar los detalles asociados a la inscripción de la asociación y realizar las elecciones de la comisión directiva.</p> <p>5. Analizar si los propios integrantes de la comisión directiva cuentan con conocimientos y experiencia en comunicación y comercialización, desarrollo de productos y experiencias, para la designación del personal técnico. En caso negativo podría realizarse una convocatoria para los interesados quienes deberán presentar su currículum junto a un plan de trabajo tentativo en caso de asumir ese rol.</p>
<p>Capacitar en interpretación ambiental y realizar talleres de desarrollo de experiencias turísticas en los emprendimientos que formen parte en un plazo de 12 meses desde que inicie el proyecto.</p>	<p>Actores con experiencias interpretativas que impacten de forma más significativa en quienes los visitan.</p>	<p>1. Relevar necesidades, falencias e intereses vinculadas a la mejora de las experiencias de visita y venta por parte de los asociados al Camino.</p> <p>2. Identificar a especialistas en interpretación ambiental.</p> <p>3. Armar propuesta de capacitación.</p>	<p>1. En el marco de las reuniones periódicas de la asociación, entrevistar a los asociados indagando sobre necesidades, falencias e intereses asociados a la vista.</p> <p>Como herramienta de registro de la información se puede elaborar un formulario en papel y digital.</p> <p>2. Lanzar convocatoria de especialistas para la presentación de proyecto pedagógico, utilizando como</p>

		<p>4. Puesta en práctica.</p> <p>5. Evaluación de resultados.</p>	<p>critérios lo relevado en el paso anterior.</p> <p>3. Una vez seleccionado el proyecto pedagógico más pertinente, confeccionar de forma más detallada la propuesta de capacitación. Aspectos a considerar: público objetivo (eventualmente se podría realizar capacitaciones diferentes para artesanos que para pulperías/almacenes), cupo, lugar, material de soporte, necesidad de viáticos y agenda del/la capacitador/a, piezas de difusión del evento, recursos con los cuáles se cubrirá el costo del curso (¿propios de la asociación o con pago de inscripciones?), calendarización de las instancias teóricas y de taller.</p> <p>4. Implementación del curso-taller según lo previsto en el paso anterior. Seguimiento del mismo por parte de un referente de la Asociación.</p> <p>5. La evaluación podría pensarse en dos sentidos. Por un lado, la percepción del cursos, la cual podría realizarse solicitando a los participantes que realicen un informe con las conclusiones obtenidas luego de la realización del mismo. Por otro lado, luego de la implementación de las experiencias a través tanto de la percepción de los asociados como de los turistas que vivencian las</p>
--	--	---	--

			experiencias desarrolladas en el marco del mismo.
<p>Confeccionar un programa de capacitaciones de acuerdo a las necesidades relevadas en los miembros del proyecto en un plazo de 12 meses desde el inicio del proyecto.</p>	<p>Asociados capacitados en diversas temáticas vinculado a lo técnico, operativo y/o administrativo de sus organizaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevar necesidades, falencias e intereses vinculadas a aspectos técnicos, operativos y/o administrativo por parte de los asociados al Camino. 2. Identificar a especialistas en los temas abordados. 3. Armar propuesta de capacitación. 4. Puesta en práctica. 5. Evaluación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. En el marco de las reuniones periódicas de la asociación, entrevistar a los asociados indagando sobre necesidades, falencias e intereses asociados a la vista. Como herramienta de registro de la información se puede elaborar un formulario en papel y digital. 2. Lanzar convocatoria de especialistas para la presentación de proyecto pedagógico, utilizando como criterios lo relevado en el paso anterior. 3. Una vez seleccionado el proyecto pedagógico más pertinente, confeccionar de forma más detallada la propuesta de capacitación. Aspectos a considerar: público objetivo, cupo, lugar, material de soporte, necesidad de viáticos y agenda del/la capacitador/a, piezas de difusión de la capacitación, recursos con los cuáles se cubrirá el costo del curso (¿propios de la asociación o con pago de inscripciones?), calendarización de las clases. 4. Implementación del curso-taller según lo previsto en el paso anterior. Seguimiento del mismo por parte de un referente de la Asociación.

			5. Elaboración de un informe por parte de los participantes con las conclusiones obtenidas luego de la realización del curso.
Producir un manual de contenidos con imágenes sobre la región, los actores que formen parte y circuitos sugeridos para recorrerlos en un plazo de 18 meses desde que inicie el proyecto.	Manual "Camino del Gaucho Arequero" como material del soporte para sostener un hilo conductor entre los miembros del proyecto y como insumo para la comunicación y comercialización del producto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una convocatoria para productores editoriales y turísticos. 2. Seleccionar los prestadores que abarcaría la producción. 3. Definir el formato y destino del contenido a producir. 3. Elaborar el manual. 4. Realizar acto de presentación. 5. Repartirlo entre los afiliados al Camino en versión impresa. 6. Difundirlo en web y redes sociales en formato digital. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulario de Google. Difusión en redes y medios locales. 2. En el contexto de la Comisión Directiva del organismo de gestión podría definirse los establecimientos apropiados. 3. En base a las recomendaciones de la productora seleccionada y los objetivos del programa.
Producir contenido audiovisual sobre la región y los actores que formen parte en un plazo de 18 meses desde que inicie el proyecto.	Contenido audiovisual de calidad adecuado para la promoción del producto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una convocatoria para productores audiovisuales. 2. Seleccionar los prestadores que abarcaría la producción. 3. Definir el formato y destino del contenido a producir. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulario de Google. Difusión en redes y medios locales. 2. En el contexto de la Comisión Directiva del organismo de gestión podría definirse los establecimientos apropiados. 3. En base a las recomendaciones de la

		<p>3. Elaborar el guión del contenido.</p> <p>4. Producir propiamente el contenido.</p>	<p>productora seleccionada y los objetivos del programa.</p>
<p>Contratar influencers que difundan el Camino y a los emprendimientos que formen parte en un plazo de 18 meses.</p>	<p>Circuito posicionado dentro del público objetivo.</p>	<p>1. Relevamiento y selección de influencers acordes al producto.</p> <p>2. Propuesta de trabajo y contratación.</p> <p>3. Replicar material producido durante y posteriormente a la visita.</p>	<p>Alternativas:</p> <p>Contratar a una consultora de marketing para que se haga cargo de todos los pasos.</p> <p>Asignar a una de las comisiones de trabajo del organismo de gestión del plan la responsabilidad de llevarlas adelante.</p>
<p>Realizar notas en medios masivos para dar a conocer el Camino en un plazo de 18 meses desde iniciado el proyecto.</p>	<p>Circuito posicionado dentro del público objetivo.</p>	<p>1. Relevamiento y selección de medios apropiados.</p> <p>2. Producción del contenido.</p> <p>3. Replicar contenido producido.</p>	<p>Alternativas:</p> <p>Contratar a una consultora de marketing para que se haga cargo de todos los pasos.</p> <p>Asignar a una de las comisiones de trabajo del organismo de gestión del plan la responsabilidad de llevarlas adelante.</p>
<p>Crear al menos un evento que represente la esencia del proyecto en un plazo de 24 desde iniciado el mismo.</p>	<p>Circuito posicionado dentro del público objetivo.</p> <p>Conocimiento de los emprendimientos que forman parte del Camino.</p> <p>Generación de ingresos.</p>	<p>1. Análisis de alternativas de nombre, contenido, aliados y fechas.</p> <p>2. Organización del evento.</p> <p>3. Difusión del mismo.</p> <p>4. Puesta en marcha con generación de contenido.</p>	<p>Alternativas:</p> <p>Contratar a una consultora de organización de eventos para que se haga cargo de todos los pasos.</p> <p>Asignar la responsabilidad de la coordinación general del evento al municipio/actor a cargo de la presidencia pro t�mpore del organismo de gestión del plan.</p>

		5. Replicar contenido producido durante el evento.	
--	--	--	--

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
1. Realizar un relevamiento exhaustivo de los prestadores de servicios de turismo en la naturaleza de la región en un plazo de 6 meses desde que se dé inicio al proyecto.	Listado de prestadores de servicios de turismo en la naturaleza de la región.	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo del relevamiento.</p> <p>2. Verificar registros en Ordenanzas de habilitación de empresas de turismo alternativo en Carmen de Areco y San Antonio de Areco.</p> <p>3. Relevar en Internet oferta de prestadores de servicios de turismo de naturaleza de los tres municipios.</p> <p>4. Confeccionar listado preliminar de prestadores.</p> <p>5. Programar salida a territorio a visitar a los prestadores relevados previamente.</p> <p>6. Visitar a los prestadores relevados previamente para comunicarles la propuesta y</p>	<p>1. Persona/s idónea/s, con presencia en el territorio y reconocida/s por los prestadores de servicios turísticos. Además, con buenas habilidades comunicativas y de persuasión.</p> <p>2. Ordenanzas de habilitación de empresas de turismo alternativo en Carmen de Areco y San Antonio de Areco. Persona idónea para la búsqueda de los registros surgidos de dichas Ordenanzas.</p> <p>3. Acceso a Internet. Persona idónea para la búsqueda de prestadores turísticos a través de Internet.</p> <p>4. Planilla de Excel preliminar donde se incorpore la información de contacto, ubicación, actividad, persona de contacto, entre otros datos. Persona idónea para la</p>

		<p>convocarlos a futuras acciones.</p> <p>7. Contactar por otros medios a los prestadores relevados a los que no se haya llegado a coordinar una visita.</p> <p>8. Confeccionar listado de prestadores existentes de turismo en la naturaleza de la región.</p>	<p>elaboración de planillas Excel.</p> <p>5. En base al tiempo y a los recursos que se disponga, agendar reuniones presenciales preferentemente, aunque también podrían ser virtuales o incluso llamados telefónicos.</p> <p>6. Movilidad propia, material para anotaciones. Persona idónea citada en punto</p> <p>7. Acceso a señal telefónica y/o a alguna plataforma de reuniones virtuales (Ej: Zoom, Meet) para efectivizar las reuniones de convocatoria. Persona idónea citada en punto</p> <p>8. Planilla de Excel definitiva donde se incorpore la información de contacto, ubicación, actividad, persona de contacto, interés en co-crear un producto turístico de naturaleza para la región, entre otros datos. Persona idónea para la elaboración de planillas Excel.</p>
--	--	---	---

<p>2. Realizar un relevamiento exhaustivo de oportunidades de prestación de otras actividades de turismo en la naturaleza posibles de ser llevadas adelante en la región y que no cuenten con prestadores desarrollados en la actualidad en un plazo de 6 meses desde que se dé inicio al proyecto.</p>	<p>Mapa de oportunidades de prestación de otras actividades de turismo en la naturaleza posibles de ser llevadas adelante en la región y que no cuenten con prestadores desarrollados en la actualidad.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la confección del Mapa de Oportunidades.</p> <p>2. Listar las actividades de turismo en la naturaleza con potencialidad de ser llevadas adelante en el territorio de la región y que hoy no cuentan con prestadores.</p> <p>3. Evaluar en qué espacios naturales de la región podrían llevarse a cabo estas actividades.</p> <p>4. Confeccionar el Mapa de Oportunidades.</p> <p>5. Validar el Mapa de Oportunidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento, contextualización y evaluación de viabilidad de la implementación de actividades de turismo en la naturaleza en la región.</p> <p>2. Planilla Excel. Persona idónea en su manejo.</p> <p>3. Mapas y visitas a territorio. Persona idónea mencionada en el punto 1.</p> <p>4. Google Maps, Google Earth o cualquier SIG. Persona idónea en su manejo.</p> <p>5. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 7.</p>
---	---	---	---

<p>3. Realizar un relevamiento de posibles circuitos autoguiados para senderismo y cicloturismo que conecten los distintos pueblos rurales de la región en un plazo de 6 meses desde que se dé inicio al proyecto.</p>	<p>Mapa de oportunidades de posibles circuitos autoguiados para senderismo y cicloturismo que conecten los distintos pueblos rurales de la región.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la confección del Mapa de Oportunidades.</p> <p>2. Evaluar en qué espacios naturales de la región podrían llevarse a cabo circuitos autoguiados de senderismo y cicloturismo.</p> <p>3. Confeccionar el Mapa de Oportunidades.</p> <p>4. Validar el Mapa de Oportunidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>1. Persona/s idónea/s que conozca e territorio y posea habilidades para relevar espacios naturales y evaluar la viabilidad del desarrollo allí de circuitos autoguiados de senderismo y cicloturismo en la región.</p> <p>2. Mapas y visitas a territorio. Persona idónea mencionada en el punto 1.</p> <p>3. Google Maps, Google Earth o cualquier SIG. Persona idónea en su manejo.</p> <p>4. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 7.</p>
<p>4. Realizar un relevamiento de las necesidades de desarrollo de infraestructura turística necesaria para la prestación de experiencias en la naturaleza en la región (señalética y cartelería interpretativa de senderos y ciclovías autoguiadas, miradores, pasarelas, muelles, etc.) en un plazo de 9</p>	<p>Mapa de necesidades de desarrollo de infraestructura turística para la prestación de experiencias en la naturaleza en la región.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la confección del Mapa de Necesidades.</p> <p>2. Relevar en territorio las necesidades de desarrollo de infraestructura turística necesaria para la prestación de experiencias en la</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento, contextualización y evaluación de necesidades de infraestructura turística para la prestación de actividades de turismo en la naturaleza en la región.</p> <p>2. Movilidad propia, material para anotaciones.</p>

<p>meses desde que se inicie el proyecto.</p>		<p>naturaleza en la región.</p> <p>3. Complementariamente al punto anterior, consultar a los prestadores cuáles consideran las necesidades de infraestructura turística para el desarrollo de la actividad que prestan así como de otras actividades turísticas en la naturaleza que se llevan o podrían llevarse adelante en la región.</p> <p>4. Listar las necesidades detectadas en ambos relevamientos en una planilla de Excel.</p> <p>5. Confeccionar el Mapa de Necesidades.</p> <p>6. Validar el Mapa de Necesidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>Persona idónea citada en punto 1.</p> <p>3. Crear un formulario a través de Google Forms y enviar a través de Whatsapp o e-mail. Este mismo formulario contendrá también las necesidades de capacitación del punto siguiente. Persona idónea en el manejo de estas tecnologías.</p> <p>4. Planilla Excel. Persona idónea en su manejo.</p> <p>5. Google Maps, Google Earth o cualquier SIG. Persona idónea en su manejo.</p> <p>6. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 7.</p>
<p>5. Realizar un relevamiento de las necesidades de capacitación que tienen los prestadores existentes respecto a temáticas como la interpretación ambiental, seguridad en ambientes agrestes, técnicas</p>	<p>Listado de las necesidades de capacitación que tienen los prestadores existentes y otras necesidades (materiales, humanas, crédito, etc.).</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo del Listado de Necesidades de Capacitación y otras (materiales, humanas, crédito, etc.) de los prestadores.</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento, contextualización y evaluación de necesidades de capacitación y otras necesidades (materiales, humanas, crédito, etc.) para la prestación de actividades de</p>

<p>de comunicación/comercialización, gestión administrativa y otras necesidades (materiales, humanas, crédito, etc.) en un plazo de 9 meses desde que se inicie el proyecto.</p>		<p>2. Relevar las necesidades de capacitación y otras necesidades que tienen los actuales prestadores de experiencias en la naturaleza de la región.</p> <p>3. Listar las necesidades detectadas en una planilla de Excel.</p> <p>4. Validar el Listado de Necesidades en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>turismo en la naturaleza en la región.</p> <p>2. Crear un formulario a través de Google Forms y enviar a través de Whatsapp o e-mail. Este mismo formulario contendrá también las necesidades de infraestructura turística del punto anterior. Persona idónea en el manejo de estas tecnologías.</p> <p>3. Planilla Excel. Persona idónea en su manejo.</p> <p>4. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 7.</p>
<p>6. Elaborar un plan de capacitación y de acompañamiento a los prestadores existentes relevados, así como un plan de capacitación para el desarrollo de nuevos emprendimientos de experiencias de turismo en la naturaleza que hayan surgido del relevamiento de oportunidades, en un plazo de 13 meses desde que</p>	<p>Plan de capacitación y de acompañamiento a los prestadores existentes relevados, y Plan de capacitación para el desarrollo de nuevos emprendimientos de experiencias de turismo en la naturaleza.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la elaboración del Plan de Capacitación y Acompañamiento a los prestadores relevados y del Plan de capacitación para el desarrollo de nuevos emprendimientos, en base a los resultados del relevamiento anterior así como del Mapa de Oportunidades de prestación de otras</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de relevamiento de programas de capacitación, crédito, financiamiento, equipamiento, etc., para la prestación de actividades de turismo en la naturaleza en la región.</p> <p>2. Crear un formulario a través de Google Forms y enviar a través de Whatsapp o e-mail. Este mismo formulario contendrá</p>

<p>se inicie el proyecto.</p>		<p>actividades de turismo en la naturaleza posibles de ser llevadas adelante en la región y que no cuenten con prestadores desarrollados en la actualidad.</p> <p>2. Relevar las capacitaciones en la materia que dictan instituciones del sector (AAETAV, MINTURDEP, etc.), así como las líneas de crédito, financiamiento, equipamiento, etc., que brindan instituciones nacionales y provinciales para el sector.</p> <p>3. Elaborar los Planes de Capacitación y Acompañamiento en un documento Word.</p> <p>4. Validar los Planes de Capacitación y Acompañamiento en las reuniones con los prestadores.</p>	<p>también las necesidades de infraestructura turística del punto anterior. Persona idónea en el manejo de estas tecnologías.</p> <p>3. Documento Word. Persona idónea en su manejo.</p> <p>4. Esto se llevará adelante con los medios y métodos establecidos en la meta 7.</p>
<p>7. Generar reuniones de articulación con los prestadores de servicios de turismo en la naturaleza de la región a los fines de comprometerlos en la propuesta y co-crear con ellos el producto</p>	<p>Compromiso de los prestadores de servicios de turismo en la naturaleza de la región y producto turístico de naturaleza co-creado con ellos.</p>	<p>1. Convocar a prestadores turísticos de naturaleza en la región a reuniones de articulación y co-creación del producto turístico.</p> <p>2. Desarrollar las reuniones de</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios llevan adelante la convocatoria y el desarrollo de las reuniones de articulación y co-creación del producto con los prestadores de servicios de turismo</p>

<p>turístico a ser promovido por la región, en un plazo de 18 meses desde que se inicie el proyecto.</p>		<p>articulación y co-creación.</p>	<p>en la naturaleza de la región.</p> <p>2. Sitio/s que cuente/n con infraestructura básica para llevar adelante estas reuniones (proyector, pantalla, PC, sonido). Se utilizarán metodologías participativas para la articulación de las experiencias, las validaciones del Mapa de Oportunidades de prestación de otras actividades de turismo en la naturaleza en la región, de los posibles circuitos autoguiados, de la infraestructura turística a generar para una mejor prestación, del Plan de Capacitación y Acompañamiento a prestadores, así como la definición del producto turístico regional y la forma de promocionarlo.</p>
<p>8. Producir contenido escrito, imágenes y contenido audiovisual de la naturaleza de la región, los prestadores, las experiencias turísticas en la naturaleza que la región propone y circuitos</p>	<p>Material escrito y audiovisual e imágenes que sirvan de insumo para la comunicación y comercialización del producto.</p>	<p>1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la elaboración del material escrito, audiovisual e imágenes que sirvan de insumo para la comunicación y comercialización del</p>	<p>1. Persona/s idónea/s en las tareas de narrar, fotografiar y grabar video para la elaboración del material promocional del producto turístico. Que cuenten con el equipamiento necesario para la actividad (laptop,</p>

<p>sugeridos de recorrido autoguiado en un plazo de 18 meses desde que inicie el proyecto.</p>		<p>producto y/o realizan las contrataciones de personal especializado correspondientes.</p> <p>2. Definir la línea estética y comunicacional de la promoción del producto turístico.</p> <p>3. Comunicar la línea estética y comunicacional de la promoción del producto turístico a quienes realizarán la recolección del material.</p> <p>3. Programar las salidas a territorio y visitas a los prestadores.</p> <p>4. Realizar las salidas a territorio y visitas a los prestadores para el relevamiento del material.</p> <p>5. Editar y curar el material recolectado en las salidas a campo para tenerlo disponible para su uso.</p> <p>6. Seleccionar el material editado y curado por parte de los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y la/s persona/s asignada/s al diseño.</p> <p>6. Elaborar piezas de comunicación y</p>	<p>celular, cámara fotográfica, pantallas, iluminación, accesorios, cámara de video, etc.).</p> <p>2. Reunión entre los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y diseñador asignado a la tarea de definición de la línea estética y comunicacional de la promoción del producto turístico. Computadora, proyector, pantalla, sonido.</p> <p>2. Reunión entre los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y el personal asignado a estas tareas. Computadora, proyector, pantalla, sonido.</p> <p>3. Cronograma de ejecución de salidas y visitas, estas últimas coordinadas previamente con los prestadores vía Whatsapp o teléfono. Persona idónea en tareas de planificación y con buenas habilidades comunicacionales y de persuasión.</p> <p>4. Movilidad propia, material para anotaciones y equipamiento para fotografiar y grabar</p>
--	--	--	---

		comercialización para promocionar el producto turístico.	<p>video. Personal idóneo citado en punto 1.</p> <p>5. PC o laptop que cuente con programas de edición de textos, fotografías y videos. Personal idóneo citado en punto 1.</p> <p>6. Drive compartido, en donde los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios y diseñador/es puedan seleccionar de manera colaborativa en un solo sitio y a su tiempo el material promocional editado y curado.</p> <p>6. PC o laptop que cuente con programas de edición de textos, fotografías y videos. Personal idóneo en diseño, comunicación y comercialización turística.</p>
9. Insertar al producto de turismo de naturaleza que se elabore en la región dentro del Programa Nacional la Ruta Natural en un plazo de 24 meses desde que se inicie el proyecto.	Producto turístico insertado en la Web del Programa Ruta Natural (https://www.larut.anatural.gob.ar/es/actividades/experiencias-inolvidables).	1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios designan persona/s a cargo de la interlocución y vinculación con el área nacional que lleva adelante el Programa La Ruta Natural.	<p>1.2.3.4.5. Persona/s idónea/s del sector turístico, con buenas habilidades comunicativas y de persuasión. Computadora, acceso a Internet, teléfono o móvil.</p> <p>6. Persona/s idónea/s del punto 1 junto con los</p>

		<p>2. Se solicitan las condiciones formales para acceder al Programa.</p> <p>3. Se cumple con las condiciones formales de acceso al Programa.</p> <p>4. Se envía la información y piezas comunicacionales acorde a los requerimientos del Programa para su difusión.</p> <p>5. Complementariamente, se solicita información respecto a las medidas de acompañamiento que hace el Programa a prestadores y municipios inscriptos en él (planes de incentivos, créditos y subsidios a prestadores; planes de embellecimiento e infraestructura turística para municipios, etc.)</p> <p>6. Se evalúan y seleccionan posibles medidas de acompañamiento que acerca el Programa a prestadores, para su difusión en la región, así como se evalúan y seleccionan posibles aplicaciones a planes para el financiamiento de</p>	<p>responsables de los organismos locales de turismo de los 3 municipios.</p>
--	--	---	---

		infraestructura turística.	
10. Generar la infraestructura turística necesaria para la prestación segura de las actividades de turismo en la naturaleza (señalética y cartelería interpretativa de senderos y ciclovías autoguiadas, miradores, pasarelas, muelles, etc.) en un plazo de 36 meses desde que se inicie el proyecto.	Infraestructura turística desarrollada (señalética y cartelería interpretativa de senderos y ciclovías autoguiadas, miradores, pasarelas, muelles, etc.).	1. En función del Mapa de necesidades de desarrollo de infraestructura turística para la prestación de experiencias en la naturaleza en la región elaborado en el punto 4, y del relevamiento de medidas de acompañamiento que realiza el Programa La Ruta Natural del punto 9, entre otras posibles fuentes de financiamiento que deberán ser relavadas, los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios deciden las intervenciones que se realizarán en el territorio y elaborarán una planificación para su ejecución. 2. Ejecución de las obras de infraestructura turística.	1. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios llevan adelante la definición y planificación de las obras de infraestructura turística a ser desarrolladas, en conjunto con otras áreas municipales. 2. De acuerdo a la planificación prevista, equipos municipales o contratados idóneos en la ejecución de obras de infraestructura.
11. Generar campañas de promoción (de pago) vía redes sociales, contratar influencers, realizar notas en medios masivos	Difusión del producto generado y captación de turistas que ya han venido a la región y de nuevos	1. Evaluar entre las diferentes alternativas de comunicación y comercialización disponibles, y acorde al presupuesto que haya sido asignado	1.2. Los responsables de los organismos locales de turismo de los tres municipios llevan adelante la definición de la estrategia de

de comunicación, participar en eventos nacionales vinculados a la temática, entre otras acciones que sirvan a la difusión del producto generado y a la captación de turistas que ya han venido a la región con la invitación a volver a disfrutar nuevas experiencias y de nuevos segmentos de demanda, en un plazo de 42 meses desde que se inicie el proyecto.	segmentos de demanda.	para la difusión del producto, la mejor combinación de ellas. 2. Ejecutar la estrategia de comunicación y comercialización definida en el paso previo.	comunicación y comercialización del producto turístico y ejecutan la misma, en conjunto con especialistas en comunicación con los que cuenten los municipios y/o contratados.
--	-----------------------	---	---

Tabla 33: Proyecto ejecutivo - Polo Tecnológico y de Innovación Pago de Areco

Polo Tecnológico y de Innovación Pago de Areco	
Área/s a la/s que pertenece: A definir	Responsable del proyecto: A definir
Marco Institucional: Los municipios del Pago, la Universidad Nacional de San Antonio de Areco, la provincia de Buenos Aires, el CONICET, la autoridad máxima de turismo nacional, la CAT, CAME, y otras instituciones tanto municipales, provinciales, nacionales, como no gubernamentales que intervienen en el Proyecto	

Descripción :

El proyecto propone el desarrollo de un polo tecnológico y de innovación con ejes en torno a la producción agropecuaria, el ambiente, el turismo y el patrimonio, que traccione flujo de fondos, aproveche el talento joven, el núcleo de conocimiento universitario y la competitividad empresarial local, promoviendo un ecosistema y una cultura innovadora anclada en la tradición y los destinos inteligentes como marca identitaria del Pago.

Sería un caso piloto en donde el turismo se erige como uno de los ejes estratégicos y líderes del posicionamiento regional como territorio inteligente detrás del desarrollo de destino turístico inteligente con identidad local, integrado en un plan estratégico de largo plazo - 20 años -. El polo se conformará con empresas consolidadas, aceleradoras y startups, la academia (investigadores, profesores y estudiantes) en base a la Universidad y los institutos terciarios que ya tiene programas de estudio vinculados a las temáticas regionales propuestas, y programas gubernamentales que faciliten la comercialización de los productos de la investigación.

Así, entre proyectos y programas más específicos vinculados con turismo y más allá de la articulación estándar de los Polos Tecnológicos y de Innovación, se pueden pensar la Escuela de Innovación de Turismo Rural, el Laboratorio de Ideas Turísticas como programa de incubación / aceleración, Hakaturs, el programa de vinculación tecnológico-de innovación I+D con el sector empresario regional y de la cadena de valor turística que impacta en el Pago, y el Pago como destino nómada digital.

En el presente proyecto se desarrolla con mayor detalle el área de turismo, pero vale aclarar que se aplica análogamente para los otros ejes de desarrollo mencionados.

Fundamentación:

Los territorios, principalmente las ciudades y sus zonas de influencia, se enfrentan a numerosos desafíos presentes y futuros en el marco de la Agenda 2030, que requieren aunar esfuerzos no sólo en materia de gestión política y gobernanza, sino también de investigación y desarrollo (I+D) aplicado tanto al avance del conocimiento en sí como al conocimiento aplicado para la mejora de vida de las comunidades y el aumento de la productividad de las industrias y sectores de servicios: transporte y movilidad inteligente, respuestas ante emergencias, seguridad ciudadana, iluminación inteligente, gestión inteligente del agua y el suministro de energía eléctrica, recolección de residuos, cambio climático, participación ciudadana, tecnologías de infraestructura, gestión de los datos de las ciudades, tecnología móvil y de smartphones, ciberseguridad, digitalización de las empresas, conveniencia en los

servicios y las experiencias, competitividad de mercado, ambiental y social, entre otros.

Para ello, la creación de ecosistemas basados en la colaboración entre los actores públicos, privados, académicos y los ciudadanos es clave. La promoción de sinergias significativas entre ellos, ubicados en el mismo radio geográfico, es condición necesaria para impulsar la innovación y por ende la competitividad territorial de la región y de sus empresas y emprendimientos. La cercanía a una ciudad de primer nivel internacional como la ciudad de Buenos Aires y su accesibilidad, así como la existencia de una Universidad Nacional, son un factor adicional para traccionar talento y pensar en un complemento de destino turístico para nómades digitales, con normativas que desalienten la gentrificación pero promuevan un ingreso constante de recursos y una diversificación de servicios en torno a estos ejes.

Objetivo general :

- Crear un polo tecnológico y de innovación con enfoque en la colaboración entre instituciones de investigación, gobiernos locales y la iniciativa privada de cara a consolidar un desarrollo regional competitivo bajo el modelo de territorio y destino turístico inteligente que aborde los desafíos de la agenda 2030 y la segunda mitad del siglo 21.

Objetivos específicos:

- Promover la colaboración entre el sector gubernamental, la academia y los privados para el fomento de nuevos modelos de negocios integrados con la tecnología y la innovación en torno a la actividad agropecuaria, el ambiente, el turismo y el patrimonio
- Fomentar la mejora de la competitividad empresarial y de emprendimientos locales acorde los desafíos que plantea la agenda 2030 y la segunda mitad del siglo 21
- Incentivar el desarrollo y la competitividad de los modelos de negocios rurales priorizando la mejora de la calidad de vida de las poblaciones rurales y las empresas vinculadas con la actividad agropecuaria
- Incentivar el desarrollo y la competitividad de emprendimientos y empresas vinculadas con la actividad turística y cultural/patrimonial local, así como de las organizaciones e instituciones públicas vinculadas con esos sectores y que tienen injerencia en el territorio y su evolución
- Promover la incorporación de tecnología, la gestión de datos y la innovación en los modelos de negocios y servicios turísticos, patrimoniales y de recreación

<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la comercialización de las soluciones innovadoras y tecnológicas en torno a los ejes priorizados en los principales mercados de interés del destino 		
<p>Ubicación Espacial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Límite/s: municipios de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles • Zona: ciudades de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles • Población: total de población de los 3 municipios 		
<p>Beneficiarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidades rurales • Empresas productivas, de servicio e industrias culturales de la región • Juventud local y regional de zonas de influencia del Pago de Areco • Talento emprendedor del Pago, regional y del AMBA • Ciudades cabeceras de los municipios • Instituciones gubernamentales locales • Instituciones académicas nacionales e institutos educativos / técnicos de la región • Indirectos: comunidades locales 	<p>Recursos Humanos:</p> <p>Profesionales, emprendedores, docentes universitarios, investigadores, empresarios, gestores públicos, funcionarios públicos,</p>	
<p>Recursos materiales:</p> <p>espacios físicos para el incubación y aceleración de proyectos en todos los ejes, laboratorios</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <p>Universidades e institutos terciarios, talento humano formado, acuerdos y convenios entre sectores públicos, privados y</p>	<p>Recursos financieros:</p> <p>a definir, incluye fondos para investigación y desarrollo públicos - privados</p>

tecnológicos, conectividad digital	académico	
------------------------------------	-----------	--

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
<ul style="list-style-type: none"> Realizar hakatones anuales en torno a las temáticas identificadas como estratégicas, con al menos 3 soluciones de continuidad articuladas en incubadoras/aceleadoras Creación de un Laboratorio de Ideas con financiamiento anual en articulación con la Universidad Nacional de San Antonio de Areco y los institutos terciarios de turismo, con al menos 5 proyectos de investigación aplicada e innovación en curso todos los años El Pago de Areco posicionado como destino de nómades digitales y polo tecnológico y de innovación incipiente para fines de 2027. 	<ul style="list-style-type: none"> Polo tecnológico y de innovación con enfoque en la colaboración entre instituciones de investigación, gobiernos locales y la iniciativa privada bajo el modelo de territorio y destino turístico inteligente que aborde los desafíos de la agenda 2030 y la segunda mitad del siglo 21. Nuevos modelos de negocios integrados con la tecnología y la innovación en torno a la actividad agropecuaria, el ambiente, el turismo y el patrimonio, resultado del trabajo colaborativo entre academia, gobierno y sector privado Empresas y de emprendimientos locales competitivos 	<ul style="list-style-type: none"> Escuela de Innovación de Turismo Rural Laboratorio de Ideas Turísticas como programa de incubación / aceleración Centros de I+D articulados con el INTA, y las autoridades provinciales/municipales Hakkaturs Programa de vinculación tecnológico-de innovación I+D con el sector empresario regional y de la cadena de valor turística Programa de nómades digitales Implementación y puesta a punto de los espacios físicos para la implementación de los 	<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento para la investigación y el desarrollo aplicado Programa de incentivo y colaboración para el sector privado Diseño y promulgación de marcos normativos homogéneos para la región, para el incentivo (radicación de empresas y tracción de talento) y la colaboración para la creación del polo tecnológico y de innovación Programas de know-how e intercambio con polos similares vinculados con la producción y el turismo Articulación con el desarrollo de plan territorial de zonificación

<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del 10% anual de patentes tecnológicas, con el 1% vinculadas a turismo, y un 10% anual de modelos de negocios innovadores vinculados con la actividad turística en todas sus formas (innovación social, tecnológica, empresarial, etc.) 	<p>acorde a la Agenda 2030</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predominio de modelos de negocios productivos y turísticos que impacten en la mejora de la calidad de vida de las poblaciones rurales y urbanos del Pago • Emprendimientos y empresas vinculadas con la actividad turística y cultural/patrimonial local, así como de las organizaciones e instituciones públicas vinculadas con esos sectores y más competitivas • Modelos de negocios y servicios turísticos, patrimoniales y de recreación innovadores, tecnológicos o con componentes tecnológicos, innovadores y ambientalmente responsables • Soluciones innovadoras y tecnológicas comercializadas y con penetración de mercado, en torno a los ejes priorizados en los 	<p>programas, actividades y tareas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de aceleradoras tecnológicas 	
---	--	--	--

	principales mercados de interés del destino		
--	---	--	--

Tabla 34: Proyecto ejecutivo - Eventos Masivos Sostenibles y Organizaciones de Impacto Positivo

Eventos Masivos Sostenibles y Organizaciones de Impacto Positivo	
<p>Área/s a la/s que pertenece:</p> <p>Inexistente a la fecha. Se propone que sea alguno de los organismos propuestos para el desarrollo y la promoción conjunta del Pago conformada por los tres destinos</p> <p>Cámaras y Asociaciones empresariales locales (turísticas, de comercio y afines a la actividad turística así como a la organización de eventos masivos) y organismos municipales de turismo</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>A definir</p>
<p>Marco Institucional:</p> <p>Otras instituciones tanto municipales, provinciales, nacionales, como no gubernamentales que intervienen en el Proyecto (Ej.: CAT, CFI, Ministerio de Turismo, etc.), comisiones comunales y asociaciones civiles, etc.</p>	

<p>Descripción:</p> <p>El sector turístico argentino cuenta con herramientas ya desarrolladas para incorporar la sostenibilidad ambiental y social tanto en las organizaciones turísticas como en los eventos masivos ya sean feriales, festivos o deportivos. Los mismos son Las Directrices para Organizaciones Turísticas Sostenibles, el Manual de Eventos Sostenibles - ambos del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación - y Protocolo Ambiental para Eventos Sostenibles - del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable de Argentina.</p> <p>Las Directrices para Organizaciones Turísticas Sostenibles cuenta además con un programa de implementación ya diseñado y con varios años de ejecución por parte del actual Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, de unos 4 meses de duración. Su aplicación por parte de los destinos turísticos del Pago de Areco sería sencilla en tanto que corresponde su articulación con el organismo nacional de turismo en caso de que se ejecuten los programas de calidad y sostenibilidad a futuro,</p>

o mediante la búsqueda de financiamiento desde los municipios para viabilizar su ejecución, considerando que ya existen profesionales con la expertise adecuada para llevarlo adelante. Por su parte, el manual de Eventos Sostenibles así como el Protocolo Ambiental para Eventos Sostenibles son de reciente publicación y con contenidos específicos pensados para eventos de y en destinos turísticos, y al igual que en el caso de las Directrices, ya se cuenta con profesionales formados en el tema en la actividad turística como para hacer viable su adopción.

La aplicación exitosa de estas prácticas se acompaña de acciones de promoción turística destacadas, la creación de un catálogo de prestadores sostenibles para empresas turísticas del Pago y beneficios adicionales para la competitividad y el desarrollo empresarial y/o comunitario según sea el caso de los organizadores y participantes de los eventos masivos,, como exenciones fiscales, reducción de tasas municipales, bonos verdes, créditos blandos, entre otras acciones de fomento y reconocimiento.

Fundamentación:

La sostenibilidad ambiental y social junto a la promoción de negocios de impacto o con propósito están alineados con las soluciones que el turismo presenta para los desafíos del siglo 21. La presión sobre los recursos naturales y las comunidades producto del crecimiento demográfico, la producción a escala masiva, los conflictos de intereses entre los actores sociales, económicos y políticos a todas las escalas, la crisis climática y la creciente contaminación de los entornos con impactos directos e indirectos en la calidad de vida de las poblaciones y el disfrute de la experiencia turística tornan imprescindible y urgente incorporar criterios de sostenibilidad ambiental y social en la realización de eventos masivos, ya sean deportivos, religiones, productivos, culturales, turísticos y/o recreaciones.

Asimismo, en coherencia con la aproximación sistemática para lograr un mundo sostenible, justo e inclusivo, también es necesario actuar de manera inmediata en la incorporación de criterios de sostenibilidad para las organizaciones turísticas de la región, hoy absolutamente fuera de competitividad de los parámetros vigentes del desarrollo y la demanda turística. La Agenda 2030 a través de los 17 ODS, la Organización Mundial del Turismo y los organismos que otorgan financiamiento, como el BID o el CAF, incluyen dentro de sus prioridades, objetivos estratégicos y condiciones determinantes para el otorgamiento de fondos a proyectos la consideración e incorporación de estos criterios de sostenibilidad ambiental y social en todos los proyectos. La demanda, por su parte, cada vez demanda mayor responsabilidad a los destinos y a las empresas por parte de los turistas tanto internacionales como nacionales es cada vez mayor y contundente, exigiendo no sólo el storytelling sino también la comprobación real del compromiso en torno a estos temas.

Objetivo general:

- Incorporar criterios de sostenibilidad ambiental y social en las organizaciones turísticas y eventos del Pago de Areco para lograr competitividad y estar alineados

<p>con los desafíos ambientales, sociales y de desarrollo que plantea el desarrollo turístico en el siglo 21</p>	
<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otorgar competitividad a las organizaciones turísticas de la región mediante la incorporación de criterios y requisitos de sostenibilidad ambiental y social • Generar conciencia entre los prestadores turísticos y la comunidad de la importancia de minimizar los impactos negativos sobre el ambiente y promover soluciones a los desafíos actuales mediante la promoción de modelos de negocios de impacto positivo • Posicionar a la región como un destino turístico sostenible acorde a los desafíos de la humanidad en el siglo 21 y a las exigencias de la demanda turística actual • Lograr eventos masivos ambiental y socialmente responsables y sostenibles que contribuyan en el desarrollo sostenible y el cuidado ambiental de las comunidades en donde se desarrollan 	
<p>Ubicación Espacial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Límite/s: Pago de Areco (intendencias de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areo) ● Zona: Pago de Areco (intendencias de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areo) ● Población: totalidad de los 3 municipios 	
<p>Beneficiarios:</p> <p>Beneficiarios directos: organizaciones privadas y de la sociedad civil vinculadas con la organización y realización de eventos masivos de todo tipo en el Pago de Areco, y organización públicas y privadas vinculadas con la actividad turística. Estimadas entre 300 y 400 organizaciones</p> <p>Beneficios indirectos: las comunidades de los municipios San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areco, los visitantes y las empresas productivas de otros rubros y actividades de la región.</p>	<p>Recursos Humanos:</p> <p>especialistas locales formados en sostenibilidad turística para llevar adelante los programas, especialistas ambientales, Capacitadores</p>

Recursos materiales: espacios para capacitaciones, traslados, técnicas y equipos de mitigación de impacto ambiental, insumos para las empresas	Recursos técnicos: normativas municipales para créditos, exenciones fiscales e impositivas, premios.	Recursos financieros: fondos para financiar los programas
--	--	---

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
<ul style="list-style-type: none"> • Lograr posicionar al Pago de Areco como modelo de destino turístico sostenible en la provincia de Buenos Aires para fines de 2026 • Alcanzar el 50 % de la oferta de servicios vinculadas con el turismo distinguida en programas de sostenibilidad ambiental para fines de 2027 • Lograr que el 100 % de los eventos masivos del Pago sea sostenibles en su totalidad para el último trimestre del 2026 	<ul style="list-style-type: none"> • Competitividad a las organizaciones turísticas de la región mediante la incorporación de criterios y requisitos de sostenibilidad ambiental y social • Generar conciencia entre los prestadores turísticos y la comunidad de la importancia de minimizar los impactos negativos sobre el ambiente y promover soluciones a los desafíos actuales mediante la promoción de modelos de negocios de impacto positivo • Posicionar a la región como un destino turístico sostenible acorde a los desafíos de la humanidad en el siglo 21 y a las exigencias de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de programas nacionales de sostenibilidad para organizaciones privadas (duración promedio entre 4 y 6 meses) • Implementación de programas municipales de realización de eventos masivos sostenibles para el Pago de Areco • Campañas de concientización sobre eventos sostenibles • Formación de especialistas locales en eventos sostenibles y organizaciones sostenibles / de impacto positivo • Diseño de storytelling vinculado a la sostenibilidad y a las organizaciones de impacto integrado al plan 	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo con Universidad para la implementación de programas y formación de especialistas • Incorporación de criterios de sostenibilidad en los programas de fortalecimiento institucional municipal • Búsqueda y obtención de financiamiento sobre sostenibilidad vinculado a eventos masivos y transición a la sostenibilidad para organizaciones privadas para municipios • Parteneriados con sector privado regional o nacional para sponsorar prácticas sostenibles en eventos masivos

	<p>demanda turística actual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr eventos masivos ambiental y socialmente responsables y sostenibles que contribuyan en el desarrollo sostenible y el cuidado ambiental de las comunidades en donde se desarrollan 	<p>de marketing, articulado temporalmente a las acciones y metas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño e implementación de beneficios fiscales, impositivos, crediticios, premios y promocionales para aquellas organizaciones que apliquen los criterios de sostenibilidad social y ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión institucional de créditos y préstamos para el sector privado para facilitar la transición hacia prácticas sostenibles • Normativas municipales enmarcando los criterios ambientales y sociales para la realización de eventos masivos, y beneficios impositivos/fiscales/incentivos para las organizaciones privadas
--	---	--	---

Tabla 35: Proyecto ejecutivo - Incubadora de empresas turísticas

Incubadora de empresas turísticas	
<p>Área/s a la/s que pertenece:</p> <p>Dirección de Cultura de los 3 municipios</p> <p>Dirección de Turismo de los 3 municipios</p> <p>Dirección de Producción de los 3 municipios</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>UNSADA</p>
<p>Marco Institucional:</p> <p>Municipios de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles, Carmen de Areco, UNSADA.</p>	

Descripción:

El proyecto consiste en establecer una incubadora de pymes que funcione de forma virtual y presencial dirigida a jóvenes de 18 a 25 años en las localidades mencionadas. La incubadora proporcionará capacitación, asesoramiento y financiamiento para fomentar el emprendimiento y arraigo, evitando así la migración juvenil y promoviendo el desarrollo económico local.

Fundamentación:

Uno de los principales problemas a la hora de preservar la cultura en las zonas rurales es la migración interna de los jóvenes hacia las ciudades en busca de mejores oportunidades de empleo. Por eso se propone un espacio donde capacitar y acompañar a personas entre 18 y 25 años en emprendimientos que estén relacionados a la cultura del Pago.

Se trata de una oportunidad de generar puestos de empleo de calidad sin la necesidad de inversiones significativas de capital privado y al mismo tiempo de crear nuevos productos turísticos, contribuyendo a un desarrollo turístico alineado con el espíritu del plan. Se espera aumentar la cantidad de emprendedores y generar un espacio de intercambio y cooperación entre jóvenes de las tres ciudades que conforman el Pago de Areco

Objetivo general:

Fomentar el arraigo y desarrollo de jóvenes de 18 a 25 años en el Pago de Areco a través del emprendimiento.

Objetivos específicos:

- Dar a conocer el proyecto en los últimos años de los colegios secundarios.
- Capacitar a los participantes en materias relacionadas a la contabilidad básica, branding y uso de redes sociales.
- Acompañar a los participantes en su primer año de proyecto para guiarlos.
- Aumentar la cantidad de Micro Pymes fundadas por jóvenes

Ubicación Espacial:

Orientado a jóvenes de 18 a 25 años que residan en las localidades de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areco

<p>Beneficiarios:</p> <p>Beneficiarios directos: Participantes de las capacitaciones.</p> <p>Beneficiarios indirectos: Recursos humanos involucrados en el proyecto, proveedores de productos y servicios de los emprendimientos, proveedores de servicios turísticos.</p>		<p>Recursos Humanos:</p> <p>Equipo de profesionales para capacitar a los participantes, diseñador gráfico.</p>	
<p>Recursos materiales:</p> <p>Espacios físicos adecuados para encuentros presenciales, transporte para localidades rurales.</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <p>Plan de Zoom Meetings Education, Google Drive.</p>	<p>Recursos financieros:</p> <p>Plan de Zoom Meetings Education: 90 USD por año.</p> <p>Google Drive: Sin cargo</p> <p>Equipo de profesionales: 2 profesionales por localidad durante todo el proyecto. \$14.400.000 por año.</p> <p>Diseñador gráfico: \$250.000</p> <p>Transporte: 3 transportes por mes desde junio a septiembre. \$180.000</p> <p>Total aproximado anual: \$14.920.000</p>	

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
Realizar 30 charlas informativas en colegios secundarios.	Conocimiento de la mayor parte de los destinatarios futuros del proyecto.	Realizar un itinerario para visitar los colegios secundarios que se encuentran dentro del pago	Documentar en un archivo de Excel los colegios secundarios y graficar en un mapa su disposición.

		<p>Asignar un área de trabajo a cada equipo.</p> <p>Visitar la mayor cantidad de colegios en un plazo de 2 meses.</p>	<p>Enviar a los equipos de trabajo la información junto al material de difusión.</p> <p>Dar charlas informativas dentro de las aulas con material de soporte y de promoción del Plan.</p>
<p>Realizar 1 posteo semanal en las redes de cada municipio en referencia al proyecto durante 3 meses.</p>	<p>Conocimiento de la población en general y de futuros participantes del proyecto</p>	<p>Diseñar una estética unificada para las publicaciones.</p> <p>Enviar publicaciones semanales a los municipios junto con el manual de uso.</p>	<p>Diseñar 4 posteos en formato 4x5 (publicación) y 4 posteos en formato 9x16 (historias).</p> <p>Enviar semanalmente un recordatorio para que se publiquen los contenidos.</p>
<p>Lograr 50 inscriptos en el primer año.</p>	<p>Inscripción de una cantidad significativa de participantes para lograr la viabilidad del proyecto.</p>	<p>Contar con una plataforma de inscripción sencilla y accesible.</p> <p>Ofrecer la inscripción de forma presencial.</p>	<p>Crear un Google forms para una preinscripción al programa.</p> <p>Dar lugar a un tiempo para la inscripción durante las charlas informativas en colegios.</p>
<p>Establecer 20 Micro Pymes incubadas y operativas para el segundo año.</p>	<p>Conformación de un núcleo de Micro pymes operativas.</p>	<p>Capacitar a los inscriptos mediante clases teóricas y aplicaciones prácticas.</p> <p>Trabajar en los proyectos de los participantes y guiarlos para lograr su constancia.</p>	<p>Crear un programa de capacitación dividido por módulos que brinden herramientas para emprendedores, así como casos de aplicación de estas.</p> <p>Realizar una clase semanal virtual y un encuentro presencial a nivel</p>

		<p>Crear un ambiente de colaboración entre los participantes que fomente la integración regional.</p>	<p>mensual en la UNSADA</p> <p>Brindar un modelo de trabajo para utilizar en los proyectos de los participantes y realizar un seguimiento de su desarrollo.</p> <p>Encuentros presenciales entre participantes de las distintas localidades y cierre del programa de capacitación en la UNSADA.</p>
--	--	---	---

Tabla 36: Proyecto ejecutivo - Programa de capacitación y profesionalización para el sector turístico, hotelero y gastronómico

Programa de capacitación y profesionalización para el sector turístico, hotelero y gastronómico	
<p>Área/s a la/s que pertenece:</p> <p>Organismo de gestión del proyecto "Pago de Areco"</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>Comisión Directiva del organismo</p>
<p>Marco Institucional:</p> <p>Región Pago de Areco</p>	
<p>Descripción:</p>	

El programa de capacitación y profesionalización pondrá a disposición, de empresarios, trabajadores y comunidad en general, instancias de formación en temáticas priorizadas por los municipios de la región.

Se desarrollarán cursos cortos asociados a los ejes temáticos de Hotelería, Gastronomía, Turismo, Patrimonio y Desarrollo Local que se dictarán de forma itinerante entre los tres partidos.

Fundamentación:

La capacitación de los recursos humanos es un elemento fundamental para el desarrollo de todo destino turístico. Es necesario que la misma se realice de forma constante debido al surgimiento de nuevas técnicas, demandas y acontecimientos en la realidad que se encuentra inserta el destino. Asimismo, tanto la rotación e incorporación de personal como el surgimiento de nuevos emprendimientos fundamentan la necesidad de contar con estas instancias de entrenamiento para mejorar la calidad de los servicios y competitividad del destino.

Objetivo general:

Fortalecer la calidad de los servicios turísticos, la preservación del patrimonio cultural, y el desarrollo local sostenible en la región, a través de un programa integral de capacitación dirigido a prestadores de servicios turísticos y a la comunidad local.

Objetivos específicos:

Considerar las necesidades de los diferentes actores del sistema turístico de la región como insumo fundamental para priorizar los temas a abordar en el programa de capacitaciones.

Realizar alianzas estratégicas con actores vinculados a la educación y la formación de recursos humanos.

Capacitar a prestadores de servicios en hotelería, gastronomía, turismo y gestión del patrimonio, para mejorar la calidad y diversidad de la oferta turística en la región.

Promover el conocimiento y la preservación del patrimonio cultural y natural.

Brindar herramientas y habilidades clave a trabajadores/as del sector turístico para mejorar la gestión empresarial, atención al cliente, marketing y técnicas especializadas en hotelería, gastronomía y turismo.

<p>Ubicación Espacial:</p> <p>Partidos de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San Antonio de Areco</p>		
<p>Beneficiarios:</p> <p>Directos: Dueños, gerentes y empleados de hoteles, cabañas, departamentos de alquiler y otros tipos de alojamientos, agencias de viajes, establecimientos gastronómicos, guías de turismo, artesanos/as, funcionarios/as y empleados de los museos y de los organismos de turismo locales.</p> <p>Indirectos: vecinos interesados en las capacitaciones.</p>	<p>Recursos Humanos:</p> <p>Profesionales especialistas en los temas definidos de los cursos.</p> <p>Docentes especialistas en pedagogía.</p> <p>Referente de la Comisión Directiva y/o comisión temática para la validación de los cursos.</p>	
<p>Recursos materiales:</p> <p>Aula y/o espacio físico con capacidad para al menos 20 personas en los tres municipios cabecera de partido.</p> <p>Pizarrón.</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <p>Proyector y pantalla.</p> <p>Computadora.</p> <p>Sistema de audio.</p>	<p>Recursos financieros:</p> <p>Recursos con los que contaría la propia organización gestora del proyecto "Pago de Areco".</p> <p>Asimismo, en caso de que alguna persona quiera participar y se encuentre por fuera del público objetivo, se podría cobrar la matrícula del mismo.</p>

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
<p>Relevar las necesidades de capacitación de las partes interesadas en un plazo de 3 meses.</p>	<p>Listado de temas prioritarios para el diseño del programa de capacitación.</p>	<p>1. Identificar institución que realizará el relevamiento.</p> <p>2. Designar persona a cargo del mismo.</p>	<p>1. Institución legitimada en el territorio y con voluntad y recursos para realizar el relevamiento.</p> <p>2. Persona idónea, con presencia en el territorio y reconocida por los potenciales beneficiarios. Además</p>

		<p>3. Diseñar formulario para el relevamiento.</p> <p>4. Programar salida a campo.</p> <p>5. Realizar informe con la identificación de los temas prioritarios para las capacitaciones.</p>	<p>con buenas habilidades analíticas y conocimiento sobre formación superior.</p> <p>3. Crear un formulario tanto impreso como digital donde se plasmen las preguntas clave para identificar las necesidades de capacitación de los potenciales beneficiarios.</p> <p>4. Confeccionar una suerte de padrón con los potenciales beneficiarios, donde se indique su rubro, ubicación y medios de contacto para poder planificar y coordinar dentro del plazo establecido una visita para entrevistarlos, teniendo la posibilidad de realizarlo de forma virtual con quienes no se alcance a abordar.</p> <p>5. Realizar un informe con el análisis de las entrevistas realizadas y la definición de los temas prioritarios de capacitación.</p>
<p>Firmar convenios marco orientados al diseño de instancias de formación técnico-profesional con actores clave en un plazo de 6 meses.</p>	<p>Lograr el acompañamiento, asistencia técnica e implementación de las capacitaciones por parte de aliados estratégicos.</p>	<p>1. Indagar potenciales aliados estratégicos para el desarrollo de instancias de capacitación customizadas según las necesidades del Plan Estratégico.</p> <p>2. Realizar reuniones sectoriales para indagar la</p>	<p>1. Confeccionar un informe sobre las instituciones identificadas como posibles aliadas del presente programa. Por cada institución se desarrollará la siguiente información:</p> <p>- Nombre.</p>

		<p>posibilidad de desarrollar proyectos conjuntos.</p> <p>3. Firma de convenio marco.</p> <p>4. Programación de instancias de trabajo conjunto.</p>	<p>- Persona responsable.</p> <p>- Información de contacto.</p> <p>- Breve reseña.</p> <p>- Tema en el que se especializa.</p> <p>- Experiencias de formación realizadas tanto en el pasado como en la actualidad.</p> <p>- Interés en participar en este tipo de proyectos.</p> <p>2. Preparar contenido para la promoción y difusión del programa.</p> <p>3. Convocar a reuniones con las instituciones identificadas para presentarles el programa y proponer la firma de convenio marco para el desarrollo e implementación de cursos de capacitación.</p> <p>4. Concretar la firma de los convenios.</p> <p>5. Acordar agenda de trabajo con las instituciones que suscriban el convenio.</p>
<p>Diseño de contenido teórico y pedagógico de al menos 2 cursos de capacitación por eje temático en un plazo de 9 meses, los</p>	<p>Cursos de capacitación del primer ciclo de cursos preparados y listos para su dictado.</p>	<p>1. Definir los temas prioritarios para las primeras capacitaciones.</p> <p>2. Realizar una convocatoria de especialistas y docentes para el diseño de los cursos.</p>	<p>1. Reunión comisión temática específica. Técnicas como encuestas a prestadores, lluvia de ideas y/o análisis FODA. Validación de las definiciones en Comisión Directiva.</p> <p>2. Formulario de Google. Difusión en redes</p>

<p>cuáles corresponderán al primer ciclo de capacitaciones del Pago de Areco.</p>		<p>3. Selección y contratación de los especialistas.</p> <p>4. Armado y presentación de la propuesta de capacitación.</p> <p>5. Revisión y validación de la misma.</p>	<p>sociales, web, instituciones de formación y de profesionales.</p> <p>3. Contrastación de antecedentes y experiencia de los/as postulados/as.</p> <p>4. A criterio de los especialistas contratados.</p> <p>5. Discusión en el marco de la Comisión Directiva, o bien, la comisión temática.</p>
<p>Diseño de contenido teórico y pedagógico de al menos otros 2 cursos de capacitación por eje temático en un plazo de 15 meses, los cuáles corresponderán al segundo ciclo de capacitaciones del Pago de Areco.</p>	<p>Cursos de capacitación del segundo ciclo de cursos preparados y listos para su dictado.</p>	<p>1. Definir los temas prioritarios para las primeras capacitaciones.</p> <p>2. Realizar una convocatoria de especialistas y docentes para el diseño de los cursos.</p> <p>3. Selección y contratación de los especialistas.</p> <p>4. Armado y presentación de la propuesta de capacitación.</p> <p>5. Revisión y validación de la misma.</p>	<p>1. Reunión comisión temática específica. Técnicas como encuestas a prestadores, lluvia de ideas y/o análisis FODA. Validación de las definiciones en Comisión Directiva.</p> <p>2. Formulario de Google. Difusión en redes sociales, web, instituciones de formación y de profesionales.</p> <p>3. Contrastación de antecedentes y experiencia de los/as postulados/as.</p> <p>4. A criterio de los especialistas contratados.</p> <p>5. Discusión en el marco de la Comisión Directiva, o bien, la comisión temática.</p>

<p>Dictado del primer ciclo de capacitaciones del Pago de Areco en un plazo de 15 meses.</p>	<p>Porcentaje a definir de Trabajadores/as y personal jerárquico vinculados a la actividad turística del Pago de Areco capacitados en los temas considerados como prioritarios.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de las capacitaciones a realizar. 2. Inscripciones. 3. Dictado de los cursos. 4. Entrega de certificados. 5. Evaluación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. A través de los miembros de la Comisión Directiva (cada uno por sus canales). Difusión en medios locales. 2. Formulario de google. 3. A criterio de los capacitadores. 4. Formato digital. 5. Se amplía en el último punto del presente cuadro.
<p>Dictado del segundo ciclo de capacitaciones del Pago de Areco en un plazo de 21 meses.</p>	<p>Porcentaje a definir de Trabajadores/as y personal jerárquico vinculados a la actividad turística del Pago de Areco capacitados en los temas considerados como prioritarios.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de las capacitaciones a realizar. 2. Inscripciones. 3. Dictado de los cursos. 4. Entrega de certificados. 5. Evaluación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. A través de los miembros de la Comisión Directiva (cada uno por sus canales). Difusión en medios locales. 2. Formulario de google. 3. A criterio de los capacitadores. 4. Formato digital. 5. Se amplía en el último punto del presente cuadro.
<p>Evaluar los resultados del primer ciclo de capacitaciones en un plazo de 21 meses.</p>	<p>Informe de cumplimiento de objetivos de las capacitaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inducción a capacitadores sobre el objetivo del proyecto "Pago de Areco". 2. Solicitud informe de evaluación sobre el desempeño de los participantes del curso y el cumplimiento de los objetivos de la propia capacitación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Charla al momento de la contratación de los/as especialistas. 2. En formato digital. 3. Referente de la Comisión Directiva y/o de la comisión temática a cargo de análisis y validación.

		3. Análisis y validación del informe.	
Evaluar los resultados del segundo ciclo de capacitaciones en un plazo de 24 meses.	Informe de cumplimiento de objetivos de las capacitaciones.	<p>1. Inducción a capacitadores sobre el objetivo del proyecto "Pago de Areco".</p> <p>2. Solicitud informe de evaluación sobre el desempeño de los participantes del curso y el cumplimiento de los objetivos de la propia capacitación.</p> <p>3. Análisis y validación del informe.</p>	<p>1. Charla al momento de la contratación de los/as especialistas.</p> <p>2. En formato digital.</p> <p>3. Referente de la Comisión Directiva y/o de la comisión temática a cargo de análisis y validación.</p>

Tabla 37: Proyecto ejecutivo - Ecobono sustentable Pago de Areco

Ecobono sustentable Pago de Areco	
Proyecto público	Responsable del proyecto: Secretaría de turismo de los tres municipios
Marco Institucional: Municipalidad de San Andrés de Giles; San Antonio de Areco y Carmen de Areco.	

Descripción:

El ecobono es un instrumento financiero destinado a fomentar prácticas con impactos positivos para el medioambiente por parte de los prestadores turísticos. Su implementación consiste en descuentos fiscales para aquellos prestadores que acrediten determinadas prácticas sustentables.

Fundamentación:

La implementación de un ecobono turístico se justifica en virtud de promover prácticas sostenibles y responsables en el sector del turismo. El turismo, si bien es una fuente importante de ingresos económicos, a menudo conlleva impactos ambientales y sociales significativos. Un ecobono turístico ofrece una estrategia financiera efectiva para contrarrestar estos efectos negativos, incentivando con descuentos fiscales proyectos específicos que contribuyan a la conservación del medio ambiente, minimizar el impacto ambiental y el desarrollo de iniciativas que fomenten la sostenibilidad.

Objetivo general:

Canalizar fondos fiscales hacia proyectos y acciones específicas por parte de los prestadores turísticos, para minimizar el impacto ambiental a través de la gestión responsable de residuos, la energía renovable, el transporte no contaminante y la concientización.

Objetivos específicos:

- Jerarquizar el entramado empresarial a partir de la implementación de acciones que permitan posicionar a la oferta como "sustentable" por parte de los turistas.
- Concientizar a los prestadores turísticos acerca de buenas prácticas ambientales (contempladas o no en los ecobonos) , a partir de la difusión de cursos, talleres y programas especializados.
- Promover la implementación de prácticas sustentables en el destino a través de incentivos fiscales.

Ubicación Espacial:

Pago de Areco (administración de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San

Antonio de Areco.		
Beneficiarios: Prestadores turísticos adheridos.	Recursos Humanos: 5: Administrativo: 1 persona encargada de recolectar prestadores adheridos, distribuir información y asesorar sobre consultas. Difusión y promoción: 1 persona encargada del manejo en redes sociales. Gestión: 1 persona por municipio encargada de llevar la contabilidad, acreditación de ecobonos y actualización.	
Recursos materiales: municipales (eventualmente composteras estandarizadas para prestadores que deseen adherir).	Recursos técnicos: participación en mecanismos públicos-privados vinculados al turismo, plataforma digital (gratuita) para el seguimiento y administración.	Recursos financieros: descontados de las tasas e impuestos municipales.

Tabla 38: Proyecto ejecutivo - Asociación Privada Pago de Areco

Asociación Privada Pago de Areco	
Área/s a la/s que pertenece: Sector privado	Responsable del proyecto: Sector público como aglomerador para el liderazgo del sector privado, a partir de las instituciones privadas existentes en las 3 localidades

<p>Marco Institucional:</p> <p>Normativa privada de asociativismo, instituciones privadas preexistentes</p>	

<p>Descripción:</p> <p>Se propone la conformación de una organización que nucleee a los actores turísticos privados de los 3 municipios del Pago, a fin de consolidar un espacio de diálogo y consenso para actuaciones en común en pos del desarrollo y la promoción integrada de la región, facilitando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) la captación de inversiones y fondos para el desarrollo y la promoción turística de la región, 2) la competitividad de las empresas y emprendimientos asociados, 3) la promoción de productos diversificados que posibiliten mayores estadias y segmentos de público, 4) la capacitación del talento humano, 5) la puesta en valor y protección del patrimonio cultural y natural de la región y 6) la participación activa en los ámbitos de toma de decisión que afectan a la actividad turística de la región. <p>Asimismo, la organización puede ser responsable de la ejecución de proyectos de carácter público-privado o de impacto regional impulsados por el sector público.</p> <p>Para ello se propone la conformación de una Asociación, con participación directa, y cuotas diferenciadas de membresía según las personerías jurídicas y de personas físicas como principal medio de financiamiento junto con otros fondos que pueda conseguir mediante gestiones, sin dependencia de organismos públicos municipales, regionales y/o nacionales; con un staff ejecutivo permanente profesional que lleve adelante la gestión y los proyectos priorizados.</p>	
<p>Fundamentación:</p> <p>El mapa de actores de los 3 destinos de la Región muestra un mayor desarrollo del sector privado de San Antonio de Areco. Para lograr un plan integrado del Pago de Areco, es preciso impulsar y fomentar, por un lado, los emprendimientos privados en</p>	

los otros dos destinos, y por el otro, la existencia de un instrumento formalizado de cohesión, integración y consenso entre esos actores pertenecientes a los 3 municipios.

Las entrevistas en profundidad realizadas durante el proyecto del presente Plan muestra la disposición y el consenso general ante la posibilidad y necesidad de trabajar en conjunto para el desarrollo de productos y circuitos integrados en el Pago, a partir del reconocimiento de valores, recursos y atractivos en común más allá de la diferenciación que distingue a cada uno.

Los instrumentos de cooperación y asociación privadas han demostrado ser eficaces en sectores que nuclean a las pymes, como es el caso del turismo. Asimismo, resultan más fáciles de materiales que sus contrapartes públicas o públicas-privadas cuando contemplan diversos territorios administrativos, en cuyos casos el consenso en torno a una institucionalidad regional puede resultar más difícil por los intereses políticos partidarios, y quedan supeditados a la maduración de sus participantes. En cualquier caso, la existencia de una Asociación privada que nucleee al sector privado bajo el paraguas de la marca de la Región puede considerarse el primer paso de experiencias de gestión de proyectos de desarrollo territoriales y espacios de viabilización de la comercializados de productos integrados que eventualmente evolucionen hacia formas mixtas de co-gestión.

Un antecedente exitoso de este tipo de organización regional privada es Margaret River Association, en West Australia; por su parte, San Antonio de Areco cuenta con instituciones privadas sectoriales que pueden liderar el proyecto por contar con experiencia en temas asociativos.

Objetivo general:

- Crear una organización jurídica que nucleee a los actores turísticos privados de los 3 municipios del Pago, que represente los intereses comunes del sector privado de la región y contribuya al desarrollo y promoción del turismo en el Pago de Areco

Objetivos específicos:

- Generar espacios de intercambio de experiencias y puesta en común de objetivos para el desarrollo turístico del Pago de Areco
- Promover e incentivar la asociación del sector privado vinculado con la actividad turística en las 3 localidades a través de experiencias y/o proyectos pequeños que funcionen como antecedentes y casos de estudio
- Instrumentar un mecanismo que permita aunar las voluntades del sector privado vinculado con el turismo de los 3 municipios para facilitar la implementación de proyectos integrados en el territorio, la diversificación de productos, la capacitación

del talento humano y la consecución de condiciones de competitividad turística para las empresas y emprendimientos del Pago de Areco.		
<p>Ubicación Espacial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Límite/s: municipios de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San Antonio de Areco ● Zona: Pago de Areco ● Población: aproximadamente 300 emprendedores y empresas vinculadas con la actividad turística 		
<p>Beneficiarios:</p> <p>Los beneficiarios directos son los emprendedores (turísticos, artesanos, productores, prestadores de servicios, cooperativas) y las empresas vinculadas con las actividades recreativas y turísticas de los 3 municipios del Pago de Areco</p> <p>Los beneficios indirectos son las comunidades de los 3 municipios</p>	<p>Recursos Humanos:</p> <p>empresarios y emprendedores, talento humano de las asociaciones privadas existentes</p>	
<p>Recursos materiales:</p> <p>espacios físicos para la realización de reuniones, convocatorias, encuentros, y actividades</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <p>al menos 1 profesional ejecutivo en la primera etapa, 2 juniors en la etapa de crecimiento, 2 profesionales adicionales en la etapa de consolidación</p>	<p>Recursos financieros:</p> <p>provistos por las cuotas societarias</p>

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
• lograr aumentar la participación privada turística	• 30% más de emprendimientos / empresas	• identificación y compromiso de actores líderes de	• talleres y locales y regionales con

<p>de los municipios de San Andrés de Giles y Carmen de Areco en un 30% para el primer semestre de 2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • al menos 4 encuentros anuales entre los actores del sector privado de cada municipio, y al menos 4 encuentros anuales entre los actores del sector privado de los 3 municipios, con agendas de trabajo y compromisos • 3 proyectos de pequeña envergadura como antecedentes a la conformación de la asociación, involucrando privados de al menos 2 municipios del Pago de Areco durante el 2024 • conformar una asociación integrada por emprendimientos y empresas del sector privado, bajo las diferentes formas jurídicas existentes, de los 3 municipios que conforman el 	<p>privadas vinculadas con la actividad turística en los municipios de San Andrés de Giles y Carmen de Areco</p> <ul style="list-style-type: none"> • un sector privado vinculado con la actividad turística consolidado grupalmente en cada municipio, y articulado de manera integrada en la región • 3 proyectos turísticos - de desarrollo , comercialización y/o promoción involucrando actores privados de más de un municipio • una asociación privada turística del Pago de Areco conformada por miembros de los 3 municipios 	<p>los 3 municipios, tanto de los destinos principales como de los pueblos rurales</p> <ul style="list-style-type: none"> • formulación de un plan de trabajo orientado al fortalecimiento de la asociatividad del sector privado en cada municipio, y entre los 3 destinos • convocatoria de actores y actividades de intercambio de experiencias con otras asociaciones / cámaras • encuentros regulares para consensuar objetivos, validar estrategias y prioridades • selección 3 proyectos como caso de estudio / experiencias piloto para ser llevados a cabo por actores privados de al menos 3 municipios • ejecución de los proyectos • asesoramiento, definición de personería jurídica y redacción del estatuto / 	<p>agendas de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • conformación jurídica / institucionalidad • gestión de 3 proyectos experimentales
--	--	--	--

<p>Pago de Areco para el primer semestre de 2025</p>		<p>constitución de la Asociación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y adquisición de sede • ampliación de miembros • selección y contratación de staff ejecutivo • selección de autoridades 	
--	--	--	--

Tabla 39: Proyecto ejecutivo - Fortalecimiento de la institucionalidad turística para las tres localidades

Fortalecimiento de la institucionalidad turística para las tres localidades	
<p>Área/s a la/s que pertenece:</p> <p>Municipios de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areco</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>A definir</p>
<p>Marco Institucional:</p> <p>Los Municipios de San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles</p>	

<p>Descripción:</p> <p>El proyecto busca fortalecer la capacidad institucional municipal del área de turismo para garantizar una gestión integrada exitosa de la región, implementando estrategias,</p>
--

medios e instrumentos para nivelar la disparidad actualmente existente en cuanto a la importancia, expertise, recursos y capacidad de gestión de las mismas.

En primer lugar, se torna necesario una jerarquización política del área de turismo, que reconozca y defina un espectro amplio de injerencias en torno al desarrollo y la promoción turística, reconocida por toda la comunidad en cuanto a su rol, su importancia y los objetivos. En segundo lugar, el fortalecimiento institucional requiere la asignación de recursos económicos y financieros que permitan optimizar la gestión, promover la actividad turística y contar con el talento humano necesario para llevar adelante las tareas inherentes a sus funciones. Finalmente, se precisa implementar un programa de formación intraregional integrado y específico para cada destino para que la institucionalidad pública de turismo cuente con legitimidad y esté en condiciones de liderar las complejidades del desarrollo regional con impacto en la mejora de la calidad de vida y la actividad turística local municipal.

Por supuesto que se considera una nivelación paulatina considerando la situación inicial de desarrollo turístico no parejo existente en el Pago.

Fundamentación:

Una de las principales problemáticas detectadas es la disparidad de desarrollo y posicionamiento turístico entre San Antonio de Areco, más competitivo y de mayor nivel, con respecto a Carmen de Areco y San Andrés de Giles. Esta diferencia se repica, naturalmente, en el nivel de madurez alcanzado por sus respectivas áreas de turismo, estando las que corresponden a los últimos dos destinos muy atrasadas en cuanto a recursos, herramientas de gestión y ámbitos de injerencia. Mientras que el primero considera una estructura, injerencia y talentos que contemplan la gestión eficiente del turismo, en los restantes las áreas están relegadas a meras oficinas de informes sin medios ni instrumentos para llevar adelante la transformación territorial que se requiere para un desarrollo turístico sostenible, incluso, justo e integrado.

Para lograr un plan turístico exitoso, es preciso equilibrar estas diferencias, fortaleciendo institucionalmente a cada área en aquellos aspectos más relevantes que permitan garantizar llevar a cabo con éxito los proyectos territoriales integrados.

Se torna imposible pensar la búsqueda de financiamiento para proyectos, la ejecución con calidad sostenida y pareja en todo el territorio a nivel de circuitos, productos, experiencias y eventos turísticos, tanto públicos como privados, y el posicionamiento del Pago de Areco en su totalidad sin pensar en fortalecer el talento, los recursos económicos y financieros, y la injerencia de las áreas de turismo que son las que impulsan los mismos.

<p>Objetivo general:</p> <p>Fortalecer institucionalmente las áreas de turismo de los tres municipios para contar con el liderazgo público requerido para la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico del Pago de Areco con éxito.</p>	
<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jerarquizar políticamente las áreas de turismo de los tres destinos turístico para que cuenten con los recursos y medios necesarios para la gestión exitosa del Plan de Turismo del Pago de Areco • otorgar presupuesto acorde para llevar adelante las estrategias y proyectos mínimos requeridos para una gestión exitosa de turismo • capacitar al talento humano vinculado con la gestión pública del turismo para otorgarle competitividad y eficiencia al desarrollo y la promoción turística • promover la articulación y la transferencia de know-how / conocimiento entre las tres áreas de turismo de los destinos que conforman el Pago de Areco 	
<p>Ubicación Espacial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Límite/s: Pago de Areco (intendencias de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areo) ● Zona: Pago de Areco (intendencias de San Antonio de Areco, San Andrés de Giles y Carmen de Areo) 	
<p>Beneficiarios:</p> <p>Aquellos para los cuales está expresamente concebido el proyecto (población objetivo) y aquellos beneficios por influencia o transferencia.</p> <p>Se trata de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • personas de las áreas municipales de turismo de las tres localidades, y los 	<p>Recursos Humanos:</p> <p>Talento humano local (a incorporarse en los municipios de San Andrés de Giles y Carmen de Areco), talento humano capacitador</p>

<p>correspondientes coordinadores o figuras similares existentes en los pueblos rurales</p> <ul style="list-style-type: none"> • las comunidades locales del Pago de Areco, emprendedores, inversores, empresarios, artesanos y productores de productos regionales, turistas y visitantes en general 		
<p>Recursos materiales:</p> <p>Los existentes municipales</p>	<p>Recursos técnicos:</p> <p>Participación en mecanismos públicos-privados vinculados al turismo, líneas de financiamiento de fortalecimiento institucional general y turístico, ordenanzas municipales, presupuestación operativa anual (POA), Plan de Desarrollo Turístico del Pago de Areco de Interés municipal en los 3 Consejos Deliberantes de los municipios</p>	<p>Recursos financieros:</p> <p>fondos municipales y líneas de fortalecimiento institucional local de diversas organizaciones</p>

Meta	Resultado	Actividades y Tareas	Métodos y Técnicas
<ul style="list-style-type: none"> • Las 3 áreas de turismo jerarquizadas con recursos económicos anuales asignados, talento humano formado y competitivo, y designación similar en las estructuras 	<ul style="list-style-type: none"> • Las 3 áreas de turismo con presupuesto anual asignado • Funciones e injerencias similares entre las 3 áreas de turismo, formalizado en la plantilla municipal 	<ul style="list-style-type: none"> • Jerarquización municipal de las áreas de turismo con reconocimiento institucional • Elaboración de presupuesto operativo anual y asignación 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en mecanismos públicos-privados vinculados al turismo • Obtención de líneas de financiamiento de fortalecimiento institucional general y turístico

<p>organizacionales municipales para inicios de 2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% personal formado y capacitado en turismo, con cursos anuales sobre gestión, promoción y desarrollo turístico para fines 2024 • 4 encuentros anuales de intercambio de experiencias y transferencia de conocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Talento humano disponible, formado y capacitado que garantice el cumplimiento de las funciones, el liderazgo de los programas y la gestión del desarrollo turístico más allá de la sensibilización a la comunidad y la información al visitante • Capacidad y talento similar en las áreas de turismo de las 3 localidades 	<p>presupuestaria anual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de capacitación en gestión turística pública local y regional que incluya diseño de productos y experiencias, marketing, comercialización del destino, gobernanza, sostenibilidad, calidad, innovación, estadísticas y manejo de data, marketing y marketing digital, tendencias, entre otros • Diseño y ejecución de talleres de intercambio de experiencias entre las 3 áreas de turismo municipales • Participación en programas de fortalecimiento institucional turístico para destinos locales provinciales, nacionales, regionales e internacionales • Reuniones bimensuales de las áreas municipales con las comisiones de turismo de los Consejos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanzas municipales con designación de áreas, funciones y partidas presupuestarias coincidentes / en sintonía entre los 3 destinos turísticos del Pago • Presupuestación operativa anual (POA) • Declaración del Plan de Desarrollo Turístico del Pago de Areco de Interés municipal en los 3 Consejos Deliberantes de los municipios • Reuniones
---	---	--	---

		<p>Deliberantes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuentros de intercambio entre las comisiones de turismo de los Consejos Deliberantes 	
--	--	--	--

Tabla 40: Proyecto ejecutivo - Fortalecimiento de la institucionalidad turística para las tres localidades

Programa de Desarrollo Local turístico	
<p>Proyecto público-privado</p>	<p>Responsable del proyecto:</p> <p>Responsables de las áreas de turismo locales, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones empresariales turísticas.</p>
<p>Marco Institucional:</p> <p>Los municipios del Pago, la Universidad Nacional de San Antonio de Areco, la provincia de Buenos Aires, el CONICET, la autoridad máxima de turismo nacional, la CAT, CAME, y otras instituciones tanto municipales, provinciales, nacionales, como no gubernamentales que intervienen en el Proyecto</p>	

<p>Descripción:</p> <p>El presente proyecto se propone en relación a la necesidad de impulsar y desarrollar herramientas e instrumentos para el desarrollo turístico de la región en clave de Desarrollo Local, con la mirada puesta en la articulación entre la cadena de valor turístico con productos, emprendedores y otras actividades de cada destino.</p>

Fundamentación:

A la hora de impulsar el desarrollo de una determinada zona, históricamente se había puesto la mirada en la inversión externa o en las soluciones y acciones provenientes de instituciones alejadas del marco local. Desde hace algunos años ha aparecido como complemento de las políticas tradicionales de desarrollo un nuevo enfoque basado en el aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas.

Desarrollo local, construcción de capital social. Nos basaremos en la definición propuesta por Barreiro (2000) concepto que se refiere a las normas, redes y organizaciones con las que la gente accede al poder y a los recursos, y a través de los cuales se toman decisiones colectivas y se formulan las políticas.

Podemos referirnos al capital social como “asociaciones horizontales” entre la gente y las redes sociales de compromiso cívico y normas colectivas que tiene efectos en la productividad de la comunidad.

El objetivo de fondo de los procesos de desarrollo local es la construcción del capital social. Para poseer capital social una persona o una organización debe relacionarse con otra. No es propiedad de ninguno de los actores que se benefician de él, sólo existe cuando se comparte.

Objetivo general:

Desarrollo de acciones orientadas al Desarrollo Local en los municipios integrantes de la región, de manera articulada y orientada a la actividad turística.

Objetivos específicos:

Generaciones de programas de apoyo para el estímulo a la creación de huertas comunitarias y locales para proveer de alimentos de producción local a la cadena de valor turístico.

- Estímulo a la producción local de equipamiento para hoteles, restaurantes, etc. Esta acción se acompaña con el estímulo y acompañamiento para que en los municipios se generen ordenanzas de “compre local” donde a menor o igual precio los emprendimientos turísticos de los destinos deban comprar a proveedores locales.
- Apoyo para la creación de sistemas de vouchers gastronómicos estímulo al consumo en diversos emprendimientos gastronómicos.

<ul style="list-style-type: none"> ● Fomento, acompañamiento, financiamiento y apoyo para el desarrollo de Mercados de cercanía, paseos de artesanos, paseos de compra, etc. Con curaduría de productos locales y/o con denominación de origen. ● Apoyo para la transformación turística de emprendimientos productivos locales, mediante acompañamiento para construcción de productos turísticos, etc. 		
<p>Ubicación Espacial: Pago de Areco (administración de San Andrés de Giles, Carmen de Areco y San Antonio de Areco.</p>		
<p>Beneficiarios: Prestadores turísticos, productores locales, emprendedores de distintos rubros y la comunidad en general</p>	<p>Recursos Humanos: Se podrá implementar con recursos humanos provistos por los organismos públicos de turismo con el aporte del sector privado</p>	
<p>Recursos materiales: Según cada proyecto. Ver en proyecto ejecutivo</p>	<p>Recursos técnicos: Profesionales especializados en desarrollo local. Se sugiere en tal sentido la articulación con el sector académico</p>	<p>Recursos financieros: A cotizar según cada proyecto. Ver detalle en proyecto ejecutivo.</p>

Actividades y tareas	Metas	Resultados	Métodos y Técnicas
Realizar un mapeo de la producción local de agroalimentos, alimentos orgánicos,	Contar con un mapa de producción en un plazo de al menos 3 meses	Mapa de la producción regional	Consultas, relevamientos.

productos artesanales, comida artesanal			
Realizar en conjunto con concejales locales de los tres partidos, de una ordenanza de compra local	Contar con una ordenanza de compra local promulgada en cada partido	Ordenanza en vigencia	Reuniones con concejales de los tres partidos Diseño de un modelo de ordenanza unificado
Sensibilización de prestadores turísticos locales de los tres partidos	Realización de al menos 3 reuniones con integrantes de la cadena de valor turístico	Prestadores alineados con la idea de utilizar productos locales a igual o mejor precio	Convocatoria a las reuniones, firma de compromisos
Montaje y puesta en funcionamiento de plataforma Marketplace local	Contar con una plataforma unificada de comercialización y venta de productos locales	Contar con la plataforma marketplace estimular operaciones comerciales	Mapeo de posibles participantes, diseño de la plataforma y puesta en funcionamiento, inclusión de sistema de E-commerce
Diseño de un sistema de sistemas de vouchers gastronómicos para comercializar e impulsar el consumo de productos locales	Contar con voucher (digitales) para ser entregados a turistas y contar con ventas mediante este sistema	Un sistema de voucher consolidado. Impulso a la compra de productos locales por parte de los turistas	Diseño del voucher electrónico, adhesión de prestadores y productores, colocación de identificación en los puntos de venta, diseño de un sistema de promoción y entrega de los mismos por parte de las oficinas de

			turismo locales.
Construcción de un proyecto para el desarrollo de un mercado de cercanía con fuerte identidad turística	Generar un proyecto unificado, buscar financiamiento	Contar con un Mercado de Cercanía	Diseño del proyecto Definición del espacio de locación Cálculo de costos Búsqueda de financiamientos

Rueda de marca

Diagnóstico

Dónde estábamos:

Carmen de Areco, San Antonio de Areco y San Andrés de Gilles se unieron para el desarrollo de un plan estratégico que tiene como objetivo impulsar el turismo con un desarrollo unificado, fortaleciendo al mismo tiempo el arraigo, el empleo y la economía.

Se busca poner en valor la fuerte identidad de la región, aprovechando las similitudes sin dejar de contemplar las particularidades de cada destino.

Qué queremos lograr:

El desarrollo turístico sostenible del territorio que se adapte a las singularidades de cada destino.

Nuestra competencia:

Está dada principalmente por aquellos destinos cercanos a la ciudad de Buenos Aires, que tienen una propuesta diferente a la urbana:

- Tigre
- Luján/ Carlos Keen
- Mercedes/ Tomás Jofré
- Uribelarrea/ Cañuelas
- San Pedro
- Chascomús
- Maschwitz

Entre ellos sin embargo no hay creado un circuito unificador

Los consumidores hoy demandan...

- Escapadas de cercanía, que les permitan desconectarse del estrés cotidiano.

- Destinos accesibles, a los que puedan llegar en un clima de inestabilidad económica, grandes índices de inflación e inestabilidad política.
- Diversidad + inclusión: Destinos que sean inclusivos.
- Bienestar: Destinos con propuestas de bienestar físico/emocional. En un mundo de hiperconexión desconectarnos es un lujo.
- Volver a lo esencial
- Sustentabilidad

Rueda de marca

Target

El/los grupos de consumidores a los que vamos a destinar nuestros esfuerzos. Aquellos que por sus características son potenciales consumidores.



Imagen 88: Target

Turistas nacionales

Personas que viven en **contextos urbanos de media-alta densidad poblacional**, que **no conviven de manera habitual con entornos rurales o naturales**.

Motivados por desconectarse de la rutina y la vorágine en la que se vive en estas ciudades, las personas **buscan experiencias en contacto con la naturaleza, disfrutando de la gastronomía y cultura locales y participando de actividades recreativas**.

Dentro de los nichos se destacan **familias, parejas y grupos de motociclistas**.

Los perfiles proclives a actividades de mayor vinculación con la naturaleza, denotan mayor presencia en **Carmen de Areco**.

El motivo principal para conocer **San Antonio de Areco** está vinculado con la cultura y el patrimonio tangible e intangible, que es percibida como pintoresca y con encanto.

De los pequeños pueblos rurales, **Azcúénaga** es el que más tracciona el interés para los perfiles que buscan pueblos rurales, una experiencia gastronómica y pasar el día, seguido de Gouin y Villa Ruiz.

Turistas internacionales

El turista internacional que visita la región procede de la ciudad de Buenos Aires, principal destino y centro de distribución para atractivos en las cercanías, y suele optar por pasar el día o pernoctar entre 1 o 2 noches. Parte de ellos lo visita de manera individual, y otra como parte de tours de un día a través de agencias de viajes y operadores receptivos.

Las temáticas más atractivas están relacionadas con la **cultura gaucha**; las **actividades al aire libre** como cabalgatas y caminatas; y las **artesanías y productos regionales**, en tanto que cueros y cerámicas.

Tono

Una expresión de la personalidad de la marca. La forma en la que la marca se expresa y la inflexión aplicada a esa voz.



Imagen 89: Tono

- Tranquilo, sereno
- Orgulloso, patriota
- Sabio

- Tradicional
- Simple

Personaje

El personaje nos permite encontrar un lugar desde el cual nos paramos para expresarnos.

Nos sitúa, nos da un contexto. Nos ayuda a pensar cómo expresar una idea, y nos ubica.



Imagen 90: Personaje

El personaje es un gaucha joven, muy orgulloso de su lugar.

Cuando terminó el secundario se fue de su pueblo a estudiar a una gran ciudad, y volvió unos años después decidido a formar una familia en el lugar que lo vio crecer.

Entiende del mundo, ha vivido en la gran ciudad, ha viajado, ha conocido gente de todos lados, y sobre todas las cosas, elige su pueblo natal como su lugar en el mundo.

Fanático de las costumbres, está orgulloso de ellas, y no se cansa de invitar a quienes ha conocido a visitar su pago.

Entiende que este lugar es ideal para desconectarse, que la simpleza del estilo de vida permite valorar lo realmente importante (los afectos, la familia).

A su vez, siente que la historia, la cultura de la que de alguna forma se siente responsable de cuidar, proteger y promover las costumbres que siente hacen a este lugar único.

Hijo de gente humilde de campo, hoy con una situación económica holgada, este joven gaucha tiene un concepto de lujo vinculado con la paz, con darnos el lugar de apreciar los detalles, de detenernos en las imágenes. Siente que tiene el privilegio de poder ver su lugar con ojos de viajero y valorarlo más aún.

Valores

Los valores centrales que le dan sentido a la marca e influyen todo lo que hace.



Imagen 91: Valores

- Tradición
- Respeto por la cultura
- Arraigo
- Hospitalidad
- Autenticidad
- Honestidad

Contexto

Nos ubica en el contexto en que se desenvuelve la marca actual. Nos ayuda a que la marca no quede fuera de época, ubica el propósito con la coyuntura.



Imagen 92: Target

2023 se presenta como un año de consolidación para la industria de la hospitalidad. Las estadísticas y proyecciones indican que, a pesar del delicado momento económico e incertidumbre en el plano social, los argentinos seguirán priorizando viajar.

Con la diferencia cambiara, además, se concretan más y más viajes dentro del país.

En este sentido, se consolida la idea de viajar como valor de época. Los viajeros están concentrados en vivir el ahora, aprovechar cada oportunidad para explorar nuevos lugares o simplemente entregarse al descanso, el desarrollo personal y la transformación individual.

Arquetipo

Según Gustav Jung todas las marcas pueden ubicarse bajo el paraguas de uno de los 12 arquetipos: el mago, el sabio, el explorador, el empático (o corriente), el bufón, el héroe, el cuidador, el amante, el creador, el rebelde, el gobernador. Estos arquetipos están compuestos por símbolos, personalidad, tono y características comprensibles para todos y que nos permiten fáciles asociaciones a determinados valores. Definir el arquetipo de una marca nos ayuda a definir su estrategia comunicacional.



Imagen 93: Arquetipo

Pago de Areco es: El empático

El arquetipo del empático o el hombre corriente tiene valores tradicionales como la honestidad y el trabajo. Es auténtico y simple.

Las marcas que utilizan este arquetipo retratan una cultura familiar, sencilla.

Sus productos están pensados para un público amplio y satisfacen una demanda básica.

Comunican de forma coloquial y con mensajes simples, nada sofisticado.

Dentro del arquetipo del empático, Pago de Areco se ubica en el sub-arquetipo del Conector. Éste crea conexiones entre las personas en beneficio del grupo. Es sociable, amigable y alguien con quien es fácil relacionarse.

[Ver más sobre El Empático](#)

Razones para creer

Todo aquello que valida lo que la marca expresa.



Imagen 94: Razones para creer

- San Antonio de Areco “Cuna de la Tradición”
- Fiestas nacionales (tradición, empanadas, etc)
- Diversidad de propuestas económicas
- Cercanía de menos de 1 hora con ciudad de Buenos Aires
- Varias vías de acceso
- Oferta hotelera y gastronómica
- Cercanía de los 3 destinos entre sí
- Los tres destinos San Antonio de Areco, Carmen de Areco y San Andrés de Giles pueden recorrerse en un día, y sobre
- Todo puede disfrutarse con pocas noches de alojamiento.

Beneficios emocionales

Lo que el producto nos hace sentir.



Imagen 95: Beneficios emocionales

- Tranquilidad
- Para el turista internacional: Satisfacción por conocer más de la cultura gauchesca.
- Para el turista local: Sentido de orgullo “soy de acá, esto es nuestro”
- Seguridad
- Hospitalidad
- Desconexión

Beneficios funcionales

Relativos a los aspectos funcionales que ofrece.



Imagen 96: Beneficios funcionales

- Entorno tranquilo a una hora de Buenos Aires

- Patrimonio histórico y cultural
- Naturaleza
- Pueblos rurales
- Cercanía de los atractivos
- Eventos culturales

Propósito

No es el slogan sino la razón de ser de la marca, lo que le da sentido a la existencia de la institución.

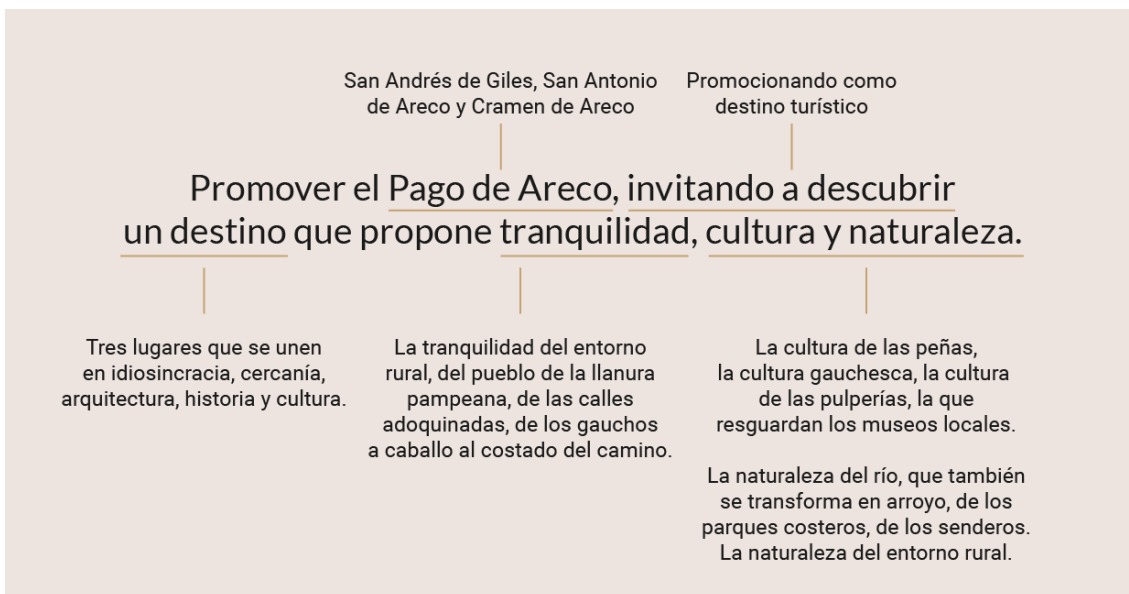


Imagen 97: Propósito de la marca

Propuestas de diseño

Propuesta #1







Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

PAGO
DE
ARECO



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

PAGO
DE
ARECO



Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.







Nombre del sitio: _____

Fecha: _____ Firma responsable: _____



Nombre del sitio: _____

Fecha: _____ Firma responsable: _____



Nombre del sitio: _____

Fecha: _____ Firma responsable: _____



Nombre del sitio: _____

Fecha: _____ Firma responsable: _____



Nombre del sitio: _____

Fecha: _____ Firma responsable: _____



Nombre del sitio: _____

Fecha: _____ Firma responsable: _____

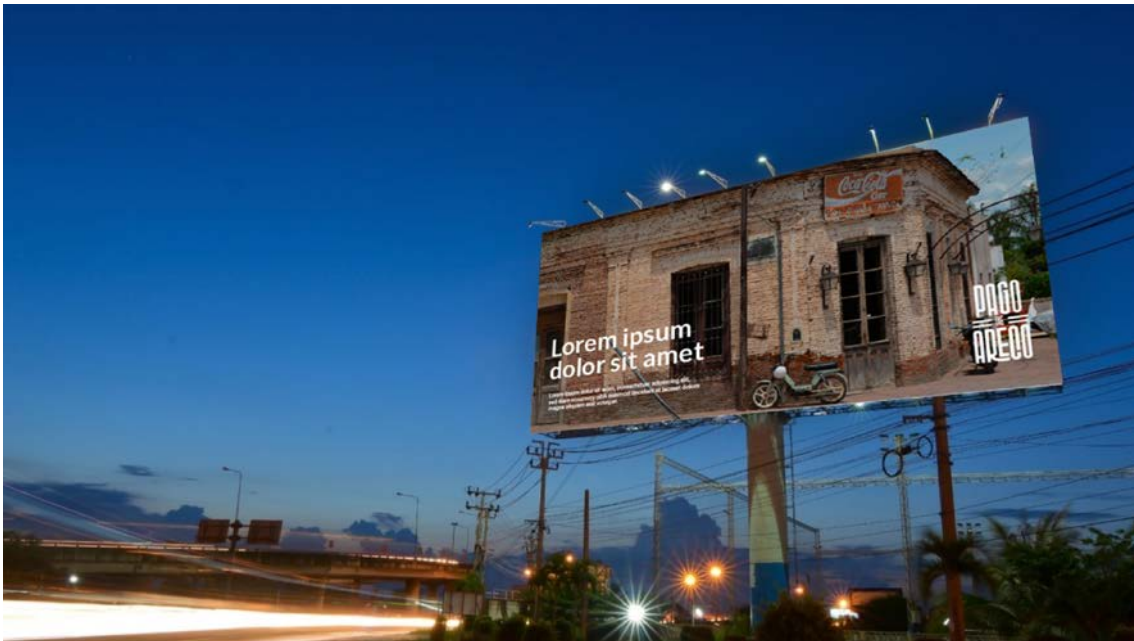
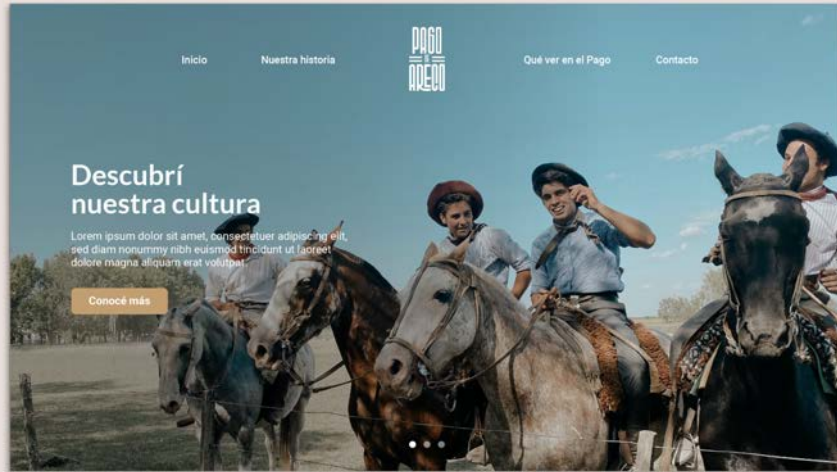
Nombre/s: _____

Apellido/s: _____

Notas visita/s desde: _____







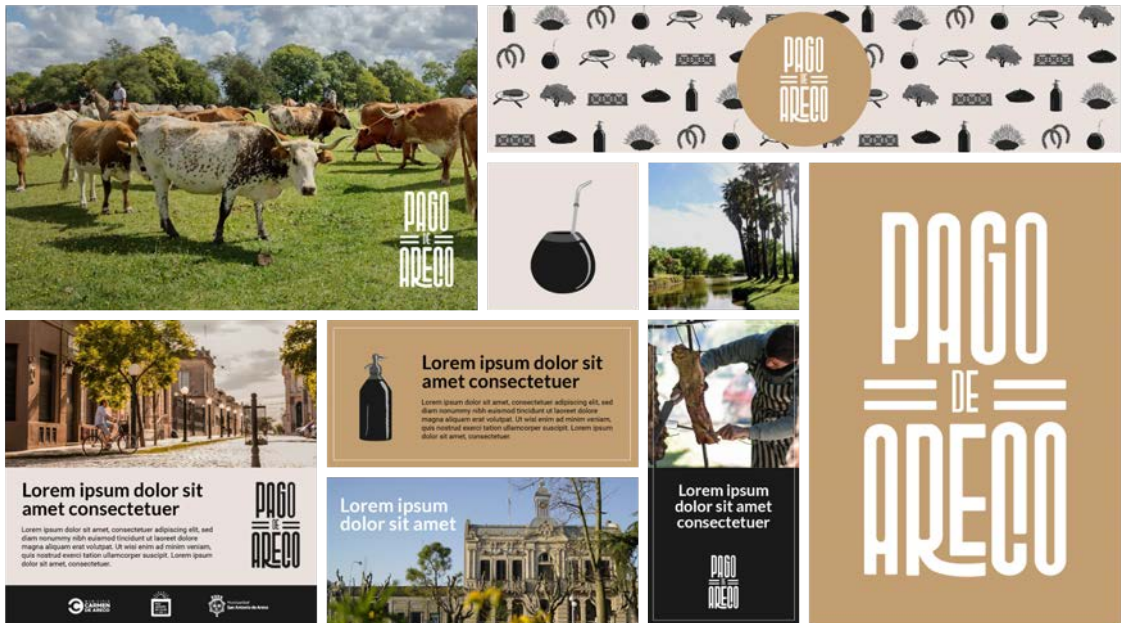


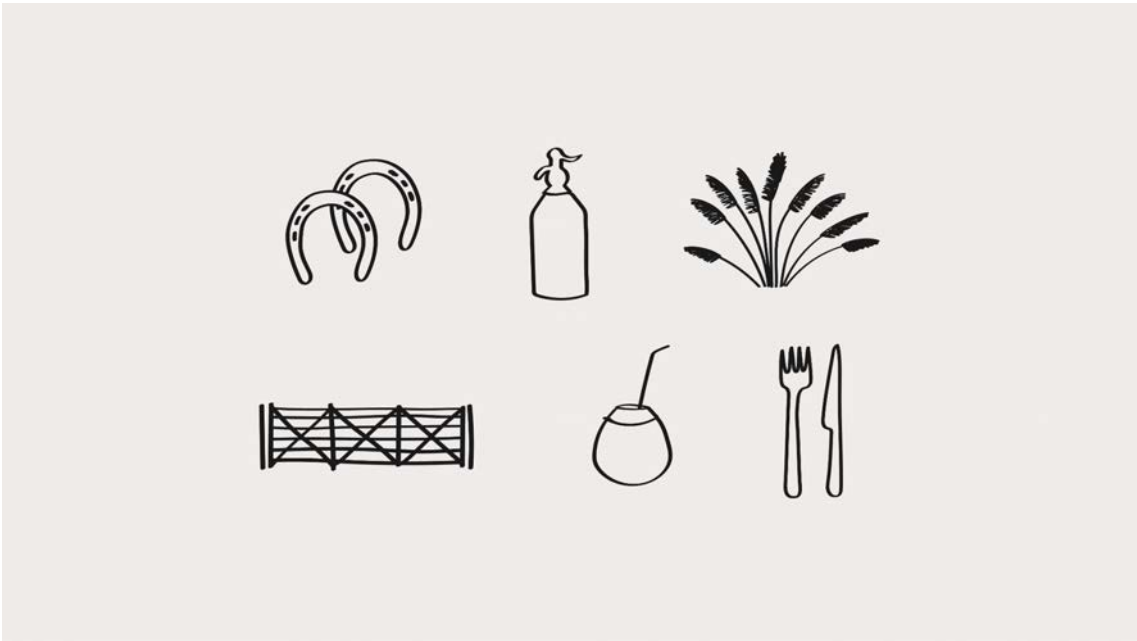
Imagen 98: Ejemplos de aplicación en Propuesta #1 de Marca de Pago de Areco

Propuesta #2



PAGO DE
ARECO

PAGO DE
ARECO



lorem ipsum
DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consete adipi scing elit, sed diam nonummy, lorem ipsum dolor sit amet, consetetuer adipis

PAGO DE ARECO



lorem ipsum
DOLOR SIT AMET



Lorem ipsum dolor sit amet, consete adipi scing elit, sed diam nonummy, lorem



Lorem ipsum dolor sit amet, consete adipi scing elit, sed diam nonummy, lorem

Lorem ipsum dolor sit amet, consete adipi scing elit, sed diam nonummy, lorem ipsum dolor sit amet, consetetuer adipis

PAGO DE ARECO




lorem ipsum
DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim sed miram vixit, quis non-trud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in.

PAGO DE ARECO



lorem ipsum
DOLOR SIT AMET

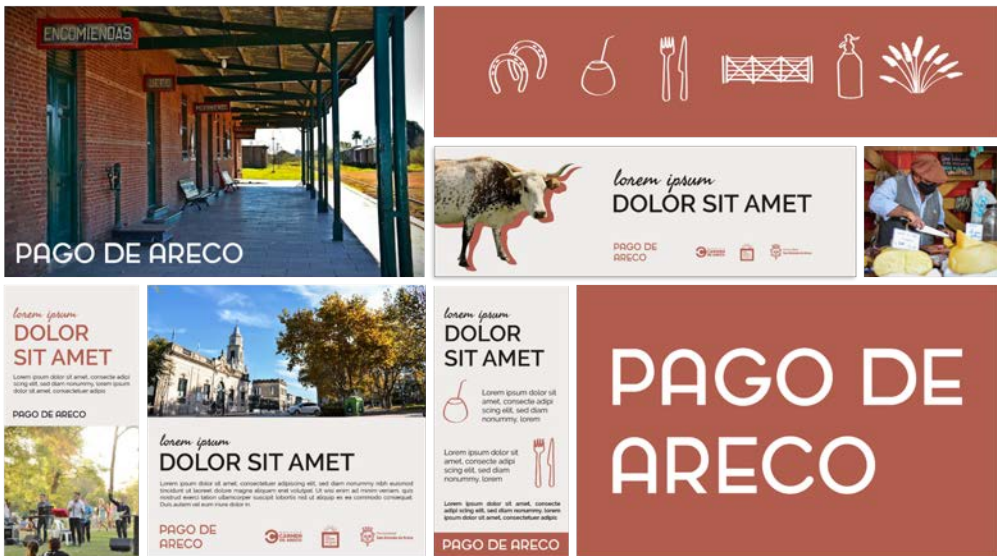


Imagen 99: Ejemplos de aplicación en Propuesta #2 de Marca de Pago de Areco

Mapa del desarrollo turístico

A partir de lo producido en la subtarea anterior, se construyó un “mapa del desarrollo turístico” deseado, incorporando la visión a futuro del desarrollo y comprendiendo las propuestas, ideas-proyecto y proyectos ejecutivos elaborados.

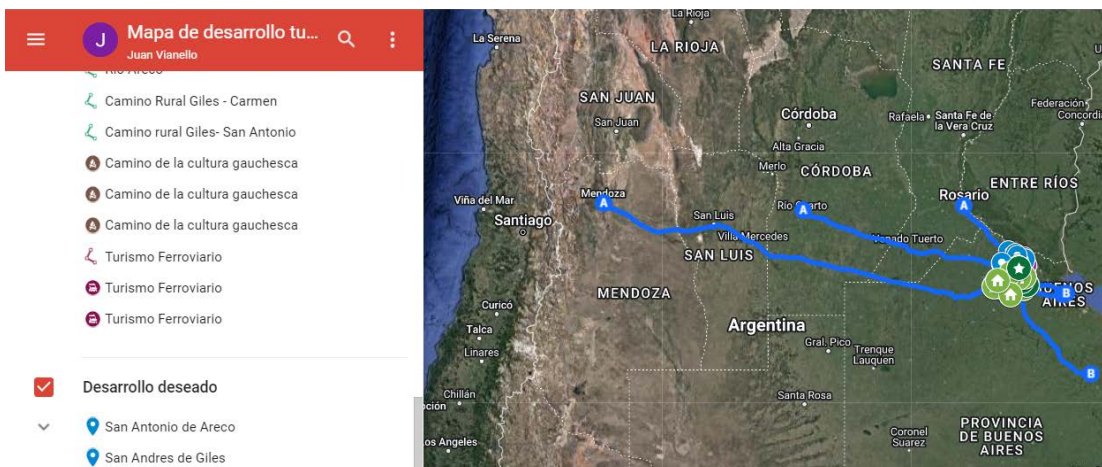


Imagen 100: Mapa de desarrollo turístico

Ver mapa del desarrollo turístico [Mapa del desarrollo turístico](#)

Guía de oportunidades para el sector turismo

Tres destinos turísticos en un radio de 100 kilómetros de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Con excelente conectividad terrestre por autopista RN 8, autopista RN 7 y vinculación mediante la autovía RP 41.

Tres destinos turísticos ubicados en la Provincia de Buenos Aires, corazón productivo de Argentina, la región con mayor desarrollo turístico del país.

Pueblos y ciudades antiguas que conservan una identidad arquitectónica colonial con un Casco Histórico protegido como en el caso de San Antonio de Areco y gran atractivo arquitectónico de sus ciudades cabecera y sus pueblos rurales. Pueblos que invitan a caminar por sus pintorescas calles empedradas, visitar talleres de artesanos que trabajan el cuero, la plata, el tejido, la cerámica o conocer una antigua pulpería.

Localidades donde el turismo se ha transformado en estos últimos años en un motor del desarrollo económico local. Con gran crecimiento de la oferta turística y amplias posibilidades de desarrollo local.

Un destino con una ubicación privilegiada. Cercano a los mercados meta más importantes del turismo interno: La Ciudad Autónoma de Buenos Aires con más de 2.800.000 habitantes que con su zona metropolitana alcanza a una población potencial de más de 13 millones de habitantes y la Ciudad de Rosario con un mercado potencial de más de 960.000 personas.

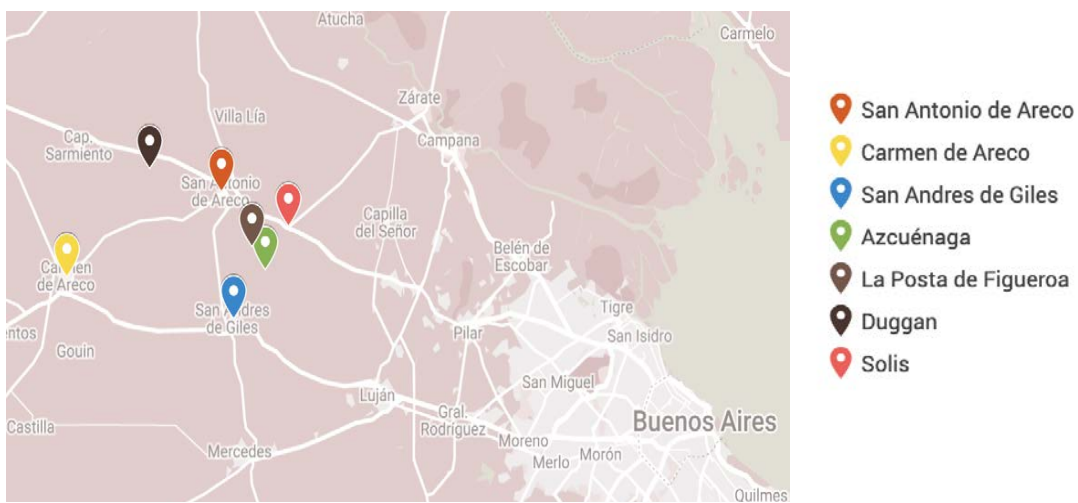


Imagen 101: Mapa localidades del Pago de Areco

Fuente: Elaboración propia

¿Por qué invertir en el Pago de Areco?

- Las posibilidades que brinda la cercanía a grandes centros emisores y a la puerta de entrada del turismo internacional (AMBA y CABA).
- El auge del turismo de cercanía, las salidas de corta duración, particularmente en destinos
- Camino habitual para turistas del interior de Argentina que visitan la Costa Atlántica de la Provincia de Buenos Aires, la región con más flujo de turistas de la Argentina.
- Un destino hospitalario, acostumbrado a recibir turistas, donde se respira un clima de mucha tranquilidad y seguridad para el turista.
- Una región que combina el turismo en áreas rurales y la vida del campo con un centro de servicios muy equipado y vida nocturna en gran parte de los días de la semana y fines de semana.
- Una gran variedad de ofertas turísticas para el visitante, que permiten traccionar a aquellos que no conocen el destino, pero también asegurar el regreso de quienes ya lo visitaron.
- Los emprendimientos turísticos funcionan todo el año.
- La curva de estacionalidad del destino es homogénea sin bajas pronunciadas.

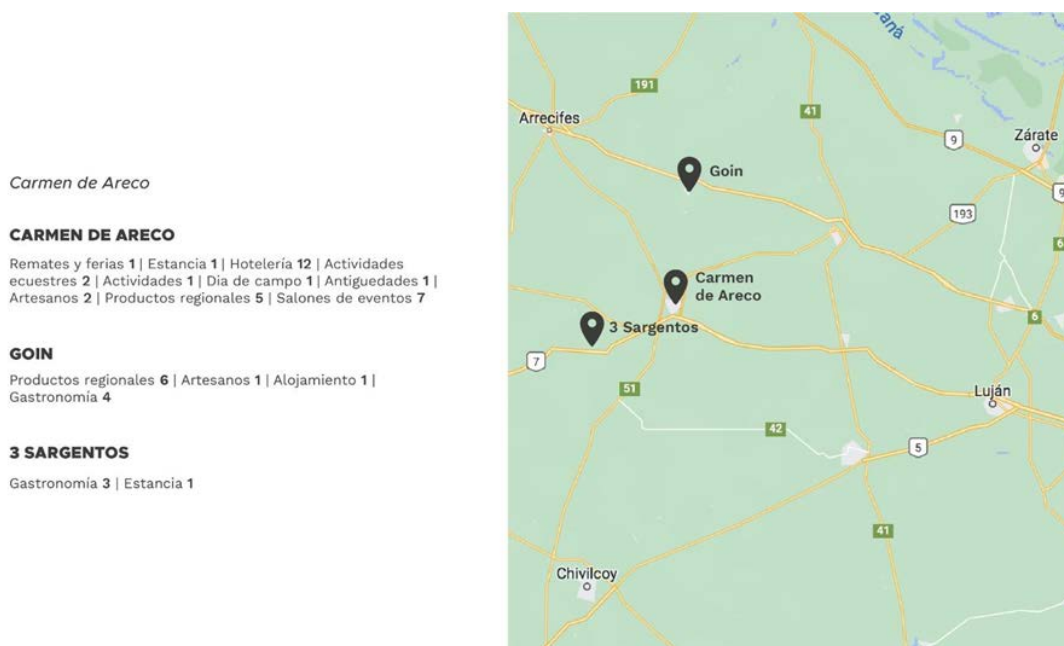


Imagen 102: Localidades y tipología de prestadores turísticos del partido de Carmen de Areco

Fuente: Elaboración propia.

San Andrés de Giles

SAN ANDRÉS DE GILES

Gastronomía 17 | Hotelería 6 | Actividades 7 | Bares 6 | Estancias 4 | Glamping 1 | Pulpería 1

VILLA RUIZ

Alojamiento 1 | Estancia 1 | Gastronomía 5

AZCUÉNAGA

Gastronomía 4 | Hotelería 1

VILLA ESPIL

Gastronomía 1

ESPORA

Glamping 1 | Gastronomía 1

SOLÍS

Estancia 1

CAMINO A VAGUES

Alojamiento 1 | Estancias 1

CUCULLÚ

Hotelería 3 | Gastronomía 1

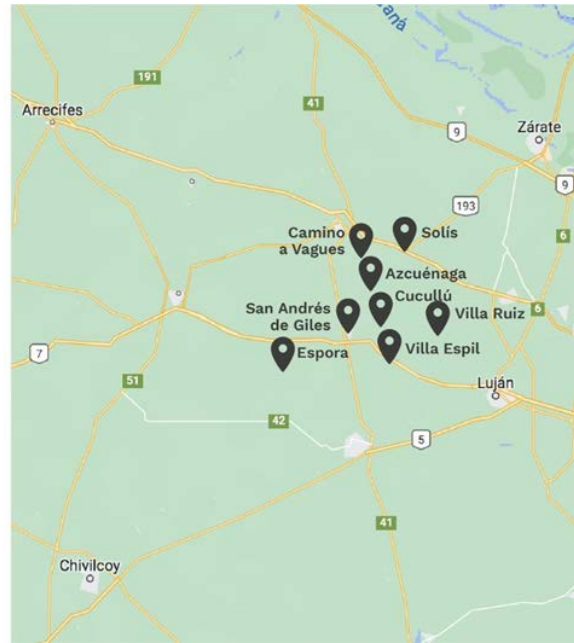


Imagen 103: Localidades y tipología de prestadores turísticos del partido de San Andrés de Giles.

Fuente: Elaboración propia.

San Antonio de Areco

SAN ANTONIO DE ARECO

Hotelería 41 | Guías de Turismo 11 | Artesanos 27 | Cabalgatas 2 | Día de campo 2 | Estancias 3 | Productos regionales 12 | Bares y cervecerías 8 | Boliches antiguos 4 | Cafetería 7 | Restaurantes 17 | Museos privados 3

VILLA LÍA

Hotelería 9 | Restaurantes 2 | Productos regionales 1 | Anticuarios 1

VAGUES

Anticuarios 1 | Hotelería 2

DUGGAN

Restaurantes 2 | Hotelería 2

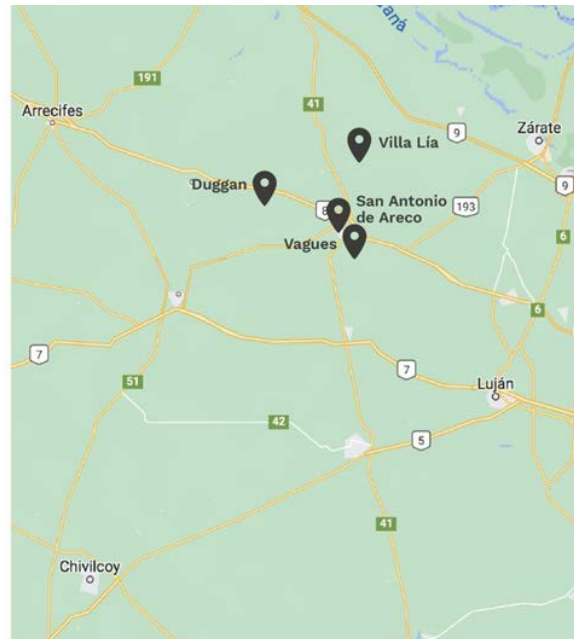


Imagen 104: Localidades y tipología de prestadores turísticos del partido de San Antonio de Areco.

Fuente: Elaboración propia.

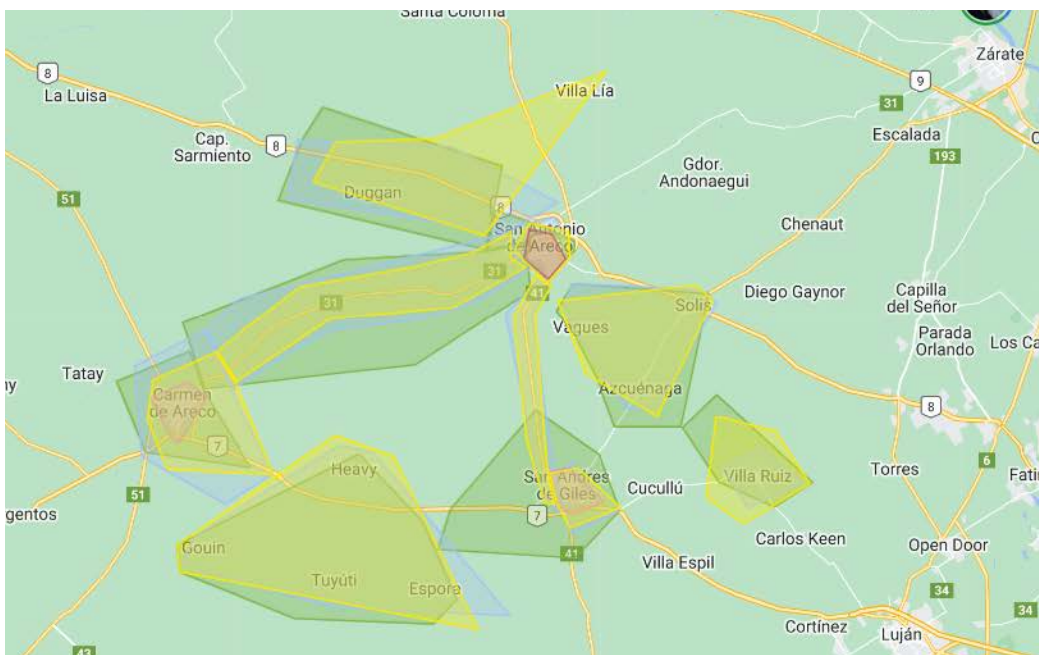


Imagen 105: Mapa de inversiones

Fuente: Elaboración propia.

Acerca de esta guía

Espacios de oportunidad

Se trata de espacios territoriales en los que se identifica potencial para la realización de inversiones turísticas. Circuitos territoriales o temáticos, corredores turísticos regionales actuales o potenciales, cuyo desarrollo turístico puede estar asociado a atractivos estratégicos culturales o de naturaleza, o a su rol como centros productores y/o porque constituyen nodos de conectividad e infraestructura con otras ciudades y destinos

Vectores de inversión

Se trata de actividades específicas vinculadas al desarrollo turístico con potencial para invertir en los espacios de oportunidad identificados, según su vocación turística.

Espacios con potencial para inversiones turísticas

[Mapa de oportunidades de inversión](#)

1.- San Antonio de Areco

Refiere específicamente a la descentralización de los espacios de desarrollo de emprendimientos turísticos hacia el Barrio Las Quintas, Barrio Don Pancho y zona de costanera del Río Areco.

2.- Ruta Provincial 31 (Entre San Antonio y Carmen)

Si bien se trata de una ruta sin asfaltar, la misma recorre y une con una distancia de 40 kilómetros a las dos localidades con una traza a orillas del Río Areco, recorriendo entre

otros atractivos naturales distintos espacios de alto valor patrimonial como El cruce de las Carretas.

Hacia el NE posee características de camino rural y luego se transforma en el camino que sirve de acceso a las dos estancias más importantes de la región: La Bamba de Areco y El Ombú de Areco.

3.- Corredor Camino Real (Vagues, Solis, Posta de Figueroa, Azcuénaga)

La antigua traza del viejo "Camino Real" permite pensar en el desarrollo de emprendimientos ligados a la historia de un hito emblemático de la historia, el Camino Real, ruta hacia el Alto Perú. Las localidades nombradas poseen un importante acervo histórico, arquitectónico y patrimonial.

4.- Corredor de la Ruta 41

Esta importante vía de conexión vincula a las localidades de San Antonio de Areco y San Andrés de Giles, su nueva infraestructura permite un recorrido seguro y rápido entre los tres destinos y a su vez se trata de la alternativa de ruta más usada por parte de turistas que viajan desde el interior del país hacia la Costa Atlántica.

5.- Corredor ferroviario Tres Sargentos – Carmen de Areco - Gouin

El ramal en cuestión ha sido puesto en funcionamiento nuevamente en el último año. De esta manera permite unir tres puntos neurálgicos del Partido de Carmen de Areco, favoreciendo a su vez la visitación de los dos pueblos rurales.

6.- Zona Ruiz

La localidad de Villa Ruiz, si bien está ubicada en el Partido de San Andrés de Giles, posee vínculo por medio de ruta asfaltada con la localidad de Carlos Keen en el Partido de Luján. El desarrollo de esta última localidad ha extendido sus nuevos pobladores y emprendimientos hacia la localidad de Villa Ruiz.

7.- Carmen de Areco

Esta localidad hoy por hoy posee facilidad de acceso por autopista desde la Ciudad de Buenos Aires, un balneario reconocido y mediante la puesta en valor turístico de su patrimonio, su identidad y otros componentes detallados en el Plan, podría transformarse en un destino turístico de cercanía de alto valor a futuro.

8.- San Andrés de Giles

La localidad cabecera del Partido cuenta con gran riqueza patrimonial, histórica y cultural. Su acceso por autopista desde CABA y Luján, su vinculación con San Antonio de Areco por la Ruta 41, posiblemente pueda convertirse en un gran centro de servicios turísticos, así como un punto de partida para el contacto con los pueblos rurales de la región. A su vez cuenta con pueblos cercanos con belleza escénica y nueva alternativa de emprendimientos, tal el caso de Espora.

9.- Pueblos rurales (Ruta 8)

La llegada de la nueva autopista 8, su traza de ingreso a la localidad de San Antonio de Areco, posibilita el desarrollo de algunos pueblos rurales. Villa Lía es el más desarrollado, con una incipiente variedad de emprendimientos turísticos, gran belleza patrimonial arquitectónica e identidad propia, junto a Azcuénaga integra el Programa de Pueblos Turísticos de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

10.- Pueblos rurales (Ruta 7)

Existen distintas localidades o pueblos rurales ligadas a la traza de la Ruta Nacional 7, cada una de ellas con identidad propia y en distintos grados de desarrollo. Se destaca su cercanía a los grandes centros emisores de turistas y visitantes. Algunas de ellas son: Villa Ruiz, Cucullú, Espora, Heavy, Tatay, Gouin, Tres Sargentos.

Vectores de inversión

Fichas de vectores de inversión

Tabla 41: Alojamientos turísticos alternativos en un entorno natural

Tipo de vector	Alojamientos turísticos alternativos
Espacios de oportunidad (EO)	Todos los espacios de oportunidad
Diagnóstico	<p>Los alojamientos en espacio de naturaleza muestran un desarrollo significativo y una creciente popularidad en todo el mundo. Esta forma de alojamiento se refiere a la oferta de hospedaje que se encuentra inmersa en entornos naturales, como bosques, montañas o áreas rurales, espacios agrestes y/o modificados por la producción humana (rurales). En general se busca generar un bajo impacto ambiental en su localización, así como una arquitectura armónica con el paisaje y altos niveles de sostenibilidad en su gestión.</p> <p>En los últimos años, ha habido un aumento en la demanda de alojamientos en la naturaleza debido a varios factores. Uno de ellos es la creciente conciencia ambiental y el deseo de las personas de conectarse con la naturaleza y alejarse del bullicio de las ciudades. Muchos viajeros buscan experiencias auténticas y un mayor contacto con el entorno natural durante sus vacaciones. Esto se evidencia en la dinámica turística de la post pandemia, lo cual representa una gran oportunidad para los destinos de naturaleza de potenciarse.</p> <p>Los avances técnicos han permitido que esta modalidad, históricamente vinculada a los jóvenes por sus características agrestes y con falta de comodidades, han permitido que hoy en día no se necesite de inversiones de magnitudes significativas para ofrecer buenas condiciones de confort (como luz eléctrica o internet) y de esta forma ampliar el público objetivo a segmentos con mayor poder adquisitivo.</p> <p>En tal sentido, el avance de la tecnologías de la información y la comunicación y las plataformas de reserva en línea han facilitado el acceso a este tipo de alojamiento. Los viajeros pueden encontrar y reservar fácilmente opciones en la naturaleza a través de sitios web y aplicaciones especializadas.</p>

	<p>En términos económicos, el alojamiento en la naturaleza ha demostrado ser una oportunidad rentable para los propietarios de terrenos rurales o espacios naturales agrestes, reservas naturales públicas y privadas, etc. Muchos emprendedores han optado por convertir sus propiedades en alojamientos turísticos, lo que ha generado empleo local y ha contribuido al desarrollo de las comunidades rurales, diversificando su matriz económica y productiva.</p> <p>A nivel regional, no existe un gran desarrollo de oferta en modalidades de alojamiento armónico con la naturaleza, más allá de las grandes oportunidades que brindan sus recursos naturales. Hoy por hoy la oferta de la región de este tipo de alojamiento se centra en una acotada oferta de campings, o modalidades como cabañas, alojamientos de campo (modalidad posadas, casas en alquiler, estancias de turismo, establecimientos de turismo rural).</p> <p>No se registran oferta de lodge, una sola oferta de Glamping, ningún camping para motorhome, escasa oferta de campings, una vacancia en la oferta de alojamientos rurales dada la potencialidad de la zona.</p> <p>En cuanto al marco regulatorio, la Ley 18.828 (Ley Nacional de Hotelería) no prevé esta forma de alojamiento. Más allá de ello, la Provincia de Buenos Aires cuenta, en el marco de su legislación, con la posibilidad de categorizar cabañas, hoteles boutique, establecimientos de turismo rural.</p>
<p>Características del vector</p>	<p>Este vector presenta características distintivas e innovadoras, posibilidad de instalaciones confortables integradas a la identidad cultural de la zona y al entorno natural. Este concepto arquitectónico debe fusionarse con el ambiente presente en el territorio, propiciando la utilización de materiales sustentables y energías renovables para su construcción.</p> <p>A continuación, se analizan dos casos en Argentina de este vector:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La Aurora del Palmar es un alojamiento ubicado en la provincia de Entre Ríos, cerca del Parque Nacional El Palmar. El establecimiento ofrece diferentes opciones de alojamiento, como cabañas, bungalows o habitaciones en un lodge. Cuentan con un estilo rústico y acogedor, con comodidades básicas para asegurar una estancia cómoda a sus viajeros. Al día de hoy, este emprendimiento es una referencia en materia de innovación en alojamientos en espacios naturales, combinado con una experiencia turística integral de relax y aventura. ● El Moconá Virgin Lodge es un alojamiento ubicado en la provincia de Misiones. Se encuentra cerca del Parque Provincial Moconá, famoso por sus impresionantes saltos y la selva subtropical que lo rodea. El lodge ofrece una experiencia de alojamiento única y en

	<p>contacto con la naturaleza. Cuenta con cabañas y habitaciones construidas en armonía con el entorno natural y equipadas con comodidades modernas. Desde allí, los visitantes pueden disfrutar de vistas panorámicas del río Uruguay y los saltos del Moconá. A su vez, pueden realizar actividades como senderismo, paseos en lancha, avistamiento de aves y safaris fotográficos.</p> <p>Se detallan a continuación algunas de las tipologías identificadas posibles de desarrollar en la región Pago de Areco</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Glamping ● Ecolodge ● Alojamientos Turísticos Alternativos: como campings para motorhomes, hoteles-paisaje, hoteles dispersos o pueblos recuperados, paradores, reconversión de estaciones de trenes en desuso, alojamientos house explorers.
<p>Producto turístico</p>	<p>Estas modalidades de alojamiento constituyen un producto turístico en sí mismo, dado que en general ofrecen experiencias para los turistas en el propio espacio del emprendimiento: senderismo, avistaje de aves, canotaje, trekking, cabalgatas, entre otros.</p> <p>A su vez, pueden ser combinados con diversos productos turísticos en la zona: generar actividades en áreas naturales protegidas cercanas, ferias de artesanos y/o emprendedores que promuevan el comercio local.</p> <p>Asimismo, este tipo de acciones ponderan y utilizan, por las características propias de la modalidad, productos regionales (alimentos, decoración con elementos de la zona, amenities, etc.) que impulsan el desarrollo local y generan un impacto positivo en la comunidad donde están emplazados y las aledañas.</p>
<p>Motivos para invertir</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Demanda creciente a nivel mundial y local de turismo en espacios de naturaleza. ● Cercanía a grandes centros emisores del turismo nacional (CABA, AMBA, Rosario, Córdoba, Santa Fe, entre otros) y regional (Uruguay y Brasil) con gran poder adquisitivo, buena conectividad. ● Mayor demanda y concientización por parte de viajeros de priorizar opciones de alojamiento con prácticas sostenibles. ● Oportunidad de mayor desarrollo de oferta de ciertas modalidades de alojamiento aún incipientes en la provincia, como glampings, lodge, etc. ● Amplia oferta de diversidad cultural en cercanías a los principales destinos provinciales.

<p>Identificación por Espacios de Oportunidad</p>	<p>En términos generales se evidencia la necesidad en todos los Espacios de Oportunidad en cuanto a necesidad de incrementar la oferta de alojamientos de pleno contacto con la naturaleza. La oferta de campings en la región, al igual que en gran parte de la provincia, es escasa. Y la demanda de turistas y visitantes que buscan esta modalidad es muy alta. Tanto sea para campings, campings aptos para recibir motorhome y algunas modalidades conexas como dormis, cabañas, plantas de campamento. La oferta de cabañas, si bien registra propuestas, existen grandes posibilidades de ampliar la oferta de esta forma de alojamiento, fundamentalmente en locaciones que permitan el contacto directo con los atractivos naturales.</p> <p>En cuanto al turismo rural, en amplio crecimiento en la provincia, resulta necesario fortalecer la oferta de alojamientos turísticos rurales. Siendo territorio de gran tradición y diversidad de explotaciones frutihortícolas y ganaderas, el reacondicionamiento de establecimientos rurales (estancias, fincas, chacras, quintas, entre otros) para la recepción de turistas reviste gran potencial.</p> <p>Glamping y lodge, surgen como modalidades de alojamiento de gran valor para su instalación en las cercanías de destinos de origen del turismo de cercanía. Tratándose estos de alojamientos ideales para turistas que van al encuentro de espacios naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● San Antonio de Areco. Camping, camping aptos para motorhome, lodge en zona costera, alojamientos rurales en zonas rurales adyacentes a la cabecera, glamping en costa del río. ● Ruta Provincial 31 (Entre San Antonio y Carmen) Alojamientos rurales, glamping, lodge. ● Corredor Camino Real (Vagues, Solis, Posta de Figueroa, Ascuénaga) Alojamientos rurales, campings, camping para motorhome, lodge y glamping. ● Corredor de la Ruta 41 Hoteles de ruta, posadas resort, campings. ● Zona Ruiz Posadas, alojamientos rurales, glamping y camping para motorhome. ● Carmen de Areco Alojamientos rurales, camping para motorhome, hotelería de ruta. ● San Andrés de Giles Alojamientos rurales, posadas, cabañas y hoteles de ruta. ● Pueblos rurales (Ruta 8) Glamping, lodge, cabañas, posadas, alojamientos rurales.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ● Pueblos rurales (Ruta 7) Glamping, lodge, cabañas, posadas, alojamientos rurales.
--	--

Tabla 42: Actividades de naturaleza con distintos niveles de dificultad

Tipo de vector	Actividades de naturaleza con distintos niveles de dificultad
Espacio de oportunidad (EO)	Todos los Espacios de Oportunidad identificados.
Diagnóstico	<p>Los espacios naturales, tanto agrestes como rurales, representan los principales atractivos vinculados con el turismo de naturaleza y son las que reciben mayor cantidad de visitantes por año.</p> <p>En el año 2019 más de 4 millones de turistas visitaron los distintos Parques Nacionales del país, valor máximo de los últimos 12 años, que representó un crecimiento del 7% frente a 2018. Este volumen crece año a año y se ha profundizado en la post pandemia, donde se ha identificado la importancia de los espacios naturales para el buen vivir de los seres humanos y su conexión con la flora y fauna.</p> <p>Asimismo, la creciente valoración de gran parte de la población sobre la importancia para la salud de la actividad física, como así también la mayor atención puesta sobre la salud mental y cómo la actividad física en entornos naturales puede ofrecer beneficios en este sentido.</p> <p>Estos atractivos naturales se complementan con el patrimonio cultural local (arquitectura con valor histórico, gastronomía, fiestas populares, artesanías), lo que permite obtener una experiencia integral para el turista.</p> <p>La diversidad paisajística favorece el desarrollo de gran cantidad de actividades en la naturaleza, pudiendo desarrollarse tanto aquellas vinculadas al ecoturismo como al turismo aventura.</p>
Características del vector	<p>El Turismo de naturaleza aparece como una tendencia creciente, representando uno de los segmentos turísticos de mayor crecimiento en un contexto previo a la pandemia COVID-19 y resignificando su incidencia e importancia en un escenario de post pandemia.</p> <p>Este hecho se enmarca en la tendencia a nivel global y local de priorizar consumos que reduzcan el impacto ambiental. Este fenómeno también alcanza a la actividad turística, por lo que cada vez más viajeros optan por propuestas que sean amigables con el ambiente y permitan un contacto más genuino con la naturaleza.</p> <p>A su vez, las tendencias mundiales de consumo turístico presentan cada vez más a un turista especializado, deseoso de vivir experiencias únicas e irrepetibles durante sus viajes. En este</p>

	<p>sentido, existe también una gran oportunidad en el segmento de turismo de naturaleza, ya que permite una conexión real con los territorios que “marca” a los turistas que realizan estas actividades.</p>
<p>Producto turístico</p>	<p>El turismo de naturaleza permite diferentes tipos de propuestas que, si bien tienen un común denominador de desarrollarse en ambientes naturales, varían en función de los territorios y los deseos de los viajeros. A partir de ello, se generan distintos productos turísticos para los viajeros.</p> <p>A modo de ejemplo, cabe destacar los turistas aficionados por la observación de flora y fauna, pero especialmente el nicho especializado en el avistaje de aves, quienes organizan sus viajes a destinos turísticos que ofrezcan actividades y posean infraestructura que permitan la práctica de la actividad. Argentina se destaca por tener más de 1.000 especies de aves y 273 Áreas de Importancia para la Conservación de las Aves (AICA) distribuidas en todo el territorio nacional.</p>
<p>Motivos para invertir</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Segmento de gran crecimiento en los últimos años, con una importante demanda a nivel mundial y local de turismo en espacios de naturaleza ● Cercanía a grandes centros emisores del turismo nacional (CABA, AMBA, Rosario, Córdoba, Santa Fe, entre otros) y regional (Uruguay y Brasil) con gran poder adquisitivo, con buena conectividad. ● Viajeros internacionales de alto poder adquisitivo que buscan propuestas de turismo de naturaleza únicas y exclusivas. ● Modalidad de turismo post-pandemia de búsqueda de espacios naturales por parte de viajeros residentes en ciudades. ● Mayor demanda y concientización por parte de viajeros de priorizar opciones de turismo con mínimos impactos ambientales. ● Gran diversidad de propuestas para realizar turismo de esta modalidad en la región.
<p>Identificación por Espacio de Oportunidad (EO)</p>	<p>En términos generales resulta necesario para fortalecer y potenciar la oferta turística de destino. La generación de experiencias con la naturaleza (salidas de Interpretación Ambiental, de Observación de Aves, trekking, senderismo, cicloturismo, actividades náuticas como kayaking, canotaje, parapentismo, experiencias “espirituales” con yoga, meditación y comida sana, etc.)</p> <p>Resulta fundamental rescatar el hecho de que tanto San Antonio de Areco como Carmen de Areco cuentan con una ordenanza que permite habilitar y registrar emprendimientos de esta índole.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● San Antonio de Areco.

	<p>Actividades de río (canotaje, Kayaking), cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ruta Provincial 31 (Entre San Antonio y Carmen) Actividades de río (canotaje, Kayaking), cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental. ● Corredor Camino Real (Vagues, Solis, Posta de Figueroa, Ascuénaga) Cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental, astroturismo. ● Zona Ruiz Cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental, astroturismo. ● Carmen de Areco Actividades de río (canotaje, Kayaking), cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental ● San Andrés de Giles Cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental ● Pueblos rurales (Ruta 8) Cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental, astroturismo, parapentismo. ● Pueblos rurales (Ruta 7) Cicloturismo, trekking y senderismo, avistaje de aves, Interpretación ambiental, astroturismo.
--	---

Tabla 43: Turismo gastronómico

Tipo de vector	Turismo Gastronómico
Espacio de oportunidad (EO)	Todos los Espacio de Oportunidad identificados.
Diagnóstico	<p>La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que el territorio es el eje vertebral de la oferta gastronómica ya que sus paisajes, cultura, productos, técnicas y platos definen la identidad culinaria de los destinos.</p> <p>El turismo gastronómico es un producto transversal que estimula y fortalece la economía en las comunidades locales, motivando el desplazamiento de la demanda y dando origen a polos</p>

	<p>gastronómicos localizados a lo largo del país.</p> <p>Surgen así diversas fiestas gastronómicas en todo el territorio nacional, que ofrecen la posibilidad de comprar, degustar y conocer alimentos, bebidas y artesanías de los destinos turísticos.</p> <p>La gastronomía de San Antonio de Areco si bien está fuertemente enraizada con el asado (tanto en parrilla como a la cruz), las empanadas y picadas; por sus características en tanto desarrollo turístico ha incorporado la cocina gourmet y de autor. Existe la oportunidad de rescatar la cocina “a la olla de hierro o morena”. A su vez en la zona se producen chacinados, aceite de oliva, etc.</p> <p>San Andrés de Giles es, históricamente, la capital provincial del chanco o lechón, es la localidad con más producción de la provincia y también hay una factura (panificado) que se llama chanchita (tiene panceta y ciruela).</p> <p>Carmen de Areco celebra cada año la Fiesta Nacional del Pastel en el pueblo de Gouin. Los pastelitos criollos hechos con masa crocante y hojaldrada, se han transformado en un signo de identidad gastronómica local. A su vez posee características gastronómicas similares a las de San Antonio de Areco.</p>
<p>Características del vector</p>	<p>Si bien la región posee un gran desarrollo de la producción agrícola y ganadera, que generan una identidad propia, con un acento pronunciado en su producción de carnes para todo el país y el mundo. Existen en las tres localidades diversidad de producción a escala de agroalimentos, alimentos orgánicos, etc. La posibilidad de relacionar la producción de agroalimentos con el turismo se expresan en la generación de experiencias de primera mano tanto con la producción en sí misma como con la preparación de comidas, pudiendo ser vivenciadas por el turista en verdaderas experiencias con alto poder de recordación.</p>
<p>Producto turístico</p>	<p>El turismo gastronómico se ha adaptado en los últimos tiempos a las nuevas tendencias de comidas (orgánica, vegana, entre otras) lo cual permite el desarrollo de diferentes tipos de negocios orientados a diversos segmentos de demanda como actividades vinculadas a la producción de alimentos, diversos tipos de restaurantes como los de campo, pulperías, mercados gastronómicos, food trucks de comida al paso, ferias, diseño de rutas productivas, visitas guiadas a emprendimientos productivos, entre otros.</p> <p>A su vez, esta tipología turística permite aprender sobre las técnicas de producción, conocer sobre la cocina propia del lugar, visitar los establecimientos de producción, entre otras actividades ofrecidas a nivel local. En este sentido, también se genera un producto turístico a partir de la producción local que se identifica en cada territorio.</p>

	<p>Por otro lado, la provincia también cuenta con otra alternativa en crecimiento como es la “Ruta de los Almacenes”, antiguos comercios de ramos generales y de campo que se han abierto a la actividad turística. Algunos ejemplos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Almacén de ramos generales “El 13”, Carmen de Areco. - Bar Don Tomás, Gouin. - Almacén de Don Pascual, Villa Lia. - Pulpería Bar 2 de Mayo, San Andrés de Giles. - El Boliche de Bessonart, San Antonio de Areco.
<p>Motivos para invertir</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Demanda creciente a nivel mundial de propuestas gastronómicas que vinculan la producción local con los platos regionales. Esto se ve favorecido por tendencias de consumo responsable y ambientalmente amigables conocidas como “del productor al consumidor” y “km 0”, entre otras. ● Buenos Aires es una provincia productora de alimentos y materias primas en crecimiento, que la posiciona como un destino gastronómico de relevancia a nivel nacional. Presenta especialidades culinarias en base a productos destacables como sus pescados de río, sus cítricos, arroces, entre otros. ● La gastronomía se erige como un factor determinante para posicionar destinos turísticos a nivel global y local. ● Segmento de alto poder adquisitivo que busca experiencias premium asociadas al disfrute y el placer. ● Llegada de la Guía Michelin a Argentina: inicialmente en CABA y Mendoza, pero con proyecciones a crecer en todo el país. ● Cercanía a grandes centros emisores del turismo nacional (CABA, AMBA, Rosario, Córdoba, Santa Fe, entre otros) y regional (Uruguay y Brasil) con gran poder adquisitivo, con muy buena conectividad e infraestructura de transporte terrestre y aéreo. ● Quienes ya cuentan con un establecimiento productivo, diversificar a partir de la creación de una experiencia gastronómica favorece el posicionamiento del producto, ofreciendo así un doble beneficio. Por ejemplo: apícola, chacinados, quesos, etc.
<p>Identificación por Espacios de Oportunidad (EO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● San Antonio de Areco. Gastronomía con identidad (carnes y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor, nuevas modalidades de cocina, cocina gourmet ● Ruta Provincial 31 (Entre San Antonio y Carmen) Experiencias gastronómicas en espacios naturales ● Corredor Camino Real (Vagues, Solis, Posta de Figueroa, Ascuénaga)

	<p>Gastronomía con identidad (carne y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor y gourmet</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Corredor de la Ruta 41 Gastronomía para viajeros ● Zona Ruiz Gastronomía con identidad (carne y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor y gourmet ● Carmen de Areco Gastronomía con identidad (carne y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor y gourmet ● San Andrés de Giles Gastronomía con identidad (carne y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor y gourmet ● Pueblos rurales (Ruta 8) Gastronomía con identidad (carne y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor y gourmet ● Pueblos rurales (Ruta 7) Gastronomía con identidad (carne y asados, picadas, etc.) Posibilidad de experiencias de aprendizaje vivencial de asado criollo, asado a la cruz, empanadas. Cocina de autor y gourmet
--	--

Tabla 44: Agencias de viajes receptoras

Tipo de vector	Agencias de viajes receptoras
Espacio de oportunidad (EO)	Todos los Espacios de Oportunidades identificados.
Diagnóstico	<p>Las agencias de viajes tienen como función principal la intermediación y constituyen un segmento altamente regulado, teniendo en cuenta la relación con los turistas y el tipo de obligaciones que deben cumplir. Siguiendo la Ley 18.829, pueden vender sus servicios tanto a clientes particulares (usuarios finales) como a otras agencias del país o del exterior y para terceros.</p> <p>Una forma de clasificación de las agencias de viajes puede ser por su operación, si se tratan de agencias emisoras o receptoras.</p> <p>Las receptoras buscan promocionar destinos turísticos del propio país para clientes que llegan de otros países, mientras que las internas lo hacen para personas residentes que quieren conocer destinos internos. Se encargan también de los servicios que un</p>

	<p>turista necesita al llegar al país como recepción en el aeropuerto y traslado al hotel, prestación de actividades en destino, reserva de alojamiento, etc. Por su parte, las emisoras se dedican a enviar viajeros desde sus lugares de origen a destinos geográficamente distintos a aquel donde están ubicadas.</p> <p>La región de Pago de Areco cuenta solo con una agencia de viajes receptiva.</p> <p>En los últimos años se ha avanzado fuertemente en la simplificación de los distintos trámites que deben realizar las agencias.</p> <p>En tal sentido, el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, mediante la Resolución 366/2022 reglamentó la posibilidad de que las agencias de viajes debidamente habilitadas puedan operar a través de un Local Virtual, es decir, un sitio web autorizado en el dominio.tur.ar.</p>
Características del vector	<p>Las agencias de viajes receptoras se especializan en organizar y facilitar viajes y experiencias turísticas dentro del destino turístico. Estas agencias trabajan principalmente con turistas que visitan una región determinada, brindando servicios como planificación de itinerarios, reservas de alojamiento, transporte, excursiones y actividades locales. Buscan proporcionar a los visitantes una experiencia turística agradable y sin problemas en su propio país. Las agencias de viajes receptoras desempeñan un papel importante en la promoción del turismo interno, ya que ayudan a los residentes a descubrir y disfrutar de las atracciones y destinos turísticos dentro de su propio país. También pueden ofrecer servicios personalizados y recomendaciones basadas en el conocimiento local, lo que puede enriquecer la experiencia de viaje de los turistas nacionales. El actual contexto de tipo de cambio favorable para el turismo receptor internacional genera una oportunidad aún más atractiva para esta propuesta.</p> <p>Al mismo tiempo, tienen la posibilidad de ofrecer sus servicios a viajeros internacionales, considerando la cercanía al más importante centro de recepción de turismo extranjero, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a su vez a grandes centros emisores de turismo interno y de cercanía, tales como CABA, Gran Buenos Aires, Rosario, etc.</p>
Producto turístico	<p>Las agencias de viajes receptoras tienen la posibilidad de generar experiencias a los visitantes articulando la oferta local y poniéndola a disposición de los turistas que visitan el destino. En tal sentido, se priorizan las propuestas de turismo en espacios naturales y de gastronomía, por las particularidades que cuenta la región.</p> <p>Esta modalidad busca integrar a los distintos prestadores locales para que puedan ser consumidos por los turistas, tanto nacionales como internacionales, que visitan la provincia.</p>

Motivos para invertir	<ul style="list-style-type: none"> ● Demanda creciente a nivel mundial y local de turismo en espacios de naturaleza. ● Falta de oferta local de agencias receptoras para ofrecer las numerosas actividades y propuestas turísticas de la provincia. ● Cercanía a grandes centros emisores del turismo nacional (CABA, AMBA, Rosario, Córdoba, Santa Fe, entre otros) y regional (Uruguay y Brasil) con buena conectividad vial. ● Tipo de cambio favorable al turismo receptivo, que no encuentra propuestas acordes a su necesidad en viajes organizados o experiencias personalizadas.
Identificación por Espacios de Oportunidad (EO)	<p>En base al desarrollo actual se presenta la oportunidad de desarrollo y creación de Agencias de viaje receptoras en San Antonio de Areco.</p> <p>Y de manera potencial en las localidades de Carmen de Areco y San Andrés de Giles</p>

Tabla 45: Turismo de reuniones

Tipo de vector	Turismo de reuniones
Espacios de oportunidad (EO)	<p>Todos los Espacios de Oportunidad identificados.</p>
Diagnóstico	<p>Los tres destinos que integran el Pago de Areco resultan destinos atractivos para el turismo de reuniones debido a su infraestructura, ubicación estratégica, belleza natural, oferta gastronómica y cultural. Estas características hacen que la región sea un lugar clave a considerar para la celebración de congresos, convenciones y reuniones empresariales.</p> <p>En tal sentido, la gran conectividad con la que cuenta actualmente la región, con acceso por autopista 7 y 8, la combinación con la nueva ruta 41, ofrecen grandes oportunidades para el desarrollo de esta actividad.</p> <p>La creciente búsqueda por parte de organizadores de eventos, tanto empresariales como sociales, así como el crecimiento en cuanto a la organización de eventos de entrenamiento empresariales, team building, eventos y reuniones para pequeños grupos, capacitaciones, entre otros. orientan la búsqueda de espacios y locaciones relacionados con alojamientos con la naturaleza, espacios rurales y agrestes, pequeños pueblos con encanto, etc.</p> <p>Identificamos en este punto la posibilidad de desarrollar inversiones orientadas a la diversificación por parte de establecimientos hoteleros relacionados con la naturaleza (estancias y establecimientos hoteleros rurales), lodge, glamping,</p>

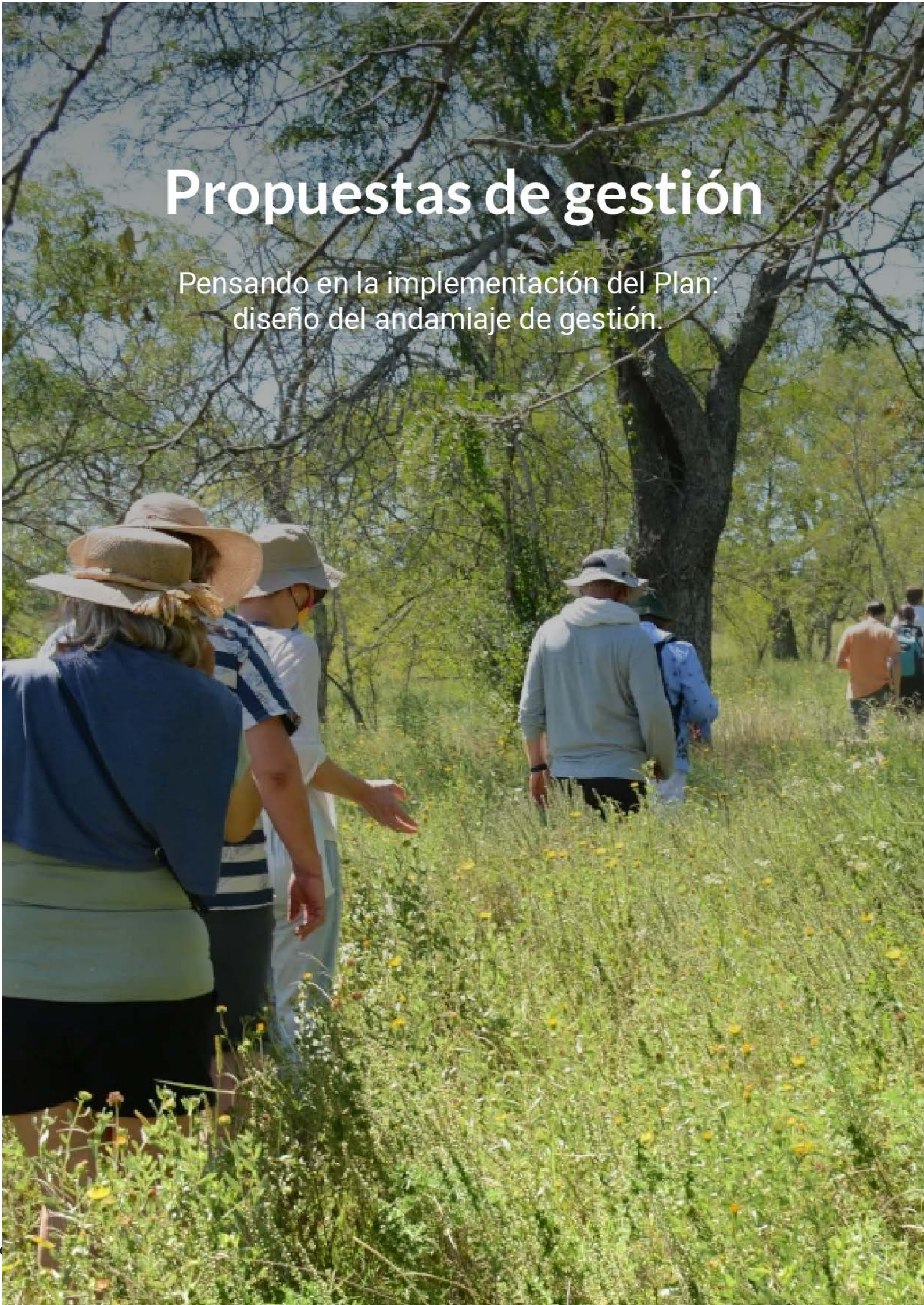
	<p>etc. para adecuar su infraestructura y de esta manera receptor grupos y eventos como los nombrados.</p> <p>A su vez, el desarrollo de infraestructuras para receptor la creciente demanda de reuniones empresariales y sociales de pleno contacto con la naturaleza.</p>
<p>Características del vector</p>	<p>El turismo de reuniones, también conocido como turismo de negocios o MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions), se refiere a un segmento centrado en la organización y participación en eventos como conferencias, congresos, convenciones, reuniones corporativas, ferias comerciales, incentivos empresariales y otros encuentros similares.</p> <p>El turismo de reuniones tiene un fuerte impacto económico en los destinos turísticos, ya que atrae a un gran número de participantes que gastan dinero en alojamiento, alimentación, entretenimiento y otros servicios. A su vez, genera un aumento de la visibilidad del destino a nivel nacional e internacional, lo que a su vez puede beneficiar a otros sectores de la economía local que dependen directa o indirectamente de la actividad turística.</p> <p>Cabe destacar que este segmento de mercado demanda diferentes servicios profesionales para la planificación, organización y gestión de eventos. Esto incluye agencias de eventos, alojamiento, prestadores de actividades recreativas, empresas de logística, proveedores de tecnología, empresas de catering y otros servicios especializados.</p> <p>Por último, diversos estudios indican que el turismo de reuniones permite diversificar la oferta turística de un destino, ya que atrae a un público diferente al turismo de ocio tradicional, lo cual implica una tendencia a reducir la estacionalidad turística que caracteriza a los destinos. En este sentido, el perfil del turista de reuniones y negocios, suele tener un poder adquisitivo mayor al promedio de los viajeros, lo cual genera un impacto aún mayor al destino.</p>
<p>Producto turístico</p>	<p>El segmento del turismo de reuniones, convenciones y eventos permite desarrollar distintas propuestas para los consumidores, tales como los tours y actividades de team building, que buscan la recreación y formación de equipos diseñadas para grupos de trabajo, como actividades al aire libre, juegos de grupo y talleres de desarrollo de habilidades.</p> <p>A su vez, también se pueden propiciar experiencias turísticas como visitas a lugares de interés local y opciones de entretenimiento para que los asistentes disfruten después de las reuniones o conferencias.</p> <p>También se asocia al segmento los productos y experiencias gastronómicas, para que los viajeros puedan conocer en mayor profundidad la cultura local y sus propuestas. Al mismo tiempo, toman relevancia las propuestas de experiencias en la naturaleza,</p>

	como senderismo, trekking, avistaje de aves, entre otros.
Motivos para invertir	<ul style="list-style-type: none"> ● Se trata de una tipología ideal para contrarrestar los efectos de la estacionalidad turística. ● Tendencia de empresas a reconocimientos hacia empleados mediante beneficios indirectos, como viajes de incentivos, experiencias turísticas, entre otros. ● Perfil de viajero de turismo de reuniones y negocios con alto poder adquisitivo y que repite en el futuro con motivo de ocio. ● Posicionamiento de Argentina a nivel regional y global como destino sede de eventos, congresos y convenciones. El Pago de Areco presenta un entramado productivo diversificado y pujante que favorece este tipo de productos. ● Segmento turístico de gran crecimiento a nivel mundial y nacional (Argentina es uno de los destinos más importantes de América Latina), con enorme potencial de desarrollo a nivel provincial.
Identificación por Territorio de Oportunidad (TO)	<ul style="list-style-type: none"> ● San Antonio de Areco. San Antonio de Areco cuenta con espacios públicos y privados para la realización de eventos de distintas características y dimensiones. Ya sea en espacios específicos, por ejemplo El Prado Español, espacios públicos como la Matera del Parque Criollo, así como en salones y espacios montados en alojamientos turísticos. La gran capacidad hotelera permite la realización de grandes eventos, se cuenta con diversidad de servicios para los mismos (músicos, sonido, recursos multimediales, gráfica, alquiler de implementos necesarios, etc.) ● Ruta Provincial 31 (Entre San Antonio y Carmen) Pequeños eventos temáticos relacionados con la producción agropecuaria. ● Corredor Camino Real (Vagues, Solis, Posta de Figueroa, Ascuénaga) Espacios para pequeños eventos en espacios armónicos con la naturaleza, eventos gastronómicos para pequeños grupos, estancias para team building ● Corredor de la Ruta 41 Espacio para eventos con base en alojamientos turísticos, fundamentalmente en cercanía de San Antonio de Areco. ● Zona Ruiz Grandes potencialidades para el desarrollo de nuevos espacios dedicados a la recepción de pequeños eventos en pleno contacto con la naturaleza, traccionados por la cercanía a CABA y el acceso por Carlos Keen. ● Carmen de Areco

	<p>Grandes potencialidades para el desarrollo de nuevos espacios dedicados a la recepción de pequeños eventos en pleno contacto con la naturaleza así como en el ámbito urbano.</p> <ul style="list-style-type: none">● San Andrés de Giles Grandes potencialidades para el desarrollo de nuevos espacios dedicados a la recepción de pequeños eventos en pleno contacto con la naturaleza así como en el ámbito urbano.● Pueblos rurales (Ruta 8) Espacios para pequeños eventos en espacios armónicos con la naturaleza, eventos gastronómicos para pequeños grupos, estancias para team building. Villa Lía cuenta con espacios actualmente, pero existen grandes oportunidades para el desarrollo de nuevos emprendimientos.● Pueblos rurales (Ruta 7) Espacios para pequeños eventos en espacios armónicos con la naturaleza, eventos gastronómicos para pequeños grupos, estancias para team building.
--	---

Propuestas de gestión

Pensando en la implementación del Plan:
diseño del andamiaje de gestión.



Constitución de un núcleo de gestión del plan

Aportes para la definición de la conformación de la comisión encargada de gestionar dicho plan, integrando a actores de cada destino.

Para poder implementar los lineamientos y acciones propuestas por el presente Plan, considerando que abarca a tres jurisdicciones municipales, resulta imprescindible la conformación de un organismo con capacidad de ejecutar las políticas acordadas por los actores que forman parte.

De esta forma, se propone la creación de un espacio donde converjan los organismos oficiales de turismo de cada municipio, pero también incorporando a otras partes interesadas del sistema turístico regional.

Se propone que el órgano esté conformado por dos instancias de trabajo. Por un lado, la Comisión Directiva, con un rol ejecutivo y de toma de decisiones, compuesto por los actores más representativos de la región, pudiendo organizarse de la siguiente forma:

- 3 representantes del sector público. Uno por cada municipio.
- 6 representantes del sector privado. Dos por cada municipio.
- 1 representante de organizaciones de la sociedad civil por cada municipio

Asimismo, considerando la relevancia del sector público para la gestión del territorio, toda decisión para llevarse a cabo debería contar con el voto afirmativo de al menos dos de los tres representantes del sector público. Además, la presidencia del organismo siempre estaría a cargo de los referentes de turismo de los municipios, con la modalidad de pro t mpore, con una duración de un año por período.

Por otro lado, el órgano contaría con un Consejo Asesor, el cual permitiría una participación más amplia, involucrando a múltiples actores que acrediten interés en la actividad turística del Pago de Areco. Sería un espacio para la discusión de las problemáticas, el desarrollo de propuestas, la validación de proyectos, entre otras actividades con carácter consultivo y no vinculante.

Protocolo de implementación y seguimiento del plan

Definición en términos de las formas de institucionalización factibles y posibles de implementar para la gestión del Plan.

Las características de la actividad turística en la que interactúan multiplicidad de actores y se dan relaciones de dependencia entre los mismos para lograr el éxito de la experiencia del turista implica la necesidad de constituir organismos supramunicipales o provinciales, según el/los territorio/s de referencia, para la efectiva gestión de la actividad.

Frente a esta necesidad, se encuentran desafíos para alcanzar el funcionamiento de estos organismos. Particularmente se consideran dos escollos principales. Por un lado, la complejidad y magnitud de los esfuerzos necesarios para acordar con los diversos actores al interior del municipio, cuando el organismo es municipal, y también con los diversos actores que exceden el nivel municipal cuando nos referimos a una región como el Pago de Areco. Por otro lado, una vez conformado el marco institucional, por ejemplo de Ente Mixto, implica un gran esfuerzo el lograr la puesta en funcionamiento y regularidad.

Sin ir más lejos, el propio municipio de San Antonio de Areco cuenta con el marco legal aprobado por el Concejo Deliberante para la creación de un Ente mixto para el desarrollo del turismo, pero que no ha logrado ponerse en funcionamiento. Una situación similar sucede en el nivel provincial con la provincia de Entre Ríos, por mencionar sólo algunos ejemplos.

Sin embargo, no se identifican sólo fracasos de esta propuesta de gestión turística del territorio compartida con el sector privado. También existen numerosos casos de éxitos de jurisdicciones que han conformado este marco institucional y se encuentran trabajando con resultados promisorios.

Cabe resaltar que los Entes Mixtos de Turismo están conformados por actores públicos y privados, donde se determinan diversos fines, aunque generalmente los prioritarios aluden a la promoción y posicionamiento del destino, la generación de convenios y acuerdos con otras partes interesadas y el desarrollo de productos.

Otros formatos para asistir a la gestión de un territorio podrían ser los Consejos Consultivos o Asesores. Estos organismos ofrecen espacios de discusión y participación a las partes interesadas, siendo una herramienta interesante para validar la política turística local. No obstante, no es un ámbito de toma de decisiones y en caso de la elaboración de propuestas en estos ámbitos, las mismas no son vinculantes. Tampoco tienen la capacidad de contar con presupuesto propio ni de ejecutar políticas.

Este tipo de espacios son valiosos para asistir a la gestión turística cuando está concretamente definido el responsable de la ejecución de las políticas. Por esta razón es una herramienta interesante en el contexto de un municipio o de una provincia. Sin embargo, dado que su rol no excede al de aconsejar o asesorar, se identifica una gran

limitación para que ésta sea la mejor herramienta para la gestión en el marco de un desarrollo regional.

La mayoría de Entes de Turismo que existen tienen lugar en el ámbito municipal, siendo el propio municipio quien guarda la posición dominante y con poder de veto dentro del organismo. No obstante, también se los encuentra en los niveles provinciales.

Un ejemplo en el nivel municipal es el Ente Comodoro Turismo (ENCOTUR), el cual constituye un ente mixto conformado, según la ordenanza N°15.057/19 de creación del organismo, de la siguiente manera:

(...)dieciséis (16) representantes, tanto del estado municipal, como de otras Instituciones privadas relacionadas con el turismo, en porcentajes iguales de acuerdo a la siguiente enumeración y a razón de un (1) integrante por Organismo o Institución:

1. Secretaría de Economía, Finanzas y Control de Gestión (M.C.R.)
2. Subsecretaría de Gestión Patrimonial y Turismo (M.C.R.)
3. Dirección General de Turismo (M.C.R.)
4. Secretaría de Cultura (M.C.R.)
5. Concejo Deliberante, a través del Presidente de la Comisión de Desarrollo Económico, la Pequeña y Mediana Empresa y Empleo; Defensa de Consumidores y Usuarios, o la que en el futuro la reemplace.
6. Concejo Deliberante, a través de un representante de la primera minoría.
7. Ente Autárquico Comodoro Deportes (M.C.R.) Concejo Deliberante Comodoro Rivadavia - Provincia del Chubut "Año de los 30 Años de la Federación de Comunidades Extranjeras"
8. Ente Autárquico Comodoro Conocimiento (M.C.R.)
9. Bureau de Convenciones
10. Cámara de Prestadores de Servicios Turísticos de la Patagonia Central
11. Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica de La Patagonia Central (Filial FEHGRA Comodoro Rivadavia)
12. Filial Chubut de Asociación de Hoteles de Turismo Delegación Comodoro Rivadavia (A.H.T.)
13. Cámara de Comercio, Industria y Producción de Comodoro Rivadavia
14. Asociación o Cámara de Agencias de Viajes de Comodoro Rivadavia, o aquella institución que nuclea a estas empresas locales en el futuro.

15. Mutual o Sindicato con sede central en Comodoro Rivadavia, que cuente con un Departamento de Turismo, legalmente habilitado por la Secretaría de Turismo de la Nación, u otro Organismo que la reemplace.

16. Los Clubes Náuticos y de pesca de Comodoro Rivadavia, a través de un representante.

Asimismo, el organismo también contempla un Consejo Asesor conformado íntegramente por la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, particularmente a través de las áreas de Investigación, Extensión y Académica, con un integrante por área. A su vez, la misma ordenanza sugiere que, en caso de que el presidente del Ente lo considere, puede convocar a la colaboración de terceros en el Consejo.

Entre los aspectos para destacar de este tipo de organización es que, además de ofrecer la posibilidad de consensuar la política turística de forma institucional y permanente, permite contar con un presupuesto propio y la captación de fondos específicos para su gestión a través de múltiples fuentes. En el caso citado del ENCOTUR, el mismo cuenta con tres fuentes de financiamiento principales: partida presupuestaria del municipio, donaciones de privados y la renta obtenida a través del Predio Ferial de la ciudad, que se encuentra bajo su órbita.

Por otro lado, el Ente Oficial Regional de Turismo Patagonia Argentina, más conocido como "Ente Patagonia Turismo", podría ser un ejemplo en escala supraprovincial. Este organismo está conformado por los Organismos Oficiales de Turismo de las provincias de La Pampa, Neuquén, Rio Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Si bien la Comisión Directiva está compuesta sólo por el sector público, a través de los responsables de turismo de cada provincia, el Ente también cuenta dentro de su estructura institucional a la Asamblea General, la cual constituye un órgano con la función de asesorar y donde pueden participar

"los sectores básicos y concurrentes oficiales y privados, con o sin fines de lucro, empresarios y laborales, municipales, provinciales, interregionales y nacionales afines a la promoción, desarrollo y fomento de las actividades turísticas-recreativas de la Patagonia Argentina".

Esta conformación del organismo permite una menor divergencia en los intereses de quienes lo conducen, sin dejar de considerar y dar participación a los diferentes actores del sistema turístico.

Otras estructuras institucionales existentes para lograr, en términos generales, el desarrollo y promoción del destino podrían ser las Asociaciones. Como ya se desarrolló en la ficha de proyecto de la "Ruta de la Cultura Gauchesca", con base en las provincias de Corrientes y Misiones existe la Asociación Ruta de la Yerba Mate, la cual está compuesta por los establecimientos productivos de la región y otras empresas que ofrecen servicios vinculados a esta actividad, considerada como el principal atractivo de la ruta.

Este tipo de organizaciones pueden ser muy efectivas cuando hablamos de productos o temas concretos. Por eso la proponemos en relación al producto “Cultura Gauchesca” y a los prestadores, del sector privado, asociadas a esta. No obstante, la implementación del presente plan requiere de una escala mayor de acción y la participación imprescindible y decidida del sector público de los tres municipios de la región, e incluso de la provincia.

Por esta razón, la conformación de una Asociación, de carácter privado, no sería el marco institucional más adecuado para la implementación del plan. Sin perjuicio de que sería muy promisorio contar con esta Asociación para promover el desarrollo del sector privado del Pago, de forma articulada y que incluso constituiría una aliada estratégica a la entidad ejecutora del Plan.

Un tercer marco institucional que vale la pena estudiar es el de los consorcios, los cuáles son conformados para alcanzar un objetivo o proyecto específico. El único ejemplo identificado de este tipo de figuras es el Consorcio de Municipios Turísticos de Buenos Aires (COTAB). Este organismo está íntegramente conformado por el sector público a través de 42 municipios. Sin embargo, no se ha identificado gran actividad en los últimos años. Concentrándose las principales acciones en los 4 años posteriores a su conformación.

La Ley 12.288, que modifica el artículo 43 del Decreto Ley 6.769/58 conocido como “Ley Orgánica de Municipalidades” de la provincia de Buenos Aires, ofrece el marco institucional para la creación de estas instancias de trabajo, aunque pone en segundo plano al resto de los actores que no pertenecen al sector público. Esa participación podría saldarse con la conformación de la Comisión Directiva integrada por el sector público y de un Consejo Asesor, conformado por el sector privado, la academia y las organizaciones de la sociedad civil.

A diferencia de lo establecido en el Código Civil y Comercial de la Nación, donde los Consorcios no tienen personería jurídica y, por lo tanto encontrarían una gran limitación para su rol de ejecutor de políticas, la normativa provincial sí ofrece “personalidad propia y plena capacidad jurídica”.

En caso de identificar a este marco institucional como el más viable, debe tenerse en cuenta una definición clara del objeto del mismo, debido a que su razón de ser, según la propia normativa, es “la concreción y/o promoción de emprendimientos de interés común”.

Diseño de un protocolo de funcionamiento de dicha gestión.

Contar con lineamientos claros de trabajo, relacionados al objetivo principal por el cual se crea el organismo resulta fundamental. En el marco del presente trabajo se expondrán algunas recomendaciones respecto de cómo podría organizarse la entidad a crearse, como así también cuáles se sugieren que sean las políticas de trabajo. No obstante, nos referimos a estos asuntos de forma potencial debido a que consideramos apropiado que los propios actores que lo conformen establezcan y acuerden estos asuntos.

En primer lugar, si partimos de que el principal objetivo sería la ejecución del presente Plan, se considera pertinente que el organismo cuente con una comisión directiva representativa de los actores que forman parte del sistema turístico del Pago de Areco. Para ello, deberá llamarse a una amplia convocatoria para que las partes interesadas se acrediten frente al mismo, para luego, intermediando una instancia deliberativa, poder establecer de forma precisa la cantidad de integrantes y sectores que deberían formar parte del mismo. En el inicio del apartado se esboza una sugerencia sobre ello, la cual se espera sea validada o modificada en dicha instancia deliberativa.

Se hace referencia a la palabra “acreditar” debido a que no necesariamente los actores que formen parte puedan ser identificados de forma lineal. Se sugiere que la convocatoria invite a todos los actores que se encuentren en condiciones de acreditar vinculación con la actividad turística en el área geográfica delimitada en el plan, como así también quienes acrediten interés en los mismos asuntos. Esta aclaración tal vez sea particularmente necesaria para identificar a las organizaciones de la sociedad civil que podrían participar.

Por ejemplo, tal vez exista algún Club con participación en la organización de eventos que generan flujos de turistas. O bien, una Sociedad de Fomento preocupada por el impacto que el desarrollo turístico podría tener en el valor de los alquileres permanentes. Ambas justificaciones deberían ser válidas para habilitar la participación en el organismo. El único requisito sería justificar estas razones de forma pertinente y documentada.

En segundo lugar, el organismo debe tener la capacidad y autoridad para ejecutar acciones. Los municipios que forman parte de la región deben estar comprometidos con la entidad y dejar en claro los límites de acción de la misma respecto del área de turismo de cada localidad particular. El organismo regional y multisectorial debe potenciar la capacidad de trabajo y no solapar y mucho menos generar suspicacias entre las gestiones. La tarea central del organismo debería ser el de la implementación de políticas coordinadas entre los distritos tanto a nivel del sector público, privado e incluso del sector académico y de la sociedad civil.

En tercer lugar, para poder hacer y ser efectivos se necesita de presupuesto propio. La creación de una organización autárquica habilita a la posibilidad de contar con fuentes de financiamiento alternativas respecto de las que usualmente cuentan los municipios. Como se observó en el caso mencionado del ENCOTUR, esta nueva entidad podría financiarse con aportes de sus miembros, incluyendo a los municipios como actores

centrales, recibir donaciones, aplicar a subsidios y créditos nacionales e internacionales, entre otras posibilidades.

En cuarto lugar, debe garantizarse la pluralidad y representatividad de las voces del Pago de Areco. Para ello sería oportuno, además de una asignación de representantes adecuada en la Comisión Directiva, la conformación de un Consejo Asesor, con una función consultiva respecto de la Comisión Directiva y de las decisiones que se tomen. Aspirando a que las decisiones más relevantes antes sean discutidas y nutridas en el marco del Consejo Asesor, el cual permita una participación ya sea con o sin voz de todo aquel que tenga interés en conocer los asuntos que se están discutiendo.

En quinto lugar, para que una organización tenga razón de ser debe tener un funcionamiento regular y activo. Por lo tanto se sugiere la realización de reuniones mensuales por parte tanto de la Comisión Directiva como del Consejo Asesor. Asimismo, se sugiere la creación de comisiones de trabajo por temas, las cuáles podrán funcionar en conjunto con el Consejo Asesor. Los temas de estas comisiones podrían ser:

- Desarrollo turístico.
- Promoción turística.
- Eventos.

Bibliografía



Bibliografía

- Ballesteros, L., Dieguez, L., García, D., Gómez, S., Lizurek, L., Prado, L., . . . Ricci, A. (2021). *Enfoques y herramientas para proyectos turísticos locales en clave de desarrollo socio-económico. Guía orientadora*. La Plata: Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographies / Les géographies canadiennes*, 24, 1, 5-12.
- De Cabo, F., & Speake, M. A. (eds.) (2021). *Manual para el diseño e implementación de senderos autoguiados en la Provincia de Buenos Aires. 1° Edición*. La Plata: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.
- Dirección Provincial de Estadística del Ministerio de Hacienda y Finanzas. Gobierno de la provincia de Buenos Aires. (16 de mayo de 2023). Obtenido de <http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/>
- El fenómeno de la gentrificación (2022)*. (15 de mayo de 2023). Obtenido de ONU Hábitat: <https://onuhabitat.org.mx/index.php/el-fenomeno-de-la-gentrificacion#:~:text=La%20gentrificaci%C3%B3n%20sucede%20cuando%20un,de%20las%20%C3%A1reas%20de%20intervenci%C3%B3n>.
- Flores, P., Isasi, M. T., Martín, I., Miño, M., & Ruggerio, C. (2013). *Diagnóstico ambiental de la ciudad de San Antonio de Areco*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y Consejo Federal de Inversiones (CFI). (2021). *Ordenamiento territorial de 50 municipios de la Provincia de Buenos Aires: Informe final*. Obtenido de Consejo Federal de Inversiones - Biblioteca: http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2022/07/informe-final_15dic-1-1.pdf
- Granero Realini, G., & Alvaredo, C. (2023). Alquileres temporarios en Argentina. Crecimiento acelerado de Airbnb en el contexto de la crisis habitacional. *Centro de Estudios Metropolitanos N° 59*.
- Guastavino, M., Rozenblum, C., & Trimboli, G. (2009). *Enfoque institucional del INTA para apoyar el desarrollo del turismo rural*. Mar del Plata: IV Congreso Argentino y latinoamericano de antropología rural.
- Haristoy, E. (2023). *Carmen de Areco. Breve información histórica*. Obtenido de Lu4aao Radio Club Belgrano: http://lu4aao.org/Breve_historia_Carmen_de_Areco_por_Tito_Haristoy.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC). (16 de mayo de 2023). Obtenido de <https://www.indec.gob.ar/>
- Isaac, G. (2021). El fenómeno del turismo rural: qué elige la gente. *Clarín*.

- Mapa de Barrios Populares*. (16 de mayo de 2023). Obtenido de Registro Nacional de Barrios Populares (RENABAP): <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/renabap/mapa>
- Mariani de Vidal, M. (2004). *Derechos Reales T. I*. Buenos Aires: Ed. Zavalia.
- Matus, C. (2021). *Teoría del Juego Social. 2da Ed*. Remedios de Escalada: De la UNLa - Universidad Nacional de Lanús.
- Municipio de San Andrés de Giles. (2021). *Código de Código de Ordenamiento Urbano y Territorial*. Obtenido de San Andrés de Giles: https://www.sanandresdegiles.gob.ar/sites/default/files/codigo_ordenamiento_2021.pdf
- Observatorio de Barrios Populares*. (16 de mayo de 2023). Obtenido de Registro Nacional de Barrios Populares (RENABAP): <https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/0a127285-4dd0-43b2-b7b2-98390bfd567f/page/klATC>
- Pérez Winter, C. (2013). *Gaucholandia, cuando el patrimonio entra en disputa en San Antonio de Areco*. Buenos Aires: VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- Registro Público Provincial de Villas y Asentamientos Precarios de la provincia de Buenos Aires (RPPVAP)*. (16 de mayo de 2023). Obtenido de Subsecretaría de Hábitat del Ministerio de Desarrollo de la Comunidad de la provincia de Buenos Aires: <http://181.171.117.68/registro/publico/>
- Solari, F., Larran, M., & Lorenzo, E. (1997). *Caracterización de la cuenca del río Areco para su gestión ambiental según parámetros cartográficos*. Chile: Agro-Ciencia.