

PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
PARTIDO DE TIGRE

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**PLAN INTEGRAL DE CONVERSIÓN EN  
DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE DE  
TIGRE. ETAPA 1**

**INFORME FINAL**

**JULIO 2024**

METRIX SA



**TIGRE  
MUNICIPIO**



**CONSEJO FEDERAL  
DE INVERSIONES**



INFORME FINAL

PLAN INTEGRAL DE  
CONVERSIÓN EN DESTINO  
TURÍSTICO INTELIGENTE DE  
TIGRE - ETAPA 1

Julio 2024

## ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>TAREA 1. DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DEL DESTINO</b>                   | <b>12</b> |
| Subtarea 1.1: Reunión de inicio  | 13        |
| Subtarea 1.2: Diagnóstico inicial                                      | 15        |
| 1.2.1 Análisis del eje gobernanza                                      | 16        |
| 1.2.2 Análisis del eje sostenibilidad                                  | 18        |
| 1.2.3 Análisis del eje innovación                                      | 19        |
| 1.2.4 Análisis del eje accesibilidad                                   | 19        |
| 1.2.5 Análisis del eje tecnología                                      | 19        |
| Subtarea 1.3: Relevamiento de evidencias                               | 20        |
| 1.3.1 Análisis general del Destino Tigre                               | 20        |
| 1.3.2 Análisis del Eje GOBERNANZA                                      | 22        |
| 1.3.2.1 Gobierno abierto - Datos abiertos – transparencia              | 23        |
| 1.3.2.2 Sistema MAJOR  | 29        |
| 1.3.2.3 Participación ciudadana  | 29        |
| 1.3.2.4 Presupuesto  | 34        |
| 1.3.2.5 Planeamiento urbano y usos del suelo: Ordenamiento territorial | 34        |
| 1.3.2.6 Plan de Manejo Integral del Delta                              | 36        |
| 1.3.2.7 Movilidad y transporte   | 36        |
| 1.3.2.8 Estadística  | 37        |
| 1.3.2.9. Mapas digitales   | 38        |
| 1.3.2.10 Optimización del espacio público y servicios públicos         | 38        |
| 1.3.3 Análisis del eje SOSTENIBILIDAD                                  | 39        |
| 1.3.3.1 Sostenibilidad AMBIENTAL                                       | 39        |
| 1.3.3.2 Espacios verdes  | 42        |
| 1.3.3.3 Áreas Naturales Protegidas                                     | 42        |
| 1.3.3.4 Gestión de residuos  | 45        |
| 1.3.3.5. Cuidado del agua, aire y suelo                                | 49        |
| 1.3.4 Sostenibilidad ECONÓMICA SOCIAL                                  | 51        |
| 1.3.4.1. Beneficios económicos locales del turismo – empleabilidad     | 51        |
| 1.3.4.2 Género   | 55        |
| 1.3.5 Análisis del eje INNOVACIÓN                                      | 55        |
| 1.3.6 Análisis del eje ACCESIBILIDAD                                   | 56        |
| 1.3.7. Análisis del eje TECNOLOGÍA                                     | 59        |
| 1.3.7.1. Digitalización de trámites                                    | 60        |
| 1.3.7.2. Canales digitales   | 62        |
| 1.3.7.3. Nivel de conectividad telefónica                              | 62        |
| 1.3.7.4. Puntos Wifi   | 64        |
| 1.3.7.5. Otros aspectos  | 65        |

|  |            |
|--|------------|
| 1.3.7.6. Marketing y transformación  | 67         |
| Subtarea 1.4: Entrevista de partes interesadas                                     | 81         |
| 1.4.1. Mapa de actores   | 81         |
| 1.4.2. Entrevistas a funcionarios de la Municipalidad de Tigre                     | 89         |
| Subtarea 1.5: Benchmark de destinos y casos de éxito                               | 90         |
| 1.5.1 Caso de éxito: Medellín como Destino Turístico Inteligente (DTI)             | 90         |
| 1.5.2 Análisis del caso de Málaga como Destino Turístico Inteligente (DTI)         | 91         |
| 1.5.3 Algunas iniciativas alineadas con el modelo DTI en Argentina                 | 93         |
| 1.5.4 Comparativa de avances en destinos DTI en España y Argentina                 | 96         |
| Subtarea 1.6: Ente gestor  | 98         |
| Subtarea 1.7: Construcción del diagnóstico de destino                              | 100        |
| Subtarea 1.8: Presentación del diagnóstico DTI del destino                         | 122        |
| <b>TAREA 2. DISEÑO DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO (OET.TIGRE)</b>           | <b>123</b> |
| Subtarea 2.1. Revisión de procesos inherentes a recolección y explotación de datos | 123        |
| 2.1.1 Relevamientos propios - Demanda turística                                    | 123        |
| Cuestionario de Satisfacción al Turista  | 123        |
| Encuesta de Ocupación Hotelera   | 127        |
| 2.1.2 Relevamientos propios - Oferta Turística                                     | 128        |
| Monitoreo de la oferta turística   | 128        |
| Tarifas  | 132        |
| Empleo en Turismo  | 132        |
| Turismo de reuniones   | 134        |
| 2.1.3 Información de fuentes Secundarias - Demanda Turística                       | 134        |
| Sensor de Autos Pasantes   | 134        |
| Tasa de embarque de servicios fluviales  | 135        |
| Estadísticas de Sitio Web y Redes Sociales   | 136        |
| Visitas a Museos del Municipio   | 136        |
| 2.1.4 Recursos Comunicacionales  | 138        |
| 2.1.5 Puntos de concentración turística y vías de acceso al Municipio              | 139        |
| Subtarea 2.2. Realización de Taller Participativo sobre Necesidades de Información | 142        |
| 2.2.1 Descripción  | 142        |
| 2.2.2 Resultados   | 142        |
| Subtarea 2.3. Elaboración del análisis FODA  | 143        |
| 2.3.1 Fortalezas   | 143        |
| 2.3.2 Oportunidades  | 144        |
| 2.3.3 Debilidades  | 144        |
| 2.3.4 Amenazas   | 145        |
| Subtarea 2.4: Diseño del modelo conceptual del OET.TIGRE                           | 146        |
| 2.4.1 Arquitectura de la información y los subsistemas                             | 148        |

|  |            |
|--|------------|
| Subsistema de Oferta Turística   | 148        |
| Subsistema de Demanda Turística  | 148        |
| Subsistema de Impacto Económico  | 149        |
| Subsistema de Estudios Especiales  | 149        |
| 2.4.2 Fuentes de generación y captación de datos   | 149        |
| Relevamientos propios  | 150        |
| Relevamientos de fuentes secundarias   | 151        |
| 2.4.3 Metodología y Frecuencia de Distribución y Procesamiento de las estadísticas                                       | 152        |
| Medios de Procesamiento  | 152        |
| Medios de Elaboración  | 153        |
| Medios de Distribución   | 154        |
| 2.4.4 Programa de relevamiento prioritario de la oferta y demanda turística  | 154        |
| 2.4.5 Procesos y requisitos que intervendrán en la administración, actualización y control del sistema y sus subsistemas | 155        |
| 2.4.6 Lineamientos y requisitos para la formulación de convenios institucionales.  | 158        |
| 2.4.7 Estructura organizacional de gestión del OET.Tigre   | 159        |
| 2.4.8 Diseño de la Identidad Visual  | 162        |
| 2.4.9 Definición de la Analítica de Datos para la toma de decisiones   | 164        |
| Subtarea 2.5: Definición de metodología de medición y relevamiento de datos  | 165        |
| 2.5.1 Subsistema de Oferta Turística   | 165        |
| Monitoreo de la oferta turística   | 166        |
| Encuesta de Actividad en Alojamientos  | 168        |
| 2.5.2 Subsistema de Demanda Turística  | 170        |
| Monitoreo de flujo de excursionistas   | 171        |
| Encuesta a Visitantes  | 172        |
| 2.5.3 Subsistema de Impacto Económico  | 178        |
| 2.5.4 Subsistema de Estudios Especiales  | 179        |
| Subtarea 2.6: Elaboración de cuestionarios, formularios u otros medios de relevamiento de datos.                         | 179        |
| 2.6.1 Monitoreo de la Oferta Turística   | 179        |
| 2.6.2 Encuesta de Actividad en Alojamientos  | 182        |
| 2.6.3 Encuesta a Visitantes  | 184        |
| Subtarea 2.7: Elaboración del manual metodológico  | 189        |
| <b>TAREA 3. IMPLEMENTACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO (OET.TIGRE)</b>                     | <b>190</b> |
| 3.1 Encuesta de Actividad en Alojamientos  | 190        |
| 3.2 Encuesta a Visitantes F2F  | 191        |
| 3.3 Encuesta a Visitantes OIT  | 192        |
| 3.4 Encuesta a Visitantes QR   | 192        |

|  |            |
|--|------------|
| 3.5 Monitoreo de Flujo de Excursionistas   | 193        |
| 3.6 Procesamiento de Datos Prueba Piloto   | 193        |
| <b>TAREA 4. DIAGNÓSTICO Y CONFIGURACIÓN DE LA PLATAFORMA DE GESTIÓN, PROCESAMIENTO Y ANALÍTICA DE DATOS TURÍSTICOS</b> | <b>194</b> |
| Subtarea 4.1: Relevamiento de las capacidades y herramientas actuales del destino.                                     | 194        |
| Subtarea 4.2: Configuración de datos para la plataforma  | 196        |
| <b>TAREA 5. IMPLANTACIÓN DE PLATAFORMA DE GESTIÓN, PROCESAMIENTO Y ANALÍTICA DE DATOS TURÍSTICOS</b>                   | <b>196</b> |
| 5.1 Activación de servicios y Usuarios   | 196        |
| 5.2 Seteo de formularios de carga de datos   | 197        |
| 5.2.1 Monitoreo de Oferta Turística  | 198        |
| 5.2.2 Encuesta de Actividad en Alojamientos  | 199        |
| 5.2.3 Encuesta a Visitantes F2F  | 201        |
| 5.2.3 Encuesta a Visitantes OIT  | 204        |
| 5.3 Seteo de tablero de datos  | 205        |
| 5.4 Capacitación de usuarios y entrega del manual de uso   | 227        |
| 5.5: Presentación pública de la plataforma   | 229        |
| <b>TAREA 6. IMPLEMENTACIÓN DEFINITIVA DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO (OET.TIGRE)</b>                            | <b>231</b> |
| <b>ANEXO</b>   | <b>233</b> |
| I. Actores clave de interés (stakeholders)   | 233        |
| II. Taller de Necesidades de Información   | 234        |
| III. Taller de Diagnóstico DTI   | 237        |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1: Participantes de la reunión de inicio de la asistencia técnica             | 14  |
| Tabla 2: Normativas vigentes  | 26  |
| Tabla 3: Planificado / Ejecutado capacitaciones 2023                                | 53  |
| Tabla 4: Antecedentes actuales de producción de estadísticas en turismo en Tigre    | 123 |
| Tabla 5: Cantidad de plazas por alojamiento y porcentaje sobre el total. Marzo 2024 | 131 |
| Tabla 6: Cantidad de plazas por sector y porcentaje sobre el total. Marzo 2024      | 131 |
| Tabla 7: Relevamientos del OET.TIGRE  | 150 |
| Tabla 8: Periodicidad de relevamientos propios                                      | 155 |
| Tabla 9: Participantes de la reunión de resultados Prueba Piloto                    | 193 |
| Tabla 10: Resultados principales prueba piloto                                      | 194 |
| Tabla 11: Participantes de la reunión de resultados Prueba Piloto                   | 195 |
| Tabla 12: Roles y permisos de los usuarios de la plataforma BIN                     | 197 |
| Tabla 13: Participantes de la reunión de presentación de la plataforma BIN          | 229 |
| Tabla 14: Participantes de la reunión de presentación de la plataforma BIN          | 231 |
| Tabla 15: Listado de stakeholders   | 233 |
| Tabla 16: Listado de participantes taller de Necesidades de Información             | 234 |
| Tabla 17: Listado de participantes taller de Diagnóstico DTI en el destino          | 237 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Captura de pantalla de reunión de inicio   | 12 |
| Figura 2: Figura de resumen “autodiagnóstico Tigre”  | 14 |
| Figura 3: Nota de la Subsecretaría de Turismo de Tigre detallando el staff del organismo         | 20 |
| Figura 4: Sección “Gestión para el vecino” - Sitio Web Municipio                                 | 21 |
| Figura 5: Sección “Resolvé tus trámites” - Sitio Web Municipio                                   | 22 |
| Figura 6: Digesto municipal  | 23 |
| Figura 7: Ordenanza 3727/20  | 24 |
| Figura 8: Plataforma web de gestión de datos abiertos  | 25 |
| Figura 9: Sección “Participación Ciudadana” - Plataforma gestión de datos abiertos               | 26 |
| Figura 10: Datos abiertos Tigre  | 26 |
| Figura 11: Búsqueda de datos de Turismo en Datos abiertos Tigre                                  | 27 |
| Figura 12: Sistema Mayor   | 27 |
| Figura 13: Plataforma Web de Participación Ciudadana   | 28 |
| Figura 14: Plataforma Web de Consulta Ciudadana  | 29 |
| Figura 15: Plataforma Web de Reuniones con los Vecinos   | 29 |
| Figura 16: Plataforma Web de Propuestas para Tigre   | 30 |
| Figura 17: Consejos consultivos  | 31 |
| Figura 18: Libro de quejas y sugerencias   | 31 |
| Figura 19: Tigre Sirve   | 32 |
| Figura 20: Formulario de contacto - Tigre Sirve  | 32 |
| Figura 21: Código de Zonificación  | 33 |
| Figura 22: Tótem Digital en Estación Fluvial   | 34 |
| Figura 23: Estadísticas turísticas   | 36 |
| Figura 24: Mapa digital  | 36 |
| Figura 25: Equipo municipal realizando una muestra de agua superficial                           | 38 |
| Figura 26: Listado de los puntos de muestreo de agua   | 38 |
| Figura 27: Sitios de monitoreo   | 39 |
| Figura 28: Sitios de monitoreo RIIGLO  | 39 |
| Figura 29: Portal de cianobacterias  | 40 |
| Figura 30: Reinserción de fauna en la reserva natural municipal del Rio Carapachay               | 41 |
| Figura 31: Visitas a Monte Blanco  | 42 |
| Figura 32: Planilla de Registro de Visitas   | 42 |
| Figura 33: Programa Recicla  | 44 |
| Figura 34: Ecopuntos - Programa Recicla  | 44 |
| Figura 35: Georreferenciación de los Ecopuntos - Programa Recicla                                | 45 |
| Figura 36: Programa Recicla  | 45 |
| Figura 37: Certificado de Tratamiento y Disposición Final de Residuos Sólidos - Programa Recicla | 46 |
| Figura 38: Taller de compostaje  | 46 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 39: Inspecciones regulares a industrias                                     | 47 |
| Figura 40: Inspecciones totales, según tipo. Años 2022 - 2023                      | 48 |
| Figura 41: Actas realizadas, según tipo. 2022 - 2023                               | 48 |
| Figura 42: Planilla Empleos Sector Privado   | 49 |
| Figura 43: Capacitación al área de tránsito del municipio                          | 50 |
| Figura 44: Portal de Empleo Tigre  | 51 |
| Figura 45: Instagram Comunidad Tigre   | 52 |
| Figura 46: Instagram Tigre Municipio   | 52 |
| Figura 47: Género  | 53 |
| Figura 48: Cartelera en vías pública, baja con sistema QR para mejor lectura       | 54 |
| Figura 49: Mostrador bajo  | 55 |
| Figura 50: Rampa de acceso a información turística                                 | 55 |
| Figura 51: Capacitación para la elaboración de menú sin TACC                       | 56 |
| Figura 52: Capacitaciones sobre discapacidad y políticas inclusivas                | 56 |
| Figura 53: Prestadores accesibles  | 57 |
| Figura 54: Base proveedores Sistema Mayor  | 58 |
| Figura 55: Base de datos de prestadores  | 59 |
| Figura 56: Tarifario vigente   | 59 |
| Figura 57: Antenas 4G Enacom   | 60 |
| Figura 58: Mapas de cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G. Prestador: Claro    | 61 |
| Figura 59: Mapas de cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G. Prestador: Movistar | 61 |
| Figura 60: Mapas de cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G. Prestador: Personal | 62 |
| Figura 61: Tigre Wifi  | 62 |
| Figura 62: Georreferenciación - Tigre Wifi   | 63 |
| Figura 63: Compra en Tigre   | 64 |
| Figura 64: Origen Tigre  | 64 |
| Figura 65: Marca turística   | 66 |
| Figura 66: Perfil de Facebook Viví Tigre   | 67 |
| Figura 67: Gráfica Tigre   | 67 |
| Figura 68: Sitio web turístico oficial de Tigre                                    | 68 |
| Figura 69: Sitio web turístico oficial de Tigre                                    | 69 |
| Figura 70: Sitio web turístico oficial de Tigre                                    | 69 |
| Figura 71: Turismo Tigre Municipio   | 70 |
| Figura 72: Instagram Tigre   | 71 |
| Figura 73: Perfil Tigre Turismo  | 72 |
| Figura 74: Facebook Tigre  | 73 |
| Figura 75: Fotos publicadas por el perfil Tigre – destino turístico                | 73 |
| Figura 76: Tigre   | 74 |
| Figura 77: Perfil del canal de Youtube Viví Tigre - Turismo                        | 74 |
| Figura 78: Perfil de Twitter - Tigre   | 75 |
| Figura 79: Posteos Perfil Twitter - Tigre  | 76 |
| Figura 80: Presencia de Tigre en medios de prensa del sector turístico             | 77 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 81: Presencia de Tigre Destinos Turístico en la Feria FIT – Ciudad de Buenos Aires, edición 2022        | 77  |
| Figura 82: Mapa de actores Tigre   | 79  |
| Figura 83: Conocimiento DTI de los prestadores   | 80  |
| Figura 84: Conocimiento DTI de los prestadores   | 80  |
| Figura 85: Cuestionario de Satisfacción al Turista   | 121 |
| Figura 86: Cantidad de visitantes, en miles, según residencia. Ene 2017 - Oct 2023                             | 122 |
| Figura 87: Porcentaje de visitantes nacionales según lugar de residencia. Ene 2023 - Oct 2023                  | 122 |
| Figura 88: Porcentaje de visitantes extranjeros según país de residencia. Ene 2023 - Oct 2023                  | 123 |
| Figura 89: Total de visitantes en Recreos, en miles. Ene 2010- Feb 2023  | 123 |
| Figura 90: Formulario Encuesta de Ocupación Hotelera   | 124 |
| Figura 91: Ocupación hotelera en el Municipio de Tigre. Enero 2022 - Marzo 2024                                | 125 |
| Figura 92: Cantidad de prestadores turísticos, según rubro. Marzo 2024   | 126 |
| Figura 93: Cantidad de prestadores turísticos, según localidad. Marzo 2024                                     | 127 |
| Figura 94: Cantidad de empleados totales en turismo y el porcentaje de aquellos que residen en Tigre. Año 2023 | 130 |
| Figura 95: Cantidad de empleados en turismo en Tigre, según rubro. Año 2023                                    | 131 |
| Figura 96: Visualización de resultados del sensor de autos en el Panel Web                                     | 132 |
| Figura 97: Cantidad de autos transitados por el sensor de la Avenida Ubieto, en miles. Junio 2023 - Marzo 2024 | 132 |
| Figura 98: Tickets totales vendidos para embarque, en miles. Enero 2014 - Febrero 2024                         | 133 |
| Figura 99: Total de visitantes a Museos, en miles. Enero 2010- Febrero 2023                                    | 134 |
| Figura 100: Estadísticas del Sitio Web   | 134 |
| Figura 101: Recurso comunicacional de las estadísticas turísticas del Municipio de Tigre                       | 135 |
| Figura 102: Puntos de concentración turística y vías de acceso al Partido de Tigre                             | 138 |
| Figura 103: Subsistemas de información del OET.Tigre   | 145 |
| Figura 104: Estructura organizacional del OET.Tigre  | 156 |
| Figura 105: Encuesta de Actividad en Alojamientos  | 187 |
| Figura 106: Reunión sobre las capacidades y herramientas actuales del destino                                  | 190 |
| Figura 107: ABM Monitoreo de oferta turística  | 192 |
| Figura 108: Formulario Monitoreo de oferta turística   | 193 |
| Figura 109: ABM Encuesta de actividad en alojamientos  | 194 |
| Figura 110: Formulario Encuesta de Actividad en Alojamientos   | 194 |
| Figura 111: ABM Encuesta a visitantes F2F  | 195 |
| Figura 112: Formulario Encuesta a visitantes F2F   | 196 |
| Figura 113: Formulario Encuesta a visitantes F2F   | 196 |
| Figura 114: Formulario Encuesta a visitantes F2F   | 197 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 115: Formulario Encuesta a visitantes OIT                      | 198 |
| Figura 116: Formulario Encuesta a visitantes OIT                      | 199 |
| Figura 117: Panel - Tablero General - Plataforma BIN                  | 200 |
| Figura 118: Panel - Proyecciones - Plataforma BIN                     | 201 |
| Figura 119: Panel - Atractivos - Plataforma BIN                       | 202 |
| Figura 120: Panel - Alojamientos - Plataforma BIN                     | 203 |
| Figura 121: Panel - Gastronomía - Plataforma BIN                      | 204 |
| Figura 122: Panel - Valoración del destino - General - Plataforma BIN | 205 |
| Figura 123: Panel - Redes Sociales - Plataforma BIN                   | 206 |
| Figura 124: Panel - Redes Sociales - Plataforma BIN                   | 207 |
| Figura 125: Panel - Redes Sociales - Plataforma BIN                   | 208 |
| Figura 126: Panel - Portales Web - Plataforma BIN                     | 209 |
| Figura 127: Perfil del visitante - Alojamiento - Plataforma BIN       | 209 |
| Figura 128: Perfil del visitante - Origen - Plataforma BIN            | 210 |
| Figura 129: Perfil del visitante - Características - Plataforma BIN   | 211 |
| Figura 130: Perfil del visitante - Características - Plataforma BIN   | 212 |
| Figura 131: Perfil del visitante - Gasto - Plataforma BIN             | 213 |
| Figura 132: Perfil del visitante - Transporte- Plataforma BIN         | 214 |
| Figura 133: Oferta y competitividad - Alojamientos - Plataforma BIN   | 215 |
| Figura 134: Oferta y competitividad - Alojamientos - Plataforma BIN   | 215 |
| Figura 135: Oferta y competitividad - Oferta - Plataforma BIN         | 216 |
| Figura 136: Oferta y competitividad - Competitividad - Plataforma BIN | 217 |
| Figura 137: Economía - Actividad y Empleo - Plataforma BIN            | 218 |
| Figura 138: Economía - Inflación y tipo de cambio - Plataforma BIN    | 219 |
| Figura 139: Economía - Brasil - Plataforma BIN                        | 220 |
| Figura 140: Capacitación sobre plataforma BIN                         | 221 |
| Figura 141: Capacitación sobre plataforma BIN                         | 222 |
| Figura 142: Presentación plataforma BIN                               | 223 |
| Figura 143: Implementación definitiva del OET.Tigre                   | 225 |
| Figura 144: Taller Participativo sobre Necesidades de Información     | 230 |
| Figura 145: Presentación del diagnóstico DTI del destino              | 232 |

## TAREA 1. DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DEL DESTINO

El turismo se comprende, ya desde larga data, como un fenómeno económico y social en constante cambio. En esa continua dinámica, fluyen nuevas concepciones y sistemas metodológicos en la búsqueda de darle mejores respuestas y adaptabilidad de la actividad turística bajo la mirada de las necesidades actuales.

Una de esas concepciones con mayor vigencia es la actuación bajo la metodología de “Destinos turísticos inteligentes (DTI)”, sistema que parte como base de los Smart Cities o Ciudades Inteligentes adaptadas a la realidad turística.

Argentina optó por no quedarse al margen de esa tendencia, adoptando y adecuando la metodología de DTI a la coyuntura local. En contexto pandémico, surge en el país la “Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes” (Red DTI-Ar) que tomó el desafío de customizar el modelo español (surgido de la mano de Segittur) a la realidad local.

Como resultado de ello, en primer lugar, la Red DTI-Ar ha definido lo que comprende como DTI.

Un DTI es un destino que gestiona adecuada y coordinadamente la información, particularmente en los procesos de recolección, ordenamiento, priorización, utilización y apertura de datos, para la planificación, gestión, gobernanza y monitoreo de las estrategias que mejoren su sostenibilidad, accesibilidad y resiliencia, impactando directamente en la calidad de vida de los ciudadanos y en la experiencia turística de los visitantes.<sup>1</sup>

Inicialmente, la Red DTI-Ar estructuró sus ejes metodológicos en siete, a saber: Gobernanza, Tecnología, Accesibilidad, Transporte, Innovación, Sostenibilidad y Marketing y Transformación. En base a estos ejes diseñó un conjunto de indicadores preliminares para obtener un diagnóstico inicial del destino, evaluando el estado de una localidad respecto al modelo DTI. Este proceso incluyó la elaboración de un autodiagnóstico compuesto por setenta y nueve indicadores de gestión.

Con el surgimiento de la norma IRAM DTI 42.101, en la cual se estructuraron los ejes temáticos del modelo en cinco categorías, la Red DTI-Ar adecua su sistema de ejes transversales a lo aprobado en dicha norma. Como resultado, los ejes se redujeron, y los indicadores fueron reacondicionados y actualizados de acuerdo con la norma, atento que en ella se establecieron especificaciones técnicas y criterios consensuados por diversos actores con el fin de asegurar calidad, seguridad y eficiencia de la gestión inteligente de un destino.

---

<sup>1</sup> Sitio Web Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes - <https://www.reddti-ar.com.ar/>

Bajo este prisma, estructura la metodología DTI en 5 ejes de actuación que son la Gobernanza, la Sostenibilidad, la Innovación, la Tecnología, y la Accesibilidad.

Atendiendo el caso de la localidad de Tigre, cuyo objetivo es iniciar el camino de transformación bajo un plan rector para convertirse en Destino Turístico Inteligente, amerita confeccionar a priori un diagnóstico de situación para analizar su situación actual en comparativa con los requisitos del modelo DTI imperante en Argentina.

### **Subtarea 1.1: Reunión de inicio**

El día 22/02/2024 se llevó a cabo la reunión de inicio de la asistencia técnica, la cual contó con la participación de las personas que se listan a continuación, pertenecientes tanto al equipo de la Subsecretaría de Turismo de Tigre como al equipo técnico de Metrix. La reunión fue realizada con la finalidad de consensuar entre las partes el cronograma de trabajo y las fechas para los relevamientos en territorio. Además de solicitarle información al equipo del Municipio.

Tabla 1: Participantes de la reunión de inicio de la asistencia técnica

| Nombre                   | Cargo   |
|--------------------------|---|
| Alejandro Suárez Pieszko | Director de Turismo - Subsecretaría de Turismo de Tigre                       |
| Isis Tosi                | Responsable de Estadísticas - Subsecretaría de Turismo de Tigre               |
| Guido Baldasarre         | Responsable del Área Circuitos Turísticos - Subsecretaría de Turismo de Tigre |
| Sofía Duran              | Agente de Turismo dentro del Área de desarrollo y promoción                   |
| Camilo Makón             | Equipo Técnico Metrix   |
| Luca Singerman           | Equipo Técnico Metrix   |
| Lautaro de Laurentiis    | Equipo Técnico Metrix   |

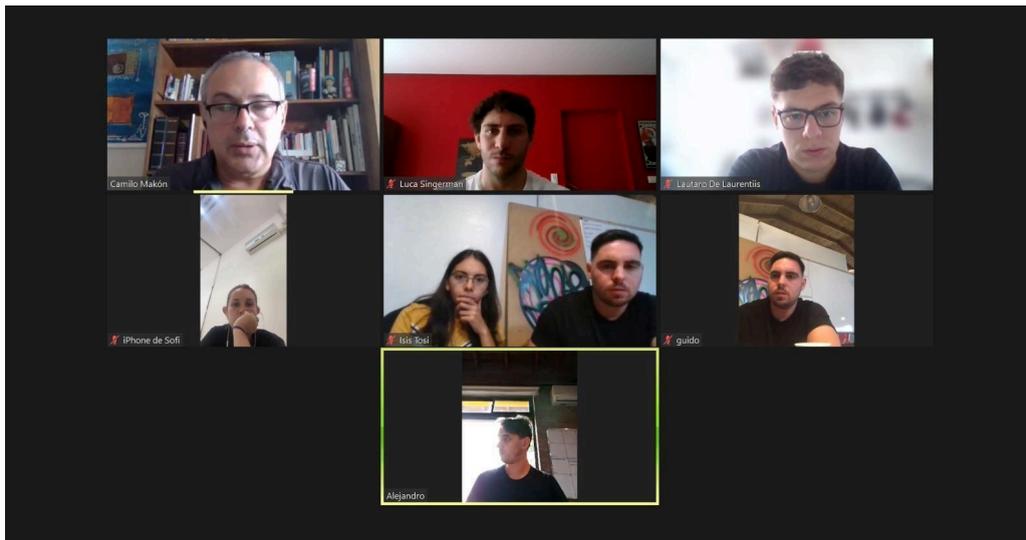


Figura 1: Captura de pantalla de reunión de inicio

Fuente: elaboración propia

- Solicitud de antecedentes:

**Requerimiento de información (fecha límite: 29/02/2024):** Se requirió la siguiente información el equipo de la Subsecretaría de Turismo de Tigre:

- Análisis de indicadores → [Link Tablero](#)
- Requerimiento de información → [Link Tablero](#)
- Organigrama de la Subsecretaría de Turismo

- Identificación preliminar de actores clave de interés (*stakeholders*<sup>2</sup>):

Se han identificado una amplia gama de actores clave que, en tanto fuentes y usuarios de la información, desempeñan un papel fundamental en la recopilación de datos relevantes para el Observatorio Económico de Turismo de Tigre. Estos *stakeholders* provienen de diversos sectores, incluyendo el sector público, el sector privado, el sector académico y las entidades relacionadas con el trabajo y el transporte.

<sup>2</sup>Stakeholders: Partes interesadas. En relación al proyecto, se trata de aquellas personas y colectivos que están interesados, de un modo u otro, en la temática a abordar. Que poseen participación en relación a la temática, que se vinculan con la misma.

En el sector público las autoridades gubernamentales desempeñan un papel fundamental al proporcionar datos estadísticos provenientes de diferentes áreas de gobierno.

Por otro lado, el sector privado representado por las entidades empresariales, contribuyen con información sobre la actividad económica - turística, las tendencias del mercado y las necesidades del sector.

Además, el sector académico aporta conocimientos especializados, investigaciones y análisis que enriquecen la comprensión del turismo en el municipio, mientras las entidades de trabajo y transporte proporcionan datos sobre la infraestructura y la movilidad que son esenciales para el análisis integral de la economía turística de Tigre.

En conjunto, la colaboración de los diversos *stakeholders* garantiza que el Observatorio Económico de Turismo de Tigre cuente con información precisa y actualizada para respaldar el desarrollo sostenible de turismo en la provincia. (Ver en Anexo el listado de *stakeholders*)

## **Subtarea 1.2: Diagnóstico inicial**

El presente análisis se basa en los resultados de la elaboración, por parte del organismo público de turismo de Tigre, del instrumento de Autodiagnóstico.

**Instrumento de validación:** “Autodiagnóstico DTI” [Autodiagnóstico DTI Tigre](#)  
(En el archivo es posible visualizar el resultado del autodiagnóstico realizado por el destino Tigre, abordando cada uno de los indicadores solicitados).

**Fecha confección:** 28 febrero de 2024

**Actor clave:** Subsecretaria de Turismo de Tigre

**Definición:** El Autodiagnóstico DTI es una herramienta que permite a un destino tener una imagen, una radiografía del destino en relación con los ejes transversales del modelo DTI y así conocer su grado de adecuación a la metodología bajo el análisis de los indicadores señalados en cada pilar del modelo, lo que contribuye a diagramar políticas públicas fundamentadas en la realidad local.

Un autodiagnóstico de un destino turístico es una evaluación interna realizada por las autoridades locales o los gestores del destino para analizar y comprender el

estado actual de diversos aspectos del turismo en la localidad. Este proceso implica la recopilación y el análisis de datos sobre diferentes áreas clave. Los resultados de un autodiagnóstico pueden servir como base para tomar decisiones informadas y diseñar políticas que fomenten el crecimiento y la competitividad del destino bajo la mirada DTI. Por definición, se basa en una serie de indicadores y métricas específicas más no conlleva evidencias ni normativa alguna, las cuales serán relevadas a posteriori cuando se trabaje sobre el diagnóstico y plan de mejora del destino.

El autodiagnóstico utilizado es una adecuación del confeccionado por la Red DTI-Ar, red de la cual la municipalidad de Tigre forma parte activa. Para comprender el nivel de cumplimiento se procederá a analizar los principales indicadores arrojados de dicho instrumento.



Figura 2: Figura de resumen "autodiagnóstico Tigre"

Fuente: Elaboración propia

### 1.2.1 Análisis del eje gobernanza

A la hora de pensar en el "Turismo como política de estado" resulta habitual, como primera instancia, analizar la ubicación del Organismo Público de Turismo en el marco de la estructura municipal.

En Tigre el área de Turismo está englobada en la Secretaría de Desarrollo Económico y Relaciones con la comunidad, a cargo de Emiliano Mansilla. Y a su vez posee una estructura propia en forma de Subsecretaría de Turismo a cargo de Natalia Cazzola. Dicha estructura se completa con un Director General, Alejandro Pieszko y dos coordinadores con rango de Director: coordinador circuitos turísticos (Guido Baldassarre) y coordinador servicios turísticos (Isis Tosi).

Dada la envergadura de la actividad turística del destino, resulta indudable que requiere una entidad propia, que se exprese en el organigrama municipal. Esta visión luego se expresa en aspectos tales como asignación presupuestaria, posibilidad de integrar las problemáticas del área en el seno del Gabinete del Intendente Municipal.

En el aspecto presupuestario, tal cual lo expresado en el autodiagnóstico, el presupuesto asignado ingresa a la Secretaría y a su vez, los fondos generados por el propio organismo, ingresan a Hacienda para su asignación a distintas áreas.

El organismo posee recursos humanos distribuidos en distintos roles de importancia para las funciones asignadas, aunque se registra una baja formación académica, específica del sector. De 22 empleados, 14 son mujeres. Es decir, una alta participación del género.

En términos de planificación operativa y estratégica se evidencia la necesidad de contar con el diseño de herramientas de planificación, entre ellas la necesidad explicitada de contar con un Plan Estratégico del destino, de cara al futuro.

En términos de instrumentos para la gobernanza público privadas se evidencia la inexistencia de estructura institucionalizada para formalizar la relación público-privada en la gestión del destino (por ejemplo, estructura de Ente mixto), más allá de que el organismo realiza un trabajo de articulación permanente de acciones y contacto fluido con los integrantes de la cadena de valor turístico.

En aspectos territoriales de planificación y diseño, el destino cuenta con un Plan de ordenamiento Territorial, aunque el organismo público de turismo no ha participado en la generación y construcción de dicho plan, aspecto de gran importancia para incluir en su diseño las necesidades y particularidades del sector, más aún analizando las características geográficas del destino.

A la hora de analizar la orientación de las políticas públicas sobre la base de una gestión “basada en datos”, aspecto fundante de la mirada DTI, si bien el organismo posee la clara determinación de recabar datos, sistematizarlos y estructurarlo para obtener resultados que orienten la gestión, es evidente que existe mucho trabajo por hacer. Indudablemente el hecho de encontrarse en estos momentos desarrollándose un abordaje integral de la temática por parte de este proyecto, producirá un salto cuali y cuantitativo en este tema.

## **Datos abiertos y transparencia**

Si bien el Municipio realiza acciones de forma permanente sobre esta temática (evidenciándose en la propia página web de la gestión), resulta necesario

incluir un apartado con datos abiertos y transparencia de gestión, específicas del Turismo de Tigre.

En lo referido a Participación Ciudadana y atención al público, el organismo realiza de manera periódicas distintas acciones, en general de carácter presencial y grupal, con la cadena de valor. Se sugiere la inclusión de espacios digitales para atender las necesidades tanto de los turistas como de la cadena de valor turística.

La movilidad turística resulta una problemática compleja dadas las características geográficas del destino. Y en tanto lo evidenciado en el diagnóstico, resulta de importancia trabajar tanto en pos de fortalecer la oferta de movilidad como de generar la incorporación de modelos basados en la sostenibilidad y la accesibilidad universal.

### **1.2.2 Análisis del eje sostenibilidad**

Analizaremos algunos indicadores relacionados con la temática a los fines de evaluar la situación del destino.

Se evidencia la falta de acciones tendientes al abordaje de distintos aspectos relacionados a la sostenibilidad turística del destino, entendiendo que a partir de esta mirada se podrán encontrar oportunidades de mejora.

Cambio climático: No se evidencian acciones puntuales al respecto

Energías renovables: No se evidencian acciones al respecto.

Estímulo a la utilización de arquitectura sustentable: No se evidencian acciones al respecto.

Desarrollo local: Se sugiere profundizar en acciones y estrategias para aportar al desarrollo local desde el abordaje y las potencialidades de la actividad turística.

Se identifican acciones orientadas a la conservación y valorización de espacios verdes. Más allá de ello, se sugiere analizar y desarrollar estrategia de conservación de espacios naturales, fundamentalmente en el espacio territorial de islas, especialmente en lo referido a determinar espacios protegidos aptos para el ingreso de visitantes. En tal sentido, a su vez, analizar la posibilidad de instrumentar la instalación de recursos tecnológicos que aporten soluciones para la conservación del ambiente, fundamentalmente en el espacio de las Islas del Delta. A su vez se sugiere la implementación de acciones en pos de la sensibilización, capacitación y estímulo orientados a que los distintos emprendimientos de la cadena de valor turístico incrementen e incorporen acciones planificadas de gestión ambiental.

La movilidad turística resulta una problemática compleja dadas las características geográficas del destino. Y en tanto lo evidenciado en el diagnóstico, resulta de importancia trabajar tanto en pos de fortalecer la oferta de movilidad como de generar la incorporación de modelos basados en la sostenibilidad y la accesibilidad universal.

### **1.2.3 Análisis del eje innovación**

Si bien el municipio de Tigre cuenta con un área específica que aborda la temática, se recomienda analizar la posibilidad de incorporar un área específica en el marco del organismo público de turismo que desarrolle estrategias, acciones, planes y proyectos orientados tanto al propio sector público como a los empresarios locales, en pos de desarrollar al destino bajo conceptos y preceptos de la innovación turística.

En la actualidad, si bien se evidencia la intencionalidad por parte de las autoridades, de instalar la temática, resulta necesario desarrollar acciones de manera integradas con un marco de planificación a corto, mediano y largo plazo.

### **1.2.4 Análisis del eje accesibilidad**

Desde el área de Turismo local se han instrumentado distintas acciones orientadas a adoptar el destino bajo los preceptos de la accesibilidad turística. Resulta claro que las particularidades territoriales del Partido en cuanto a su geografía, distribución y espacios de desarrollo turístico, son particularmente complejas a los fines de lograr un destino turístico accesible.

Las barreras naturales de un espacio de islas, las dificultades para el traslado a dichos lugares, las particularidades del terreno, etc. generan dificultades de accesibilidad para todas y todos.

Así y todo, resultará de gran valor sensibilizar a la cadena de valor turístico, estimular la incorporación de nuevas tecnologías que aportan para hacer de los emprendimientos ámbitos de accesibilidad. Reorientar la mirada de los prestadores turísticos hacia conceptos de accesibilidad universal, fundamentalmente en espacios naturales.

### **1.2.5 Análisis del eje tecnología**

Se evidencian disparidades en cuanto a la incorporación de recursos tecnológicos en el destino.

El uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones requiere la instrumentación de acciones puntuales por parte del organismo. Algunos de sus componentes requieren articular y negociar con empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones, particularmente Internet (ver evidencias). Otras acciones requieren el estímulo para la incorporación de nuevas tecnologías en el sector privado.

Se identifican oportunidades de mejora en este eje, relacionados con la incorporación de nuevas tecnologías.

## **Marketing**

El área de Turismo de Tigre cuenta con una marca propia desde hace ya muchos años, una marca sólida y posicionada con el tiempo, que trasciende las distintas gestiones pero que de manera dinámica se adapta a las nuevas tendencias del destino.

La comunicación del destino se realiza desde el área específica, pero de manera articulada con el área de comunicación institucional de Tigre, generando un trabajo conjunto, así como una sinergia de cara a la tarea de comunicación y promoción del destino. Dicha comunicación y promoción se la piensa y ejecuta bajo los preceptos de un rol activo desde un modelo de gobernanza, articulando la comunicación institucional con la generación de espacios para promocionar de manera transversal y asociativa los distintos emprendimientos que conforman la cadena de valor turística.

## **Subtarea 1.3: Relevamiento de evidencias**

### **1.3.1 Análisis general del Destino Tigre**

A la hora de pensar en el “Turismo como política de estado” resulta habitual, como primera instancia, analizar la ubicación del Organismo Público de Turismo en el marco de la estructura municipal.

En Tigre el área de Turismo está englobada en la **Secretaría de Desarrollo Económico y Relaciones con la Comunidad**, a cargo de Emiliano Mansilla. A su vez posee una estructura propia en forma de **Subsecretaría de Turismo** cuya responsabilidad es de Natalia Cazzola.

El acto administrativo de designación de la Subsecretaría corresponde al [Decreto 2190/23](#) que se acompaña como evidencia.

Dicha estructura se completa con un Director General, cuya función está en manos de Alejandro Pieszko y dos coordinadores con rango de Director: El

Coordinador Circuitos Turísticos, al frente de Guido Baldassarre y el Coordinador Servicios Turísticos, Isis Tosi.

Nota: Cabe destacar que es loable que el municipio de Tigre trabaja bajo la política de Open Data. Para ello utiliza la plataforma <http://datosabiertos.tigre.gob.ar>

Sin embargo, al momento de hacer la búsqueda correspondiente en dicho portal, los datos arrojados carecen de vigencia atento que corresponden a junio 2023, siendo que ha habido cambio de gestión en diciembre de dicho año.

<http://datosabiertos.tigre.gob.ar/dataset/organigrama-del-municipio-de-tigre/archivo/d75dc8f2-8b4e-4039-a120-92c32dbb7682>

Por otro lado, desde el sitio oficial <https://www.tigre.gob.ar/gobierno> al pretender ingresar al apartado “Organigrama” pide logearse.

Finalmente, en la búsqueda en el “Digesto” arroja que el último organigrama cargado corresponde al año 2021.

[http://servicios.tigre.gob.ar/digesto/index.php?option=com\\_content&view=category&id=82:organigrama&layout=blog&Itemid=226&layout=default](http://servicios.tigre.gob.ar/digesto/index.php?option=com_content&view=category&id=82:organigrama&layout=blog&Itemid=226&layout=default)

Dada la envergadura de la actividad turística del destino, resulta indudable que requiere una entidad propia, que se exprese en el organigrama municipal. Esta visión luego se expresa en aspectos tales como asignación presupuestaria, posibilidad de integrar las problemáticas del área en el seno del Gabinete del Intendente Municipal, entre otras aristas.

El organismo posee recursos humanos distribuidos en distintos roles de importancia para las funciones asignadas, aunque se registra una baja formación académica, específica del sector. La mayoría cumple funciones de informantes turísticos y cuadros técnicos.

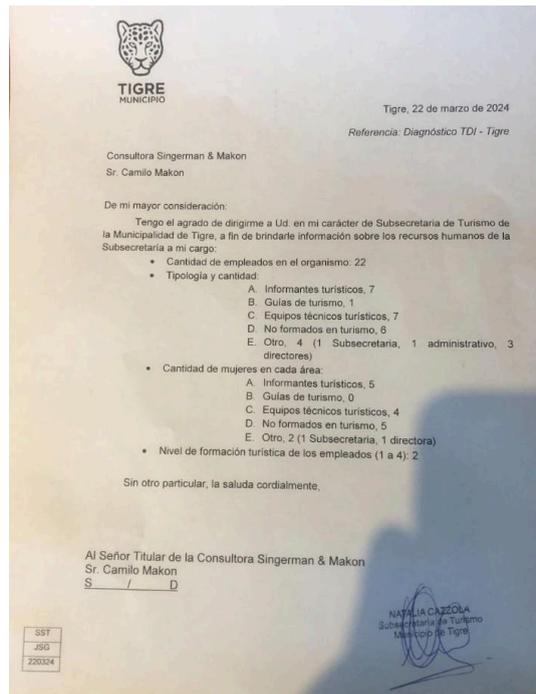


Figura 3: Nota de la Subsecretaría de Turismo de Tigre detallando el staff del organismo

Fuente: Subsecretaría de Turismo de Tigre

### 1.3.2 Análisis del Eje GOBERNANZA

En términos de planificación operativa y estratégica existe una clara necesidad de desarrollar herramientas de planificación, entre ellas la de contar con un Plan Estratégico del destino, de cara al futuro.

Uno de los puntos cruciales que emana del autodiagnóstico es que, en términos de instrumentos para la gobernanza público privadas, se evidencia la inexistencia de estructura institucionalizada para formalizar la relación público-privada en la gestión del destino (por ejemplo, estructura de Ente mixto), más allá de que el organismo realiza un trabajo de articulación permanente de acciones y contacto fluido con los integrantes de la cadena de valor turístico.

En aspectos territoriales de planificación y diseño, el destino cuenta con un Plan de ordenamiento Territorial, vigente desde el año 1999, aunque el organismo público de turismo no ha participado en la generación y construcción de dicho plan, aspecto de gran importancia para incluir en su diseño las necesidades y particularidades del sector, más aún analizando las características geográficas del destino.

A la hora de analizar la orientación de las políticas públicas sobre la base de una gestión “basada en datos”, aspecto fundante de la mirada DTI, si bien el organismo posee la clara determinación de recabar datos, sistematizarlos y

estructurarlo para obtener resultados que orienten la gestión, es evidente que existe mucho trabajo por hacer. Indudablemente el hecho de encontrarse en estos momentos desarrollándose un abordaje integral de la temática por parte de este proyecto, producirá un salto cuali y cuantitativo en este tema.

Actualmente el organismo cuenta con el sistema DRIVE de google como sistema de almacenamiento de información documentada.

### 1.3.2.1 Gobierno abierto - Datos abiertos – transparencia

La política de **Gobierno Abierto** consiste en fundar las acciones de la administración pública como un espacio de diálogo y la articulación entre actores claves y la sociedad en su conjunto, a fin de afianzar la participación ciudadana y bregar por la transparencia en la gestión.

La información abierta y los datos para el vecino se encuentran accesibles. Pero no se incorpora el área de turismo en el menú.

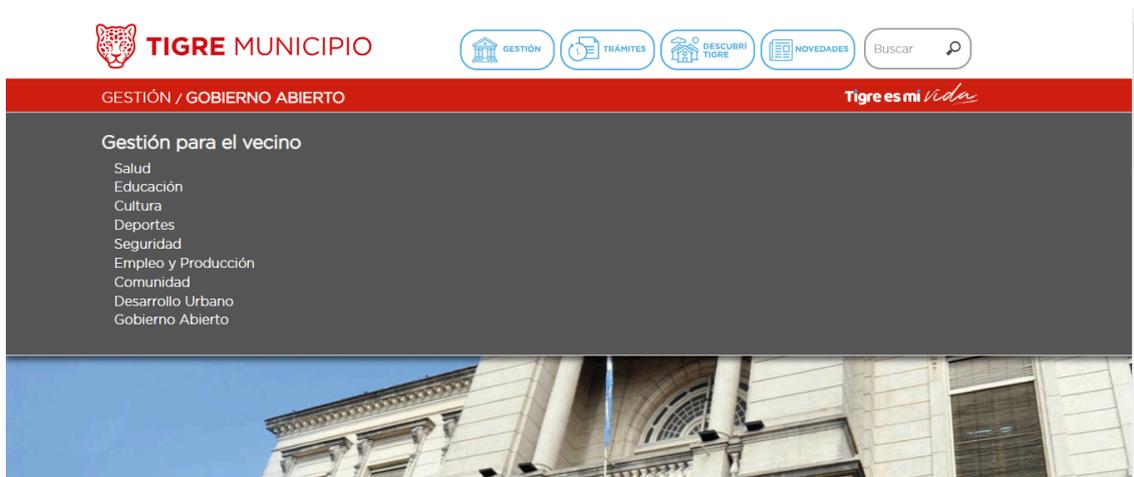


Figura 4: Sección “Gestión para el vecino” - Sitio Web Municipio

Fuente: [www.tigre.gob.ar/gobierno](http://www.tigre.gob.ar/gobierno)

**Trámites digitales** Existe la posibilidad de realizar trámites en forma digital y accesible, pero no se evidencia la incorporación de trámites relacionados al turismo.

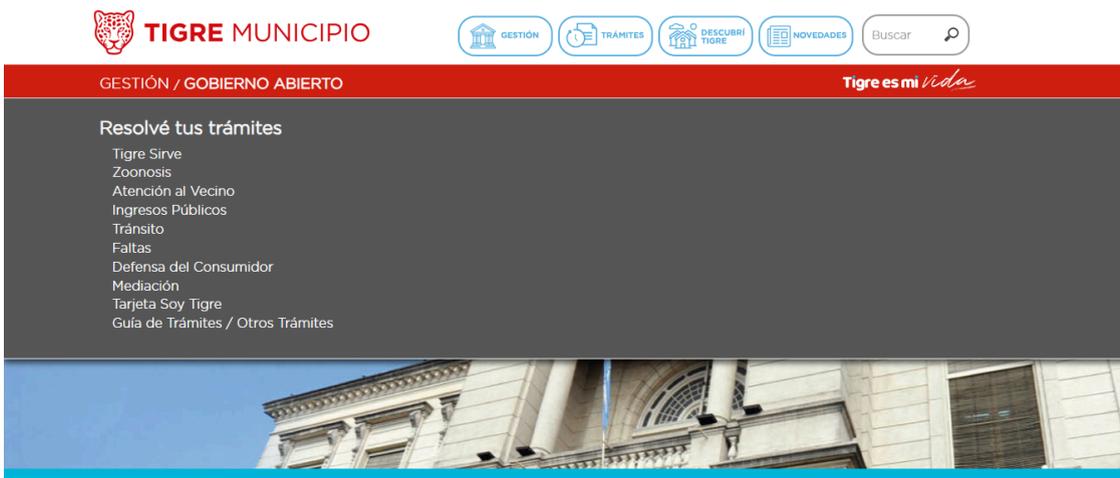


Figura 5: Sección “Resolvé tus trámites” - Sitio Web Municipio

Fuente: [www.tigre.gov.ar/gobierno](http://www.tigre.gov.ar/gobierno)

El municipio cuenta con información pública relacionada a ordenanzas municipales que se encuentra abierta y con acceso web para el ciudadano. Se visualiza actualmente información de las ordenanzas fiscal e impositiva y del presupuesto del municipio.

El municipio posee un **digesto** que consiste en “*una recopilación de normas vigentes, de carácter general, de aplicación permanente, ordenadas por índices temáticos y archivadas por número.*”<sup>3</sup> Por lo tanto, y en mérito al orden, se han excluido aquellas de carácter particular.

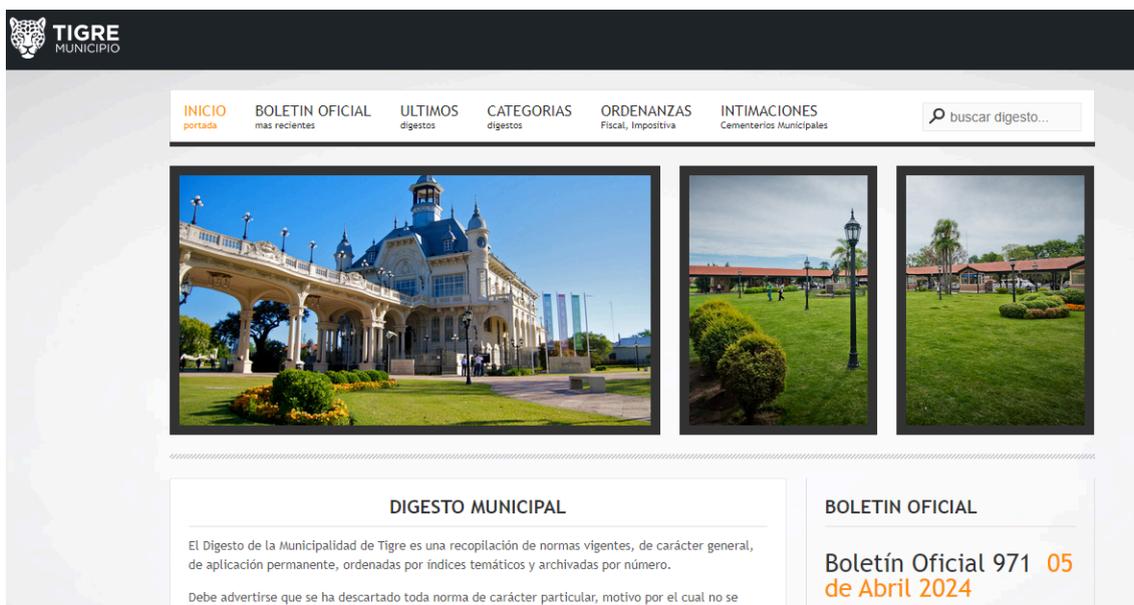


Figura 6: Digesto municipal

Fuente <http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/>

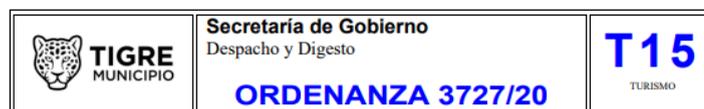
<sup>3</sup> [http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/index.php?option=com\\_content&view=article&id=121&Itemid=53](http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/index.php?option=com_content&view=article&id=121&Itemid=53)

Se puede acceder al Boletín Oficial municipal ordenado por número y su correlato por fechas. Cuenta con una base de 223 B.O. los que pueden visualizarse online con opción de imprimir o descargar en pdf. Asimismo, se publica el texto de la ley orgánica de Municipalidades - DECRETO-LEY 6769/58.

Se puede acceder a una búsqueda personalizada o hacer un barrido por categorías. Dentro de las categorías sobresalen, vinculadas a la materia en cuestión:

- Colonia de Vacaciones (2 ordenanzas)
- Estacionamiento (210 ingresos)
- Espectáculos públicos (6 ingresos)
- Estación fluvial (59 ingresos)
- Festejos (12 ingresos)
- Ferias (10 ingresos)
- Habilitaciones comerciales (28 ingresos)
- Puerto de Frutos (101 ingresos)
- Transporte turístico (1 ingreso, la ordenanza 1452/93)
- Turismo (40 ingresos entre ordenanzas, decretos, leyes y resoluciones).

Entre ellas, la ordenanza más actual publicada es del año 2020 relacionada a la declaración de emergencia turística en el partido de Tigre.



Copia para información pública. Válida para trámites sólo en caso de ser autenticada por la Dirección de Despacho General y Digesto

CORRESPONDE EXPTE. HCD-62/2020

TIGRE, 4 de agosto de 2020.-

**VISTO:**

La Ordenanza N° 3727/2020, sancionada por el Honorable Concejo Deliberante de Tigre en Sesión Ordinaria del 14 de julio de 2020, que textualmente se transcribe:

**ORDENANZA**

**ARTÍCULO 1.-** Declarase la **Emergencia Turística** en el Partido de Tigre por el plazo de ciento ochenta (180) días, prorrogable por el Departamento

Figura 7: Ordenanza 3727/20

Fuente:

<http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/documentos/digestos-pdf/Turismo Ordenanza 3727 20.pdf>

Cabe destacar que no existe actualmente ordenamiento turístico específico, solo código de zonificación y reglamento para servicios de alojamiento turístico. Está toda la información en el marco institucional de requerimientos que puede consultarse en el enlace [https://www.tigre.gob.ar/tramites/codigo\\_zonificacion](https://www.tigre.gob.ar/tramites/codigo_zonificacion)

Tabla 2: Normativas vigentes

| NOMBRE DEL DOCUMENTO   | FECHA      | TIPO       | TEMA                     | ÓRGANO EMISOR        |
|--|------------|------------|--------------------------|----------------------|
| 1894/96 - Código de zonificación del Partido de Tigre  | 30/12/1996 | Ordenanza  | Ordenamiento territorial | H.C.D.               |
| 3344/13 - Ordenamiento territorial particularizado para la localidad Delta de Tigre                | 07/03/2013 | Ordenanza  | Ordenamiento territorial | H.C.D.               |
| 3343/13 - Plan de Manejo Integral del Delta de Tigre   | 07/03/2013 | Ordenanza  | Ordenamiento territorial | H.C.D.               |
| 852/00 - Reglamento para servicios de alojamiento turístico  | 08/05/2000 | Decreto    | Turismo                  | Ejecutivo Municipal  |
| 2988/08 - Creación del Registro de Prestadores Turísticos de Tigre                                 | 22/12/2008 | Ordenanza  | Turismo                  | H.C.D.               |
| 2992/08 - Exención impositiva para prestadores turísticos  | 08/01/2009 | Ordenanza  | Turismo                  | H.C.D.               |
| 3294/12 - Creación del Paseo Benito Villanueva   | 10/08/2012 | Ordenanza  | Turismo                  | H.C.D.               |
| 1163/14 - Declara monumento histórico nacional al edificio del Club de Regatas La Marina           | 22/07/2014 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 2058/14 - Registra Decreto P.E.N. 1163/14  | 22/08/2014 | Resolución | Patrimonio               | Ejecutivo Municipal  |
| 2187/79 - Declara monumento histórico nacional al edificio "Almacén Fagionato"                     | 04/09/1979 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 2187/79 - Declara monumento histórico nacional a la casa de la calle Liniers 1396                  | 04/09/1979 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 2187/79 - Declara monumento histórico nacional a la casa de la calle Esmeralda 304                 | 04/09/1979 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 2187/79 - Declara monumento histórico nacional al edificio del Museo Naval y Centro Naval          | 04/09/1979 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 2187/79 - Declara monumento histórico nacional al edificio del Tigre Club                          | 04/09/1979 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 912/82 - Declara monumento histórico nacional a la casa del Tte. Gral. Angel Pacheco               | 07/05/1982 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 4370/66 - Declara lugar histórico nacional al solar y casa de Domingo F. Sarmiento en el Delta     | 08/06/1966 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 1570/80 - Declara lugar histórico nacional al lugar de desembarco de Santiago de Liniers           | 04/08/1980 | Decreto    | Patrimonio               | P.E.N.               |
| 3813/21 - Prohibición a los comercios del uso, entrega o venta de plásticos de un solo uso         | 25/06/2021 | Ordenanza  | Medio ambiente           | H.C.D.               |
| 1748/19 - Creación del "Centro de interpretación de los humedales"                                 | 29/10/2019 | Decreto    | Medio ambiente           | Ejecutivo Municipal  |
| 5965/58 - Ley de protección a las fuentes de provisión y a los cursos y cuerpos receptores de agua | 30/10/1958 | Ley        | Medio ambiente           | Legislativo P.B.A.   |
| 3181/07 - Regulación del funcionamiento de piletas y natatorios                                    | 07/11/2007 | Decreto    | Turismo                  | Ejecutivo Provincial |

Fuente: Elaboración propia en conjunto con el equipo técnico de Turismo Tigre

Los **Datos Abiertos** son políticas que buscan dotar a los organismos y a la comunidad en general de los insumos necesarios de manera ágil y al alcance para tomarlos como insumo en las decisiones. La importancia que este tipo de acciones tiene en el modelo DTI es radical.

En un primer análisis cabe destacar que, a nivel municipal, Tigre apuesta por políticas de Open Data y gobierno transparente.

*“Los datos son la materia prima para generar información. Los datos públicos son aquellos generados en el ámbito gubernamental. Los datos son abiertos cuando se encuentran publicados con un formato abierto, bajo una licencia abierta explícita y con sus metadatos asociados.”*<sup>4</sup>

El municipio en general evidencia la preocupación por una gestión de datos abiertos, con particular énfasis en la participación del ciudadano residente, el acceso a la información pública y la transparencia. Es posible evidenciarlo en <https://www.tigre.gob.ar/gobierno>

<sup>4</sup> <https://www.argentina.gob.ar/datos-abiertos>

Dichas acciones refieren a todo el municipio, no particularizando en el área de turismo. Más allá de ello, resultará posible incorporar espacios de participación para el turista.



Figura 8: Plataforma web de gestión de datos abiertos

Fuente: [www.tigre.gob.ar/gobierno](http://www.tigre.gob.ar/gobierno)

No obstante, amerita una actualización de enlaces y ordenamiento de información. A modo de ejemplificar, en el portal oficial [https://www.tigre.gob.ar/gobierno/participacion\\_ciudadana](https://www.tigre.gob.ar/gobierno/participacion_ciudadana) se visualiza un ícono de “datos abiertos” que lleva al sitio <http://datos.tigre.gob.ar/> el cual esta disfuncional.



Figura 9: Sección “Participación Ciudadana” - Plataforma gestión de datos abiertos

Fuente: [www.tigre.gob.ar/gobierno](http://www.tigre.gob.ar/gobierno)

La ruta correcta es <http://datosabiertos.tigre.gob.ar/> Allí, el Datasets se organiza en un conjunto de 16 temáticas, algunas de las cuales cruzan

transversalmente al modelo DTI como ser “desarrollo económico”, “gestión ambiental”, “presupuesto”, etc.

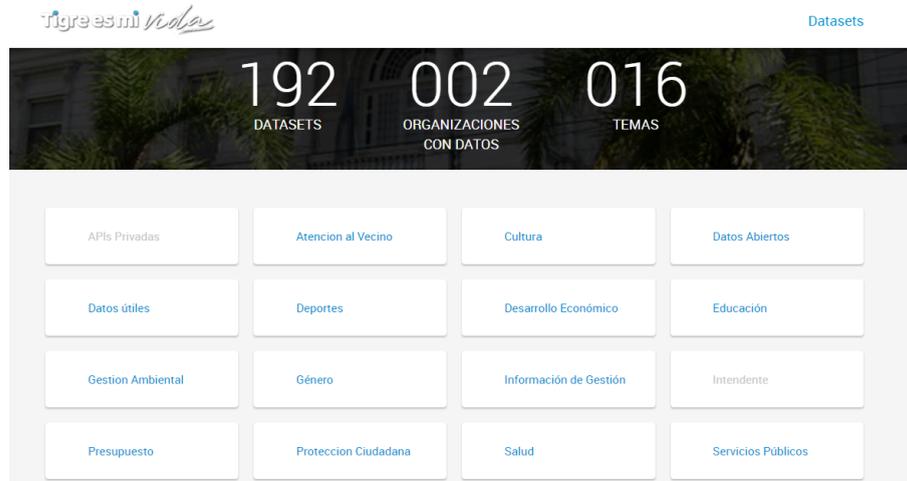


Figura 10: Datos abiertos Tigre

Fuente: <http://datosabiertos.tigre.gob.ar/>

Si bien el Municipio realiza acciones sobre Open Data resulta necesario incluir un apartado con datos abiertos y transparencia de gestión específicas del Turismo de Tigre. Cabe destacar que no se evidencian datos actuales en la mayoría de los apartados. En virtud de que esta información era requerida por el área de Innovación, dentro de sus responsabilidades se encontraría la publicación en sitio web de la información relevada. Se sugiere mantener activa dicha política. Más allá de no contar con un apartado específico, actualmente no se cuenta con información cargada sobre turismo.

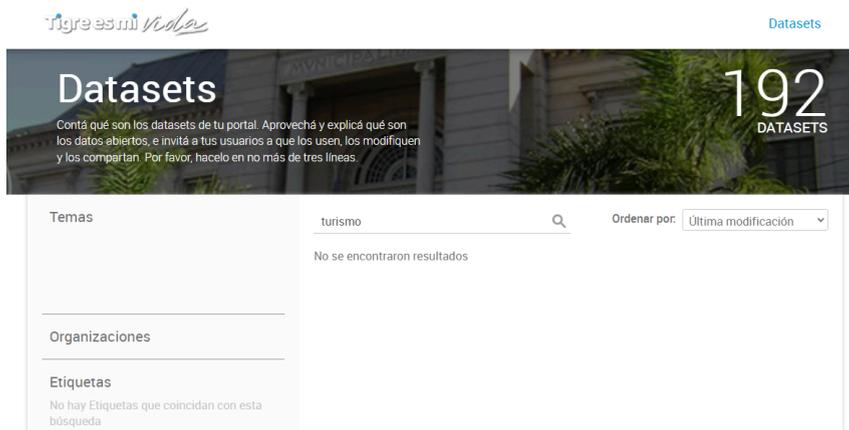


Figura 11: Búsqueda de datos de Turismo en Datos abiertos Tigre

Fuente:

[http://datosabiertos.tigre.gob.ar/dataset?q=turismo&groups=datos-abiertos&sort=metadata\\_modified+desc](http://datosabiertos.tigre.gob.ar/dataset?q=turismo&groups=datos-abiertos&sort=metadata_modified+desc)

### 1.3.2.2 Sistema MAJOR

La municipalidad de Tigre articula la gestión interna a través de la Intranet MAJOR. Es un sistema de gestión orientada a organismos públicos que brinda soluciones informáticas en cuanto Gerenciamiento por proceso, la centralización y estandarización de trámites, seguimiento y control de gestión y articulación con diversas dependencias. Se utiliza como sistema de mesa de entradas, seguimiento de expedientes, órdenes de compra, etc.



Figura 12: Sistema Major

Fuente: <https://majormunicipal.com/sistemas/>

### 1.3.2.3 Participación ciudadana

En lo referido a **Participación Ciudadana** y atención al público, el organismo realiza de manera periódicas distintas acciones, en general de carácter presencial y grupal, con la cadena de valor.

Se sugiere la inclusión de espacios digitales para atender las necesidades tanto de los turistas como de la cadena de valor turística.



Figura 13: Plataforma Web de Participación Ciudadana

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/gobierno/participacion\\_ciudadana](https://www.tigre.gob.ar/gobierno/participacion_ciudadana)

Como espacio de participación ciudadana se encuentra una política de “**Consulta ciudadana**” orientada a recibir sugerencia de parte de la ciudadanía vinculado con proyectos en fase de aprobación. Actualmente, se centra en expedientes vinculados a impacto ambiental, ordenados por barrios.



Figura 14: Plataforma Web de Consulta Ciudadana

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/gobierno/propuestas\\_vigentes](https://www.tigre.gob.ar/gobierno/propuestas_vigentes)

**Reuniones con vecinos:** Importante iniciativa que busca generar espacios de encuentros que tienen el objetivo de acercar el gobierno municipal a la

ciudadanía de Tigre, escuchar sus problemas, presentar la agenda de trabajo de la gestión municipal y debatir ideas y propuestas para mejorar las políticas públicas y sus resultados.



Figura 15: Plataforma Web de Reuniones con los Vecinos

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/gobierno/reuniones\\_con\\_vecinos](https://www.tigre.gob.ar/gobierno/reuniones_con_vecinos)

Cualquier vecino puede requerir una reunión semanal indicando una serie de datos, la temática en cuestión y expresando el objetivo buscado. Asimismo, se cuenta con un espacio de **propuesta ciudadana**. Mediante un formulario web el vecino puede alcanzar una propuesta de gestión abierta, que luego de su recepción se procede al análisis de viabilidad técnica para analizar su pertinencia a fin de transformarla en una política pública.



Figura 16: Plataforma Web de Propuestas para Tigre

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/gobierno/propuestas>

**Consejos consultivos:** Se evidencia un esfuerzo por generar espacios para la participación ciudadana y la misma se encuentra accesible a través de los consejos consultivos. Estos consejos generan diagnósticos a partir del intercambio

de ideas, las cuales finalmente serán plasmados en propuestas de soluciones, que buscan monitorear de manera conjunta las problemáticas para la que fueron creados. Se articula a través de mesas de trabajo en las cuales sus integrantes son partes interesadas y capacitadas en las temáticas que se debaten.

En lo que atañe al turismo la actividad se encuentra contemplado en el alcance del **Consejo Económico y Social** “*El Consejo Económico y Social nace el 13 de agosto del 2014 como un espacio para la participación de las organizaciones de la comunidad, con el objetivo de diseñar políticas a mediano y largo plazo.*

*Las temáticas que tratará el Consejo Económico y Social serán la producción y el empleo local, seguridad, desarrollo urbano sustentable y cuidado del medio ambiente, autonomía municipal, identidad y turismo, entre otras”, “Su forma de funcionamiento consiste en crear mesas de trabajo en las cuales sus integrantes son partes interesadas e instruidas en las temáticas que se debaten. El concepto que se lleva adelante es el de identificar y convocar a las entidades que funcionen dentro del distrito y puedan aportar conocimiento específico sobre la materia que se trata.*

*A partir de los diagnósticos, se da paso a la solución de los problemas, tratando de lograr el mayor consenso posible sobre cómo actuar ante un problema determinado. Así se genera un ejercicio institucionalizado entre Municipio y ciudadanía en la resolución de conflictos existentes y en la prevención de inconvenientes futuros.”*<sup>5</sup>



Figura 17: Consejos consultivos

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/gobierno/consejos\\_consultivos](https://www.tigre.gob.ar/gobierno/consejos_consultivos)

<sup>5</sup> [https://www.tigre.gob.ar/gobierno/consejos\\_consultivos](https://www.tigre.gob.ar/gobierno/consejos_consultivos)

## Sistema de quejas y reclamos

El organismo de turismo cuenta con recopilación de quejas de vecinos y turistas vinculada a la actividad en puntos de informe. Hay libro de actas. Asimismo, mediante el envío de mensajes por WhatsApp.

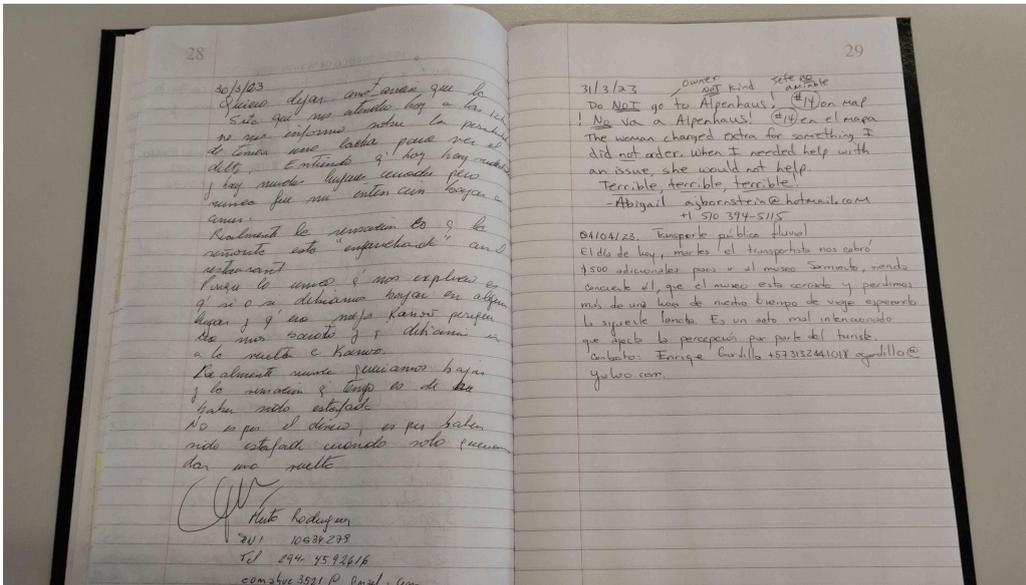


Figura 18: Libro de quejas y sugerencias

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Se hace seguimiento de las mismas a través de la plataforma “Tigre Sirve”

**TIGRE MUNICIPIO**

GESTIÓN | TRÁMITES | DESCUBRI TIGRE | NOVEDADES | Buscar

TRÁMITES / ATENCIÓN AL VECINO **Tigre es mi vida**

Sistema de Información y Servicios al Vecino  
**Tigre SIRVE**

**0800-122-TIGRE (84473)**  
Lunes a viernes de 8:00 a 20:00  
Sábados de 9:00 a 13:00

[sirve@tigre.gov.ar](mailto:sirve@tigre.gov.ar)  
[/tigresirve](https://www.tigre.gov.ar/tigresirve)  
[@TSirve](https://twitter.com/TSirve)

El Sistema de Información y Servicios al Vecino responde a tus consultas, reclamos e inquietudes. Es, además, una herramienta de gestión eficaz que permite realizar el seguimiento permanente de cada caso y garantizar una respuesta adecuada por parte del área correspondiente en la organización municipal.

Por teléfono, por correo electrónico o a través de las redes sociales, tu contacto con un operador del Call Center del Municipio es

Figura 19: Tigre Sirve

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/tramites/atencion\\_al\\_vecino](https://www.tigre.gob.ar/tramites/atencion_al_vecino)

La plataforma cuenta con un formulario de contacto para realizar quejas y pedidos.



Figura 20: Formulario de contacto - Tigre Sirve

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/tramites/atencion\\_al\\_vecino](https://www.tigre.gob.ar/tramites/atencion_al_vecino)

Sin embargo, no se visualizan evidencias de contar con un procedimiento de seguimiento, control y derivación de las mismas. Asimismo, se carece de un procedimiento que indique la manera adecuada de obrar frente a algún reclamo o queja.

### 1.3.2.4 Presupuesto

En el aspecto presupuestario, tal cual lo expresado en el autodiagnóstico, no posee recursos de afectación específica para Turismo, como sería el caso de alguna tasa por servicios turísticos. A su vez, los fondos generados por el propio organismo, ingresan a Hacienda para su asignación a distintas áreas.

### 1.3.2.5 Planeamiento urbano y usos del suelo: Ordenamiento territorial

El municipio cuenta con un Código de Zonificación actualizado orientado a revitalizar sectores de la ciudad que han perdido su funcionalidad. El mismo se encuentra accesible por web, contando a su vez con distintos tipos de consultas:

- Código de zonificación, planos e indicadores urbanos.
- Realización de trámites de catastro, obras particulares y comercios e industrias.
- Sistema Digital de Obras Particulares (SIDOP).



Figura 21: Código de Zonificación

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/codigo\\_zonificacion](https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/codigo_zonificacion)

Se trabaja en el destino con sistema de datos georreferenciados a través de un tótem ubicado en la estación fluvial.



Figura 22: Tótem Digital en Estación Fluvial

Fuente: Subsecretaría de Turismo

### **1.3.2.6 Plan de Manejo Integral del Delta**

El Consejo Asesor Permanente Isleño tiene la función de velar por los criterios y las estrategias centrales de ordenamiento del territorio isleño desde una perspectiva socio ambiental, pautadas en la ordenanza 3343/13. Es el espacio participativo de la comunidad y las organizaciones isleñas. Con modalidad asamblearia se debate acerca de los criterios para las políticas a exigir e implementar. Se llevan adelante proyectos y acciones que influyen directamente en el territorio.

Link de acceso al folleto CAPI: [CAPI.pdf](#)

[Plan de manejo integral del Delta](#)

### **1.3.2.7 Movilidad y transporte**

Del análisis pertinente del autodiagnóstico surge que el destino recolecta datos de prestadores de servicio de transporte para acceder al destino (datos: oferta, origen-destino, flota, capacidad, frecuencia)

Asimismo, se manifiesta que el destino cuenta con infraestructura de transporte con información accesible, esto es, Señalización y orientación (destinos, estacionamientos, venta de billetes, etc.) y paradas informativas: rutas, mapas de ubicación, atractivos turísticos.

Sin embargo, y tras las entrevistas realizadas, tanto sector público como privado manifiestan que uno de los principales escollos que cuenta el destino para terminar de posicionarse como turístico tiene que ver con la adecuada infraestructura y coordinación de acciones vinculadas a este sub eje. Esto es, adecuada semaforización, habilitación de playas de estacionamiento en cercanía con el número adecuado de plazas, etc.

Si bien el destino cuenta con cinco ramales ferroviarios y cuatro líneas de colectivos municipales, además del sistema de lanchas colectivas que parten de la Estación Fluvial “Domingo Faustino Sarmiento”, en el centro de Tigre, muchos visitantes arriban en sus vehículos particulares por lo que fin de semanas y temporadas altas la movilidad es compleja.

Se han establecidos medidas de control y monitoreo constante, como asimismo el Municipio de Tigre dispuso la tolerancia 0 al alcohol en sangre para los conductores en todo el distrito, a través del Decreto Municipal 833/21.

<https://www.instagram.com/reel/C12B8UMrqxz/?igsh=dmdhbG81Znh6dXJw>

<https://www.tigre.gob.ar/novedades/detalle/1775#:~:text=Recientemente%2C%20el%20Municipio%20de%20Tigre,del%20Decreto%20Municipal%20833%2F21.>

### 1.3.2.8 Estadística

Las herramientas utilizadas para recopilar datos, según surge del autodiagnóstico, son:

- Manual en las oficinas de turismo
- Con datos obtenidos en oficinas de informes y proyectados
- Contacto telefónico/mail con prestadores.

Con los datos obtenidos se brinda información a la prensa y se confeccionan análisis de datos. Asimismo, se comparten con quienes lo soliciten, ya sea un prestador turístico, un estudiante o un futuro inversor. También se publican dichos informes en la web institucional.

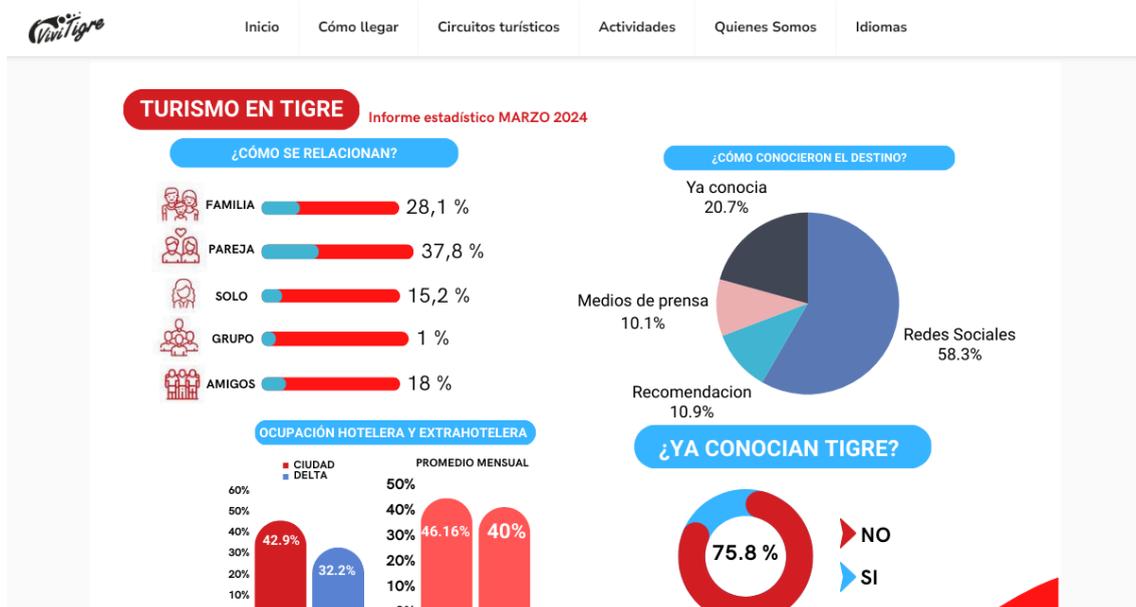


Figura 23: Estadísticas turísticas

Fuente: <http://vivitigre.gob.ar/estadisticas/>

Sin embargo, y de conformidad a lo expresado en el autodiagnóstico, las políticas del destino no se definen en función de los datos obtenidos.

### 1.3.2.9. Mapas digitales

El uso de mapas digitales mejora la precisión de la información brindando herramientas modernas y amigables con el entorno. Los mapas disponibles en su sitio web institucional son imágenes que me permiten interactividad alguna.

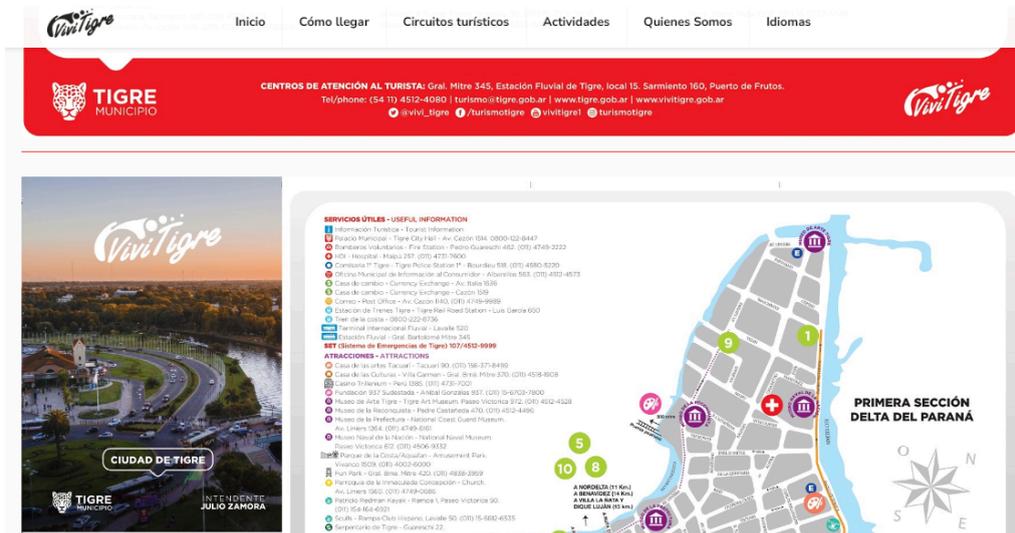


Figura 24: Mapa digital

Fuente: <http://vivitigre.gob.ar/mapa-digital/>

### 1.3.2.10 Optimización del espacio público y servicios públicos

El municipio cuenta con diversos programas de optimización del espacio público mediante el plan de recuperación y puesta en valor de los espacios públicos, como ser:

- Puesta en valor de plazas: El plan comprende la renovación y el mantenimiento de las plazas y paseos existentes, con la incorporación de material reciclable, iluminación LED y juegos infantiles adaptados.
- Recuperación de las veredas existentes y de construcción de nuevas veredas comunitarias (esto no se ha evidenciado)
- Centro comerciales a cielo abierto

Enlace: [https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/espacio\\_publico](https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/espacio_publico)

Entre los servicios municipales Tigre pone a disposición planes de:

- Delegaciones en cercanía
- refuerzo de la iluminación pública
- Plan Anual de Poda
- Plan integral de tareas hidráulicas para evitar calles anegadas en épocas de lluvia (a pesar que actualmente varios puntos de Tigre se inundan ante sudestadas).

- Renovación de señalética

Enlace: [https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/servicios\\_municipales](https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/servicios_municipales)

### **1.3.3 Análisis del eje SOSTENIBILIDAD**

Analizaremos algunos indicadores relacionados con la temática a los fines de evaluar la situación del destino.

#### **1.3.3.1 Sostenibilidad AMBIENTAL**

Del análisis del autodiagnóstico surge que no se evidencian acciones puntuales al respecto. Por ejemplo, medición de huella de carbono o huella hídrica. No obstante, de las entrevistas llevadas a cabo con el área de Ambiente de la Municipalidad surgen algunos indicios que son relevantes destacar.

Energías renovables: No se evidencian acciones al respecto.

Estímulo a la utilización de arquitectura sustentable: No se evidencian acciones al respecto.

Se realizan monitoreos de calidad de agua superficial pero no de manera sensorizada. El municipio cuenta con un programa de monitoreo municipal de agua superficial de los distintos cursos de agua del partido desde el año 2019. El programa comprende la toma de muestras de El Delta y en las Cuencas del Río Reconquista y Luján.



Figura 25: Equipo municipal realizando una muestra de agua superficial

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

Hasta el año 2023 se realizó de manera mensual, para el año corriente el monitoreo está previsto realizarse de manera semestral ya que poseen una línea de base de la calidad del agua en el Partido. El muestreo comprende la medición de

parámetros in situ y la toma de muestras mediante laboratorio habilitado por la Provincia de Buenos Aires.

Los datos referidos a este punto se pueden encontrar en el portal de “Datos Abiertos” a través del siguiente enlace:

<http://datosabiertos.tigre.gob.ar/dataset/listado-de-los-puntos-de-muestreo-de-agua>



Figura 26: Listado de los puntos de muestreo de agua

Fuente:

<http://datosabiertos.tigre.gob.ar/dataset/listado-de-los-puntos-de-muestreo-de-agua/archivo/021d53ee-f2d6-4829-bf63-8d74ff2c3fdd>

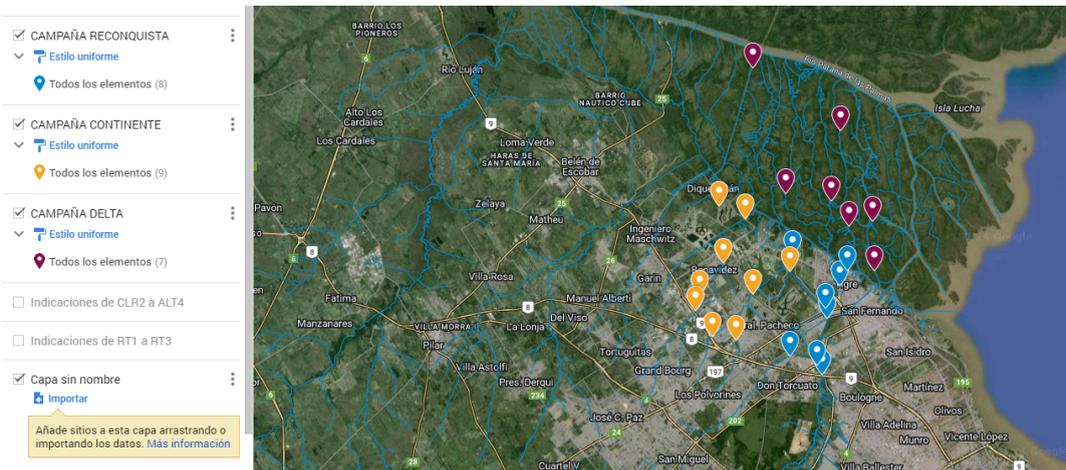


Figura 27: Sitios de monitoreo

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

El Municipio de Tigre participa activamente de la **RIIGLO – (Red de Intercambio de Información de Gobiernos Locales)**, conformada en 2004. Desde hace más de 15 años realiza cuatro campañas anuales, estacionales, para el

monitoreo de calidad de agua costera en un total de 9 sitios de monitoreo en el partido de Tigre y con un total de 23 parámetros de análisis, incluyendo microcistina.

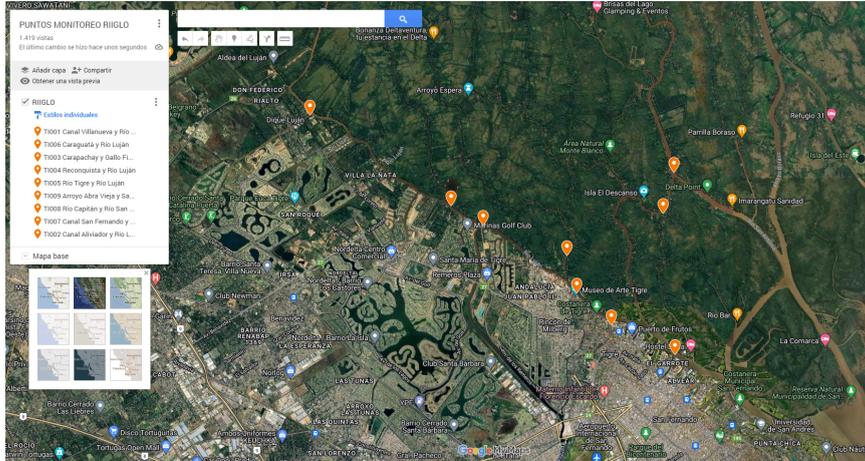


Figura 28: Sitios de monitoreo RIIGLO

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

[RIIGLO: Una experiencia de control conjunto de la calidad del agua en las costas del Río de la Plata](#)

Por otro lado, el municipio se encuentra adherido al Programa de Alerta Temprana de cianobacterias del Ministerio de Infraestructura de la Provincia – Subsecretaría de Recursos Hídricos. El cual implica un monitoreo comunitario visual de cianobacterias, en conjunto con la comunidad.

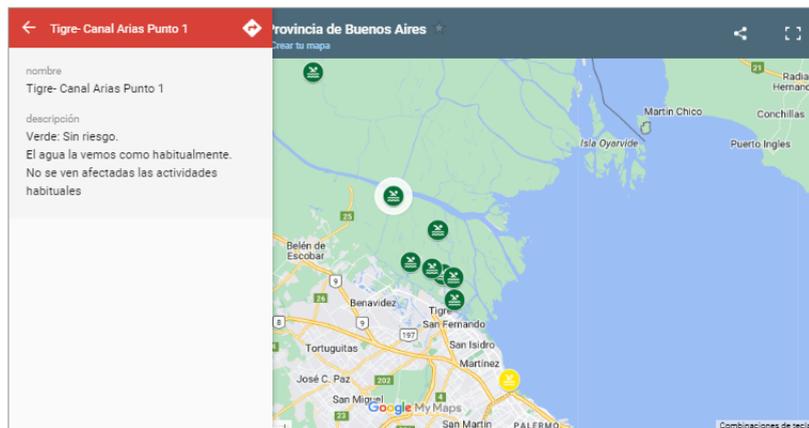


Figura 29: Portal de cianobacterias

Fuente: <https://www.gba.gob.ar/cianobacterias>

Durante el período 2022-2023-2024 no se han detectado floraciones que pongan en riesgo la salud de los vecinos. La información proporcionada desde el municipio se carga en un portal de la Provincia de Buenos Aires.

### 1.3.3.2 *Espacios verdes*

Se identifican acciones orientadas a la conservación y valorización de espacios verdes.

Ejemplo de ello es que Tigre cumple con la recomendación de la OMS de contar con 10 a 15 m<sup>2</sup> de espacio verde por habitante distribuidos proporcionalmente en relación a la densidad de población.

Evidencias:

RESERVA NATURAL CARAPACHAY - Superficie: 225.278 m<sup>2</sup>

ÁREA NATURAL MONTE BLANCO Superficie: 20 has.

ISLA NUEVA Superficie: 5.5 has aproximadamente.

[Primer Centro de Interpretación de Humedales](#)

### 1.3.3.3 *Áreas Naturales Protegidas*

El municipio cuenta con 3 áreas naturales ubicadas en el Delta:

- **RESERVA NATURAL CARAPACHAY**

Declarada como tal en noviembre del 2022 bajo la [Ordenanza Municipal N° 3990/2022](#). Durante los años 2020 y 2021 la Fundación de Historia Natural Félix de Azara, realizó un estudio de base del predio. A partir del cual se pudo identificar que el mismo cuenta con cinco unidades de vegetación bien diferenciadas (Pajonal 93,0%, Bosquecillo ribereño 4,3%, Cañaveral 1,4%, Vegetación ruderal 1,3, Cursos de agua). En cuanto a fauna, se registraron 42 especies de aves, 10 especies de peces y en cuanto a mamíferos se registró la presencia de carpincho (*Hydrochaeris hydrochaeris*) por observación indirecta de heces.

El objetivo de la reserva es divulgar y dar a conocer la importancia de la conservación y protección de los humedales en general y el Delta del Paraná en particular, mediante programas de Comunicación y Sensibilización, Programa de Formación, dirigido a realizar cursos de especialización profesional, formación de formadores, jornadas y seminarios universitarios, etc. sobre conservación y gestión del patrimonio ecológico y cultural de los humedales; y Programas de Investigación, sobre el uso sostenible de los recursos de los humedales y su conservación.



Figura 30: Reinserción de fauna en la reserva natural municipal del Rio Carapachay

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

- **ÁREA NATURAL MONTE BLANCO**

Antiguamente conocido como Reserva Natural Delta Terra. Hoy el Área Natural Monte Blanco tiene el objetivo de proteger esta área consiste en poner en valor su naturaleza y los valores culturales que contiene, mantener muestrarios del paisaje natural, llevar adelante programas de turístico sostenible, promover la realización de proyectos de investigación, conservación y educación, prácticas profesionales, establecer un vivero de especies nativas, promover la generación de corredores biológicos.

Infraestructura actual: Casa de guardaparque, baños públicos, centro de interpretación, restaurante completo e instalaciones del centro de rescate de fauna silvestre.

Cuenta con un plantel de 3 guardaparques y 1 guía de turismo con distintos turnos. El régimen de los guardaparques es de 15 x 15 días. El 3er guardaparque con turno fijo los fines de semana. El área se encuentra abierta al público los días viernes, sábados y domingos.



Figura 31: Visitas a Monte Blanco

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

El municipio mide la presión sobre el sitio (nº de visitantes del sitio) dado que se registra la cantidad de visitantes por día en el Área Natural Monte Blanco. Se realizó un estudio de la capacidad de carga del lugar, dando como resultado un total de 90/100 visitantes por día.

| Área Natural Monte Blanco   |                                 |                |                          |                     |  | FECHA: _____         |
|---|---------------------------------|----------------|--------------------------|---------------------|--|----------------------|
| Dirección Coordinadora del Centro de Interpretación de los Humedales. |                                 |                |                          |                     |  |                      |
| Nº  | NOMBRE Y APELLIDO               | PRIMERA VISITA | CANTIDAD DE INTERESANTES | LUGAR DE RESIDENCIA | INTERES POR VOLUNTARIADO SENCILLAMENTE | CONTACTO             |
| 30/3  | 1. <i>MIGUEL DABORNIJA</i>      | SI             | 2                        | CABA                | NO                                     |                      |
|   | 2. <i>Pablo (el chico)</i>      | NO             | 2                        |                     |  |                      |
|   | 3. <i>NATHO FERNANDEZ</i>       | SI             | 2                        | CABA                | NO                                     | 1123591074           |
|   | 4. <i>Andrés Horvath</i>        | SI             | 2                        | CABA                | SI                                     | 1144803291           |
|   | 5. <i>ANAYIA OROGAMBA</i>       | SI             | 4                        | CABA                | NO                                     | 1524531166           |
|   | 6. <i>Estelito FRONS JONINI</i> | NO             | 5                        | TIGRE               | SI                                     | 1167402310           |
|   | 7. <i>Maximiliano Vescio</i>    | SI             | 4                        | TIGRE               | NO                                     | 1123637367 EL PAOL * |
|   | 8. <i>Carolina Zampora</i>      | SI             | 5                        | ISLA                | SI                                     | 1550263334           |
|   | 9. <i>MARINA GELLO</i>          | SI             | 4                        | CABA                | MAYBE                                  | 1130560166           |
|   | 10. <i>ANA FERRAZ ARLEJO</i>    | SI             | 2                        | SWEET               | NO                                     |                      |
|   | 11. <i>Boussier Luciano</i>     | SI             | 3                        | TIGRE               | NO                                     | 3434177069           |
|   | 12. <i>Belen Torres</i>         | SI             | 4                        | Tigre               | Tolva                                  | 118024215            |
|   | 13. <i>Rafael Rojas</i>         | NO             | 2                        | CABA                | NO                                     | 1159242526           |
|   | 14. <i>Victor Hugo</i>          | SI             | 4                        | TIGRE               | NO                                     | 117634115            |
|   | 16. <i>SAMUEL GONZALEZ</i>      | SI             | 3                        | ESCALA              | NO                                     |                      |

Figura 32: Planilla de Registro de Visitas

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

- **ISLA NUEVA**

La Ordenanza Municipal N° 758/88, declara de utilidad pública la preservación de fauna, flora, suelo y cursos de agua, en la Primera Sección de Islas

del Delta del Paraná, Partido de Tigre constituida por las tierras no catastradas y juncales formados y que se formen en el futuro por el proceso natural de sedimentación que se extiende entre los cauces de los ríos Paraná de las Palmas y Luján proyectados en el estuario del río de la Plata. Por Decreto Municipal N° 115/09 se toma posesión del predio para ser afectado al cumplimiento de la Ordenanza N° 758/88.

Al día de la fecha el espacio se encuentra sin mayores intervenciones. Se ha realizado el censo neotropical de aves y forestación con ejemplares nativos.

Superficie: 5.5 has aproximadamente.

Objetivo: Preservar el sitio con sus características naturales, como zona de amortiguamiento de la Reserva de Biosfera del Municipio de San Fernando. Se proyecta la realización de acciones de reinserción de fauna silvestre, e investigaciones científicas.

Recursos Humanos: No hay infraestructura ni personal designado para su cuidado.

Actualmente no se encuentra abierta al público, pero se realizan actividades puntuales, como reinserción de fauna autóctona junto a diversas instituciones. Hay una sola persona al cuidado del área, la misma se encuentra en proceso de dotación de infraestructura y definición de senderos para la apertura al público.

#### **1.3.3.4 Gestión de residuos**

El municipio cuenta con el programa de **RECICLA**, para la recolección de la fracción seca de residuos reciclables de manera domiciliaria (un día a la semana por barrio debidamente identificados) y a través de campanas en la vía pública.

RECICLÁ

QUÉ RESIDUOS TENÉS QUE SEPARAR

NO TE OLVIDES: deben estar siempre limpios y secos

Los reciclables deben estar limpios, secos y los plásticos compactados. Enjuagá latas y botellas y recortá el pedazo de papel que esté manchado o húmedo.

Si querés saber más sobre los residuos que puedes reciclar, HACE CLICK AQUÍ!



ECOPUNTOS  
CONOCÉ LA UBICACIÓN  
DE LOS ECOPUNTOS

RECOLECCIÓN  
DOMICILIARIA



Figura 33: Programa Recicla

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/recicla>

A través de 100 campanas en la vía pública conocidos como “Ecopuntos”, distribuidos en plazas y puntos de dependencias municipales, donde se acopia papel y cartón (contenedores verdes) y plásticos y latas (contenedores azules) El material reciclado se entrega a una cooperativa donde se clasifican para su posterior tratamiento.

Ecopuntos

Acerca tus reciclables limpios y secos a tu ecopunto más cercano. ¡Ya hay más de 100 instalados por todo el municipio!

Los ecopuntos están distribuidos en plazas y dependencias municipales de todo el partido. Cada uno está compuesto por dos contenedores tipo campanas, uno de color verde para el acopio de papel y cartón, y otro de color azul para plásticos y latas. Estos son recolectados 3 veces por semana por el camión verde municipal.

Posteriormente, los residuos acopiados en los contenedores son recolectados por camiones verdes municipales y llevados a la Cooperativa Creando Conciencia, en la localidad de Benavidez, donde son clasificados manualmente para su tratamiento en empresas recicladoras de Tigre.



Figura 34: Ecopuntos - Programa Recicla

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/ecopuntos>

Los Ecopuntos se encuentran georreferenciados en el sitio web.



Figura 35: Georreferenciación de los Ecopuntos - Programa Recicla

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/ecopuntos>

Desde el 2019 se publican los certificados de recolección emitidos, de forma de transparentar los resultados.



Figura 36: Programa Recicla

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/recicla>

Se generan certificados de Tratamiento y Disposición Final de Residuos Sólidos Urbanos de Grandes Generadores.

MUNICIPALIDAD\_DE\_TIGRE\_FEBRERO\_3827024\_02-2024.pdf 1 / 2 100%

**CERTIFICADO DE TRATAMIENTO Y DISPOSICIÓN FINAL DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS GRANDES GENERADORES**

**Fecha de Emisión:** 11/03/2024 **Nro. Certificado:** 3827024  
*El presente documento certifica que los residuos consignados en el mismo fueron tratados en la planta de tratamiento consignada, de acuerdo a los procesos y tecnologías presentadas y aprobadas por el O.P.D.S.*

| DATOS DEL TRATADOR  |   | DATOS DEL GENERADOR                     |  |
|---|---|---|--|
| <b>Razón Social:</b> COOPERATIVA DE TRABAJO CREANDO CONCIENCIA LTDA.        | <b>Razón Social:</b> MUNICIPALIDAD DE TIGRE | <b>Nro. Disposición OPDS:</b> 2499/2013 | <b>Domicilio Real:</b> Calle: AV. CAZON Nro: 1514 Localidad: TIGRE |
| <b>Ubicación de la planta:</b> Calle: ELCANO Nro: 1262 Localidad: BENAVIDEZ | <b>Firma Responsable:</b>                   | <b>Firma:</b>                           |  |

| DATOS OPERATIVOS                   |       |              |            |                     |                         |                            |                                 |                               |                         |   |
|------------------------------------|-------|--------------|------------|---------------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------|---|
| Nombre de los residuos tratados(1) | Tipo  | Cantidad (2) | Fecha(3)   | Tipo de tratamiento | Material Recuperado (4) | Kg Material Recuperado (5) | Destino Material Recuperado (6) | Residuo Generado (Rechazo)(7) | Kg Residuo Generado (8) | Lugar de disposición final(9)                                 |
| Plastico                           | NE-GG | 23100 Kg     | 11/03/2024 | NE1                 | PLÁSTICO                | 23100 Kg                   |                                 | PERIODO 02/2024               | Kg                      | COORDINACION ECOLOGICA AREA METROPOLITANA SOCIEDAD DEL ESTADO |
| Papel/Carbon                       | NE-GG | 18145 Kg     | 11/03/2024 | NE1                 | PAPEL Y CARTÓN          | 18145 Kg                   |                                 | PERIODO 02/2024               | Kg                      | COORDINACION ECOLOGICA AREA METROPOLITANA SOCIEDAD DEL ESTADO |
| Vidrio                             | NE-GG | 15000 Kg     | 11/03/2024 | NE1                 | VIDRIO                  | 15000 Kg                   |                                 | PERIODO 02/2024               | Kg                      | COORDINACION  |

Figura 37: Certificado de Tratamiento y Disposición Final de Residuos Sólidos - Programa Recicla

Fuente:

[https://www.tigre.gob.ar/public/assets/frontend/img/urbanismo/recicla/certificados-2024/MUNICIPALIDAD DE TIGRE FEBRERO 3827024 02-2024.pdf](https://www.tigre.gob.ar/public/assets/frontend/img/urbanismo/recicla/certificados-2024/MUNICIPALIDAD_DE_TIGRE_FEBRERO_3827024_02-2024.pdf)

Cuenta con promotores ambientales para jornadas de concientización en eventos institucionales y a nivel domiciliario.

Desde la Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental se promueve el compostaje a través de talleres en establecimientos educativos y jornadas



Figura 38: Taller de compostaje

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

### 1.3.3.5. Cuidado del agua, aire y suelo

En el marco de la ley provincial 11459, se desarrollan inspecciones en establecimientos industriales con vistas a emitir los Certificados de Aptitud Ambiental de las industrias de 1era y 2da categoría. En este sentido, las acciones de control y fiscalización, se realizan bajo la premisa de acompañar a las industrias en los procesos de adecuación a la normativa ambiental e instar en la reconversión en procesos sustentables.

En primera instancia se verifica el establecimiento industrial para emitir el Certificado de Radicación y luego se realizan inspecciones de rutina y/o acompañamiento en instancias de toma de muestras.



Figura 39: Inspecciones regulares a industrias

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental

En el marco del Decreto municipal 895/20 se verifican las plantas de tratamiento de efluentes líquidos de establecimientos industriales incluyendo las de 3era categoría, comercios y barrios. La calidad de los cursos de agua, sus ecosistemas asociados y el Delta dependen de que las actividades productivas que generan efluentes líquidos y las aguas residuales domiciliarias sean descargadas conforme a norma. En este sentido, y considerando que el agua es un recurso identitario del partido de Tigre, se realizan inspecciones en relación a este tema, reportando a la Autoridad Provincial competente ante la detección de anomalías.

Por otra parte, se realizan la atención de denuncias/reclamos:



Figura 40: Inspecciones totales, según tipo. Años 2022 - 2023

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental

En relación a los actos administrativos en la inspección, como puede observarse a continuación, la mayor actuación corresponde a intimaciones y en menor medida las contravenciones y clausuras. El espíritu del control, independientemente del cumplimiento de la normativa es acompañar a las industrias en los procesos de adecuación.

En las industrias frigoríficas, se realizan monitoreos de efluentes líquidos y calidad de aire, en el marco de la ordenanza municipal 3943/2022.

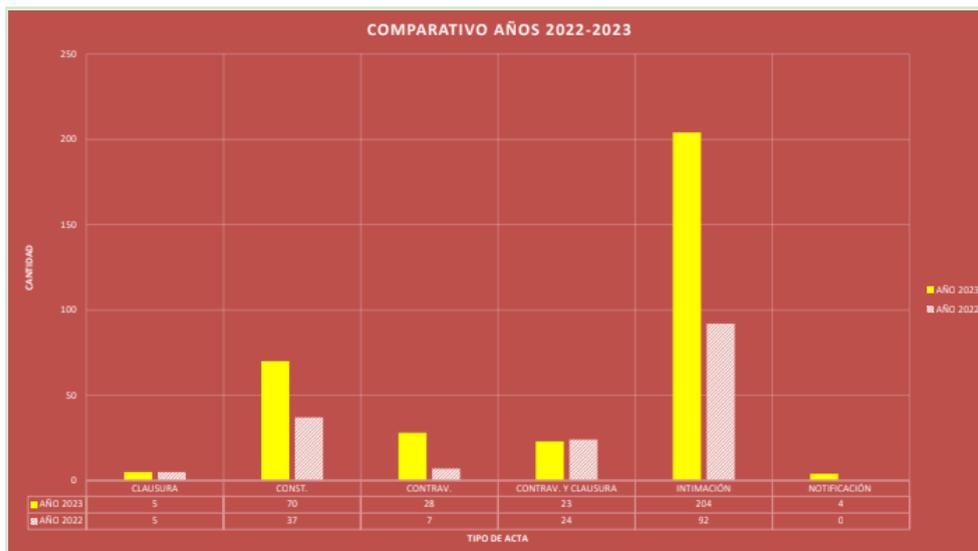


Figura 41: Actas realizadas, según tipo. 2022 - 2023

Fuente: Subsecretaría de Gestión y Promoción Ambiental.

Por otra parte, se ha dado inicio a la elaboración de un programa de contingencias ambientales municipales vinculado al riesgo ambiental de actividades industriales.

Más allá de ello, se sugiere analizar y desarrollar estrategia de conservación de espacios naturales, fundamentalmente en el espacio territorial de islas, especialmente en lo referido a determinar espacios protegidos aptos para el ingreso de visitantes.

En tal sentido, a su vez, analizar la posibilidad de instrumentar la instalación de recursos tecnológicos que aporten soluciones para la conservación del ambiente, fundamentalmente en el espacio de las Islas del Delta. A su vez se sugiere la implementación de acciones en pos de la sensibilización, capacitación y estímulo orientados a que los distintos emprendimientos de la cadena de valor turístico incrementen e incorporen acciones planificadas de gestión ambiental.

### 1.3.4 Sostenibilidad ECONÓMICA SOCIAL

#### 1.3.4.1. Beneficios económicos locales del turismo – empleabilidad

Según lo que surge del autodiagnóstico se mediría la generación de empleo directo en turismo, pero solo con las organizaciones con las que se articulan diversas acciones. Asimismo, se mediría la cantidad de empresas turísticas de propiedad local. Se indica que la misma se llevaría a cabo de manera “manual” hablando con las diferentes áreas.

| Copia de EMPLEADOS 2023  |                                  |             |             |                    |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
|--|----------------------------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------------------------|------|--|---------------------------------------|--------------|-------------|--------------------|---|--|
| Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda |                                  |             |             |                    |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| RUBRO  |                                  |             |             |                    |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| A1:A2  | A                                | B           | C           | D                  | E                                    | F    | G                                      | H                                     | I            | J           | K                  | L |  |
| 1  | RUBRO                            | Muestra     | Empleados   |                    |                                      |      | Cant. de prestadores que pasaron datos | Porcentaje de los que se obtuvo datos |              |             |                    |   |  |
| 2  |                                  | Total       | de Tigre    | % de Tigre         | Promedio empleados x establecimiento |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| 3  | Gastronomía                      | 204         | 1793        | 1424               | 79,4%                                | 8,8  | 61                                     | 29,90%                                |              |             |                    |   |  |
| 4  | Alojamiento                      | 24          | 354         | 255                | 72,0%                                | 14,8 | 21                                     | 87,50%                                |              |             |                    |   |  |
| 5  | Actividades                      | 25          | 1440        | 964                | 66,9%                                | 57,6 | 14                                     | 56,00%                                |              |             |                    |   |  |
| 6  | Excursiones y Lanchas colectivas | 26          | 373         | 358                | 96,0%                                | 14,3 | 24                                     | 92,31%                                |              |             |                    |   |  |
| 7  | Eventos                          | 12          | 133         | 123                | 92,5%                                | 11,1 | 2                                      | 16,67%                                |              |             |                    |   |  |
| 8  | Otros                            | 13          | 50          | 46                 | 92,0%                                | 3,8  | 11                                     | 84,62%                                |              |             |                    |   |  |
| 9  | <b>SUBTOTAL</b>                  | <b>304</b>  | <b>4143</b> | <b>3170</b>        | <b>76,5%</b>                         |      | <b>133</b>                             | <b>43,8%</b>                          |              |             |                    |   |  |
| 12   | <b>ESTABLECIMIENTOS x RUBRO</b>  | <b>2023</b> | <b>2019</b> | <b>Variación %</b> |                                      |      |  | <b>Totales</b>                        | <b>2023</b>  | <b>2019</b> | <b>Variación %</b> |   |  |
| 13   | Gastronomía                      | 204         | 139         | 46,8               |                                      |      |  | <b>Total de Empleados de Tigre</b>    | 4143         | 3957        | 4,7                |   |  |
| 14   | Alojamiento                      | 24          | 20          | 20,0               |                                      |      |  |                                       | 3170         | 2837        | 11,7               |   |  |
| 15   | Actividades                      | 25          | 27          | -7,4               |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| 16   | Excursiones y Lanchas colectivas | 26          | 19          | 36,8               |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| 17   | Eventos                          | 12          | 13          | -7,7               |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| 18   | Otros                            | 13          | 18          | -27,8              |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| 19   |                                  |             |             |                    |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
| 20   |                                  |             |             |                    |                                      |      |  |                                       |              |             |                    |   |  |
|  |                                  |             |             |                    |                                      |      |  | <b>EMPLEADOS T</b>                    | <b>2023*</b> | <b>2019</b> | <b>Variación %</b> |   |  |
|  |                                  |             |             |                    |                                      |      |  | Puerto de Frutos                      | 3192         | 3049        | 4,7                |   |  |

Figura 42: Planilla Empleos Sector Privado

Fuente: Subsecretaría de Turismo

### Nómina empleados 2023

En contraposición con la entrevista llevada a cabo con el Subsecretario de Empleo, formación y desarrollo emprendedor, no se llevaría a cabo la medición de la cantidad de empresas turísticas de propiedad local.

Este punto crítico puede deberse al hallazgo generado de la falta de cruce de datos entre las áreas, lo que a priori motiva la sugerencia de toma de acciones en tal sentido.

Desde el área de empleo se articulan capacitaciones a través de contactos con entidades como la AHT, mediante la impartición de cursos y capacitaciones.

En articulación con el Área de turismo, se brindan capacitaciones abiertas a la comunidad orientadas a las necesidades de formación del personal, según lo demande el sector.



Figura 43: Capacitación al área de tránsito del municipio

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Tabla 3: Planificado / Ejecutado capacitaciones 2023

| Propuesta               | Modalidad            | Destinatarios            | Fecha      |
|-------------------------|----------------------|--------------------------|------------|
| Orientadores turísticos | Presencial           | Agentes de tránsito      | 11/05/2023 |
| Orientadores turísticos | Presencial           | Agentes de tránsito      | 19/05/2023 |
| Orientadores turísticos | Presencial y virtual | Agentes de tránsito      | 15/06/2023 |
| Orientadores turísticos | Presencial           | Agentes de tigre recicla | 20/07/2023 |

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Una de las acciones más destacadas son las búsquedas laborales dirigidas que se llevan a cabo a través del portal web <https://empleos.tigre.gob.ar/>

Lo que se plantea es un servicio de “**Intermediación Laboral**” resolviendo las búsquedas de comercios y empresas interesadas en la incorporación de personal mediante la identificación de los perfiles adecuados de los ciudadanos que voluntariamente se registren en el portal, facilitando las entrevistas primarias para analizar las actitudes, aptitudes y expertise del postulante. Es un portal de doble entrada: Por un lado, LA EMPRESA que busca emplear a vecinos, y por la otra, la del CIUDADANO que busca trabajo. A la fecha se contabilizan más de 50 mil registros de perfiles.



Figura 44: Portal de Empleo Tigre

Fuente: <https://empleos.tigre.gob.ar/>

Cabe destacar que el usuario no puede visualizar las ofertas montadas. El área de empleo es quien se encarga de analizar los perfiles y alcanzarles a las organizaciones con búsquedas activas los perfiles que consideren adecuados.

Las búsquedas se comunican mediante flyers en diversas plataformas. Un medio utilizado el Instagram a través de la cuenta oficial [@comunidad\\_tigre](https://www.instagram.com/comunidad_tigre/) y [@tigremunicipio](https://www.instagram.com/tigremunicipio/), como asimismo en el Facebook del Área.



Figura 45: Instagram Comunidad Tigre

Fuente: [https://www.instagram.com/comunidad\\_tigre/](https://www.instagram.com/comunidad_tigre/)



Figura 46: Instagram Tigre Municipio

Fuente: <https://www.instagram.com/tigremunicipio/>

### 1.3.4.2 Género

En Tigre existe el Programa Mujeres emprendedoras que está integrado por más de 90 personas, cuyo objetivo es promover el desarrollo y autonomía económica de vecinas. Aquellas que integran la iniciativa exponen artesanías y otros productos elaborados por ellas mismas.  
<https://www.redderadios.com/171813-2/>

El municipio desarrolla una política activa orientada a esta temática, como evidencia se puede apreciar en la gran cantidad de acciones, estrategias y actividades en <https://www.tigre.gob.ar/comunidad>



Figura 47: Género

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/comunidad/genero>

### 1.3.5 Análisis del eje INNOVACIÓN

La innovación en los procesos se orienta a optimizar de forma notable la eficiencia de los mismos, permitiendo mejorar los recursos empleados.

El municipio de Tigre apuesta fuertemente a la innovación. En sintonía con ello, se viene desarrollando los **Premios a la Innovación**, iniciativa que distingue proyectos con orientación hacia lo comunitario, lo académico y lo productivo.

Si bien el municipio de Tigre cuenta con un área específica que aborda la temática, se recomienda analizar la posibilidad de incorporar un área concreta en el marco del organismo público de turismo que desarrolle estrategias, acciones, planes y proyectos orientados tanto al propio sector público como a los empresarios locales, en pos de desarrollar al destino bajo conceptos y preceptos de la innovación turística. En la actualidad, si bien se evidencia la intencionalidad por parte de las

autoridades de instalar la temática, resulta necesario desarrollar acciones de manera integradas con un marco de planificación a corto, mediano y largo plazo.

Asimismo, dar impulso a iniciativas en materia de innovación para las organizaciones turísticas del destino (incubadoras, aceleradoras, programas de fomento I+D+i, etc.), sin bien se están dando los primeros pasos en tal sentido con la puesta en marcha del Observatorio Económico.

El municipio ha desarrollado el Asistente virtual Tigrix, servicio de WhatsApp, en el que la comunidad puede informarse sobre los distintos servicios del Gobierno local en áreas como Salud, Seguridad, Educación, Cultura, Turismo, entre otros. Es un chatbot que, una vez ingresado a la plataforma y brindados los datos requeridos, se abre un menú de opciones donde se debe seleccionar el tema de interés.

Enlace:

[https://api.whatsapp.com/send/?phone=5491158643167&text&type=phone\\_number&app\\_absent=0](https://api.whatsapp.com/send/?phone=5491158643167&text&type=phone_number&app_absent=0)

### **1.3.6 Análisis del eje ACCESIBILIDAD**

Desde el área de Turismo local se han instrumentado distintas acciones orientadas a adoptar el destino bajo los preceptos de la accesibilidad turística.



Figura 48: Cartelera en vías pública, baja con sistema QR para mejor lectura

Fuente: Subsecretaría de Turismo



Figura 49: Mostrador bajo

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Según fue indicado, acciones referidas a la temática son llevadas a cabo mediante mapas físicos en braille colocados en el punto de información turística en la zona fluvial. No se detectaron evidencias de ello.

Asimismo, mediante audio guía.



Figura 50: Rampa de acceso a información turística

Fuente: Subsecretaría de Turismo

No hay evidencias de cumplimiento en cuanto a la accesibilidad motriz, tanto en zonas de información turística - salvo alguna rampa -, acceso a embarcaciones o vía pública (las veredas son estrechas para el flujo de personas que circulan por la zona céntrica y la arboleda dificulta el tránsito peatonal, más aún a peatones con alguna cuestión de movilidad motriz). Resulta claro que las particularidades territoriales del Partido en cuanto a su geografía, distribución y espacios de

desarrollo turístico, son particularmente complejas a los fines de lograr un destino turístico accesible.

Las barreras naturales de un espacio de islas, las dificultades para el traslado a dichos lugares, las particularidades del terreno, etc. generan dificultades de accesibilidad.



Figura 51: Capacitación para la elaboración de menú sin TACC

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Así y todo, resultará de gran valor sensibilizar a la cadena de valor turístico, estimular la incorporación de nuevas tecnologías que aportan para hacer de los emprendimientos ámbitos de accesibilidad. Reorientar la mirada de los prestadores turísticos hacia conceptos de accesibilidad universal, fundamentalmente en espacios naturales.



Figura 52: Capacitaciones sobre discapacidad y políticas inclusivas

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Existe un registro de prestadores distinguidos y/o sensibilizados en accesibilidad turística que están cargados en el sistema DRIVE del organismo de turismo. Estos se comunican en redes sociales y en los puntos de información turística.

### Prestadores con accesibilidad

| Establecimiento   | Dirección                          | Contacto       | Características  |
|-------------------|------------------------------------|----------------|--|
| Amarras Snack Bar | Las Casuarinas y Río Luján (L. 73) | 4731-8314      | Ingreso: accesible, desnivel salvado con rampa<br>Circulación interna: espacio estrecho<br>No cuenta con sanitario propio (hay sanitarios aptos en la galería) |
| Belinda Café      | Sarmiento y Las Casuarinas         | 4749-9665      | Ingreso: accesible, a nivel de la vereda<br>Circulación interna: espacio estrecho<br>No cuenta con sanitarios propio (hay sanitarios aptos en la galería)      |
| Bonafide          | Av. Cazón 1401                     | 4749-0937      | Ingreso: accesible, a nivel de la vereda<br>Circulación interna: aceptable<br>No cuenta con sanitarios propios (hay sanitarios aptos en la galería)            |
| Brujas            | Paseo Victoria 380                 | 4731-5841      | Ingreso: accesible, con rampa por la parte trasera desde el estacionamiento.<br>Circulación interna: espacio estrecho<br>Sanitario apto.                       |
| Cachita           | Av. del Puerto 240. Local 4        | 4871-4363      | Ingreso: accesible, con rampa en puerta principal<br>Circulación interna: espacio apropiado<br>Sanitario apto  |
| Canta el Gallo    | Av. De los Lagos 7010              | 4871-8858/4500 | Ingreso: accesible<br>Circulación interna un poco estrecha<br>Sanitarios: apto   |
|                   |                                    |                | Ingreso: accesible, desniveles salvados con rampas<br>Circulación interna: espacio amplio  |

Figura 53: Prestadores accesibles

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Por otro lado, resultaría adecuado instrumentar acciones de accesibilidad digital mediante Apps y sitio web que permite a los usuarios con alguna discapacidad navegar por sus interfaces con la menor dificultad posible (personas con disminución visual, fotosensibilidad y otras condiciones).

### 1.3.7. Análisis del eje TECNOLOGÍA

Se evidencian disparidades en cuanto a la incorporación de recursos tecnológicos en el destino.

El uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones requiere la instrumentación de acciones puntuales por parte del organismo. Algunos de sus componentes requieren articular y negociar con empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones, particularmente Internet. Otras acciones requieren el estímulo para la incorporación de nuevas tecnologías en el sector privado.

### 1.3.7.1. Digitalización de trámites

El municipio cuenta con un sistema de expediente electrónico denominado **MAJOR** (señalado ut supra) para la gestión interna y externa de todos los trámites municipales, pero es intranet (por lo que no se encuentra integrado con el portal web). No obstante, según lo indicado en el autodiagnóstico aún no se digitalizó la totalidad de los trámites. Asimismo, se señala que los trámites de habilitaciones son presenciales y manuales (expedientes físicos).

| Datos del proveedor |           |                              |     |  |
|---------------------|-----------|------------------------------|-----|--|
| C.U.I.T             | Proveedor | Razón Social                 | Nom |  |
| 20297758013         | 4837      | EMILIANO ANDRES D'ALESSANDRO |     |  |

| Fecha               | Tipo                    | Comprobante tipo  | Número    | Año  |
|---------------------|-------------------------|-------------------|-----------|------|
| 07/03/2024 11:15:54 | FACTURA PRESENTADA      | FACTURA C         | 100000023 | 2024 |
| 15/12/2023 09:07:16 | NOTIFICACION RECHAZADA  | ORDENES DE COMPRA | 14595     | 2023 |
| 14/12/2023 13:36:19 | NOTIFICACION PRESENTADA | ORDENES DE COMPRA | 14595     | 2023 |
| 31/10/2023 16:10:55 | NOTIFICACION OC         | ORDENES DE COMPRA | 14595     | 2023 |
| 28/09/2023 13:09:56 | PAGO A SU DISPOSICION   | REG. DEL PAGADO   | 21181     | 2023 |
| 17/06/2023 18:33:22 | FACTURA PRESENTADA      | FACTURA C         | 100000021 | 2023 |
| 13/05/2022 08:44:19 | PAGO A SU DISPOSICION   | REG. DEL PAGADO   | 8277      | 2022 |
| 30/03/2022 08:35:52 | FACTURA ACEPTADA        | FACTURA C         | 100000018 | 2022 |
| 29/03/2022 15:26:22 | FACTURA PRESENTADA      | FACTURA C         | 100000018 | 2022 |
| 28/03/2022 08:52:50 | FACTURA RECHAZADA       | FACTURA C         | 100000016 | 2022 |

Figura 54: Base proveedores Sistema Major

Fuente: Subsecretaría de Turismo

Conforme evidencia de entrevista con la Subsecretaría de Habilitaciones de Comercio e Industria no se comparten de manera periódica datos de interés con el área de turismo, si bien considera que sería ideal esta acción para la eficiencia de la gestión. Asimismo, no lleva datos estadísticos ni trámites automatizados o digitalizados para trámites municipales.

El organismo de turismo cuenta con sistema de almacenaje de información documentada, a través de DRIVE. Allí se almacenan minutas de reunión, tarifarios vigentes, información de prestadores, etc.

|    | A  | B                 | C                  | D                    | E                        | G                                 | H                                | I                            | J                                 |
|----|----|-------------------|--------------------|----------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| 1  |    | Nombre            | Nº de Habilitación | Círculo              | Rubro                    | Domicilio                         | Contacto                         | DATOS ESTABLECIMIENTO / ENCA |                                   |
| 2  | 1  | ACA Delta         | 10059              | Delta                | Gastronomía/ Recreo      | Río Lujan                         | Federico Balocco                 | 116-476-2039                 | 4731-1236 (L. Delta)              |
| 3  | 2  | Agave             |                    | Nordelta             | Gastronomía              | Terrazas del Mirador 360, Local 8 | Mariano Redondo                  | -                            | 48717743                          |
| 4  | 3  | Aire de Proa      | 0-41/61            | Delta                | Gastronomía/ Recreo      | Río Carapachay 165                | Claudio Sánchez                  | 153-322-0914                 | 4728-0033                         |
| 5  | 4  | Aires del Delta   | 47911              | Delta                | Alojamiento              | Río Sarmiento                     | Damián Peralta                   | 156-851-7721                 | 6698-3012/ 156-627-3077           |
| 6  | 5  | Al Delta Suites   | 56232              | Delta                | Alojamiento              | Abra Vieja 299                    | Susana Laguna dueña, Juan Laguna |                              | 11-6720-2407                      |
| 7  | 6  | Albatros          | 2121/14            | Tigre Centro         | Excursiones              | Stand n°17 - Estación Fluvial     | Guillermo Fassini                | 54 9 3489 53-2519            | 4731-4594/ 156-956-8675           |
| 8  | 7  | Alcazar           | 164/09             | Delta                | Recreo                   | Río Sarmiento                     | Marcelo Zanni                    | 115-419-9431                 | 4728-0136                         |
| 9  | 8  | Almacén de Tigre  | 48058              | Boulevard Sáenz Peña | Gastronomía              | Sáenz Peña 1336                   | Tatiana Urriburu                 | 11-6647-6750                 | 5197-4009                         |
| 10 | 9  | Almacén de Pizzas |                    | Nordelta             | Gastronomía              | Av. de los Lagos 7010             | Adrián Giovinazzo                | -                            | 5263-9811                         |
| 11 | 10 | Alpenhaus         | 44221              | Delta                | Alojamiento/ Gastronomía | Arroyo Rama Negra                 | Susana Krieg                     | 153-378-9061 / 155-638-8781  | 4728-0422 / 4728-2156 / 4731-4526 |

Figura 55: Base de datos de prestadores

Fuente: Subsecretaría de Turismo

|   | A                      | B  | C  | D   | E   | F  |
|---|------------------------|--|--|---|---|--|
| 1 |                        | TARIFA   | HORARIOS   | DESCRIPCIÓN   | DIRECCION   | CONTACTO   |
| 2 |                        |  |  |   |   |  |
| 3 | CATAMARANES RIO TUR    | \$10000/pers Hasta 9 años no abonon.   | Lun a vie 12, 14 y 16hs. Sáb, dom y fer cada hora dde 11 hasta las 19hs. | Paseo de 1:30hs c/audioguía. Bar a bordo con cafetería y minutos. Aceptan tarjetas de débito y crédito.               | Sarmiento y Buenos Aires, Puerto de Frutos.             | Tel: 4731-0280. info@rioturcatamaranar www.rioturcatamaranar |
| 4 | CN NAVEGACIÓN          | Lancha: \$7000. Jubilados \$5.500, Niños de 3 a 8 años \$4.500. Tarifas online   | Salidas cada 40 min. Abierto Sáb, Dom y Fer.                             | Paseos de 1h por R. Sarmiento, San Antonio, vuelta por Isla Victoria. Audioguía. Acepta tarjetas de débito y crédito. | Galería Lo Mejor del Puerto, dársena 1, Pto. de Frutos. | Tel 11-3122-3535 nico.cnnavegacion@www.paseosenlancf         |
| 5 | DON HUMBERTO           | \$4500 en efectivo, c/tarjeta \$5000. Niños de 4 a 10 años \$2.000 efectivo, \$2500 tarjeta. Personas c/discapacidad s/cargo presentando el CUD.   | Sábados de 12 a 17hs cada 1h. Dom y fer de 11 a 17hs cada 1h.            | Paseos en lancha por el Delta de 1h de duración. Guía en inglés   | Las Casuarinas y R. Luján                               | Tel: 4749-1530 / 15-6  |
| 6 | MINI TURISMO BAMBÍ     | \$4500 en efectivo, c/tarjeta \$5000. Niños de 4 a 10 años \$2000 efect, \$2500 c/débito, menores de 3 no pagan. Personas c/discapacidad s/cargo presentando el CUD. y DNI el acompañante paga, sujeto a disponibilidad. (Tarifas a partir del 06/01/24) | Lunes a viernes desde 13hs, Sáb dom y fer dde 11hs.                      | Paseo en lancha de 1 hora con guía. Aceptan efectivo y tarjeta de débito.   | Las Casuarinas y Los Ceibos, Puerto de Frutos.          | Tel. 156-509-1827 /! miniturismobambi@dmgviejies@hotmail.c   |
| 7 | NATVENTURE             | 1h \$10.000. Otras opciones consultar tarifa: 1:30h Cañaverales c/posibilidad de descenso en Alpenhaus. Paseo Delta Fun Isla Victoria. Traslados a Alpenhaus, Timón Dorado y Aire de Proa.   | Todos los días.  | Excursiones por el Delta, opciones con bajada a restaurantes.   | Mercados del Delta, Pto de Frutos                       | Tel.: 4731-6082/ 11-3  |
| 8 | TURISMO LUCIA VICTORIA | \$3.000, menores de 4 a 9 años \$500. Personas c/discapacidad s/cargo presentando certificado, acompañado por una persona que abone.   | Sáb, dom. y fer de 10 a 17hs. a cada hora                                | Paseos en lancha de 1h c/audioguía Pago en efectivo o tarjeta de débito, descuento por pago en efectivo.              | Canal Patiño y calle Buenos Aires.                      |  |
| 9 | EST. FLUVIAL           |  |  |   |   |  |

Figura 56: Tarifario vigente

Fuente: Subsecretaría de Turismo

En otro orden, no implementa aplicaciones tecnológicas y/o informáticas para realizar el monitoreo de capacidad de carga en los principales atractivos turísticos.

### 1.3.7.2. Canales digitales

Se instrumentan diversos canales tecnológicos de cercanía y facilitación de trámites de manera online. No obstante, están más orientados al ciudadano y no al turista, como tampoco a la actividad turística.

Ejemplo de ello:

<https://www.tigre.gob.ar/gobierno>

[https://www.tigre.gob.ar/tramites/atencion\\_al\\_vecino](https://www.tigre.gob.ar/tramites/atencion_al_vecino)

### 1.3.7.3. Nivel de conectividad telefónica

Máximo nivel de telefonía móvil con que cuenta el destino es de 4G

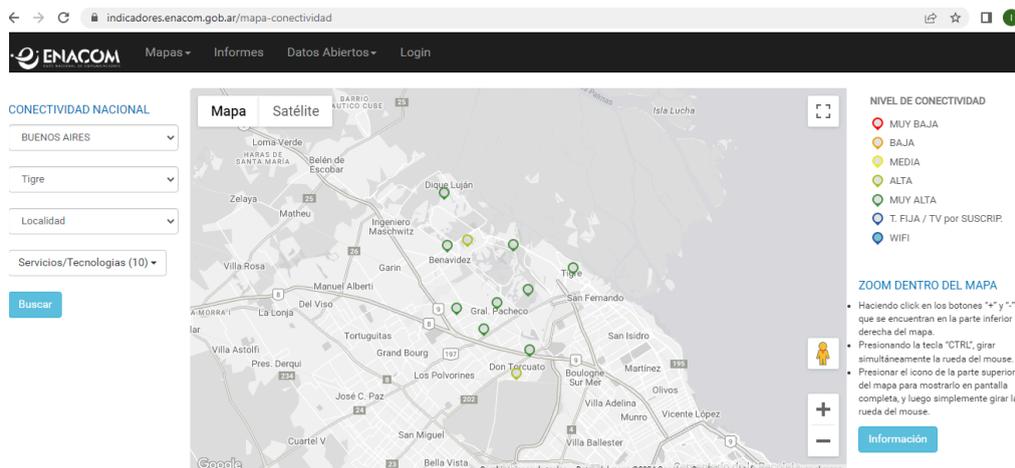


Figura 57: Antenas 4G Enacom

Fuente: Subsecretaría de Turismo

A fin de graficar el alcance de las antenas de telefonía se acompañan mapeos respectivos conforme la cobertura de las principales compañías telefónicas.



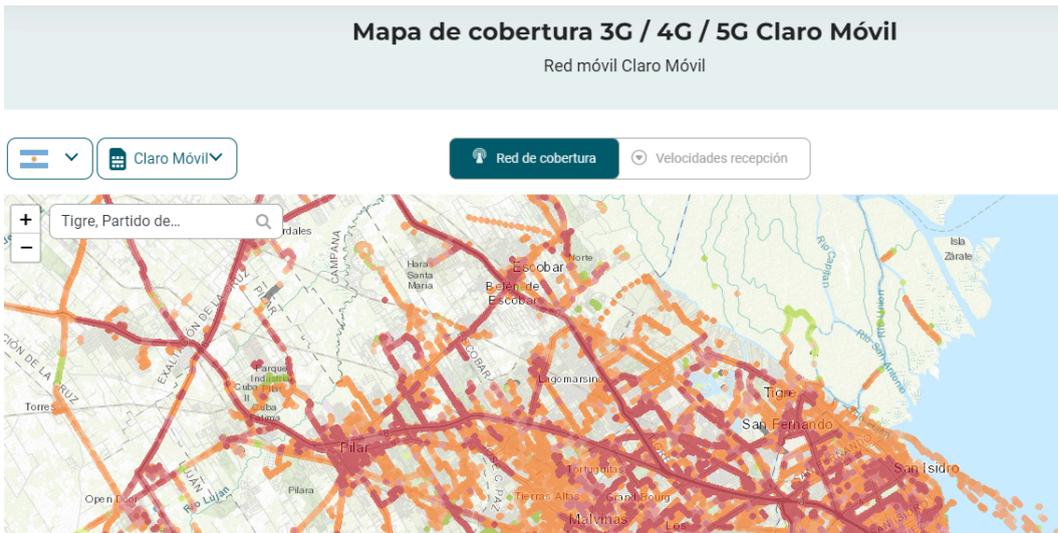


Figura 58: Mapas de cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G. Prestador: Claro

Fuente: <https://www.nperf.com/es/map/AR/-/-/signal/?ll=20&lg=0&zoom=3>

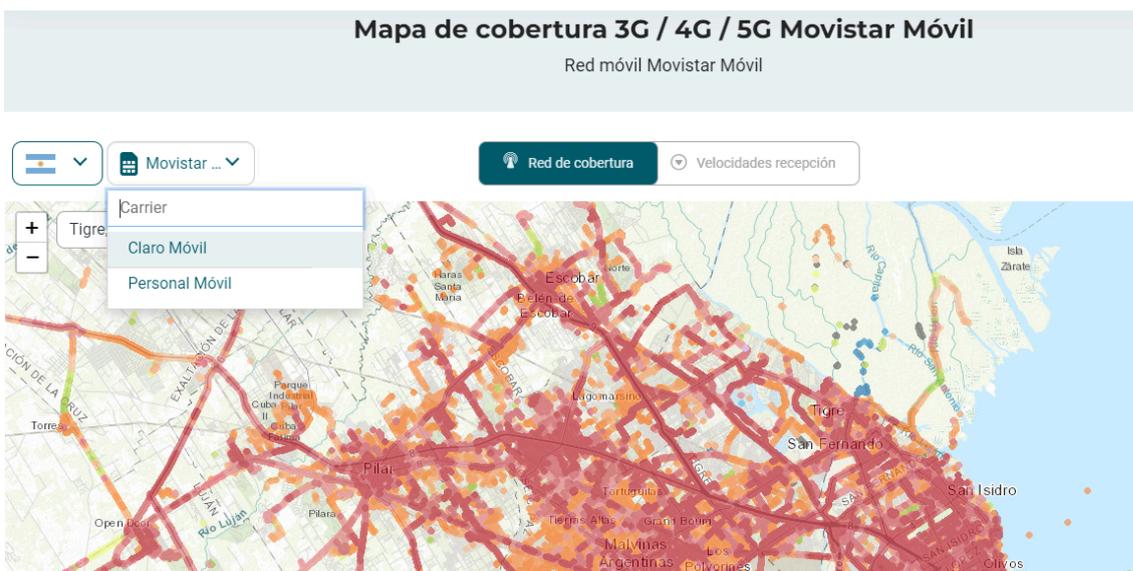


Figura 59: Mapas de cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G. Prestador: Movistar

Fuente: <https://www.nperf.com/es/map/AR/-/-/signal/?ll=20&lg=0&zoom=3>

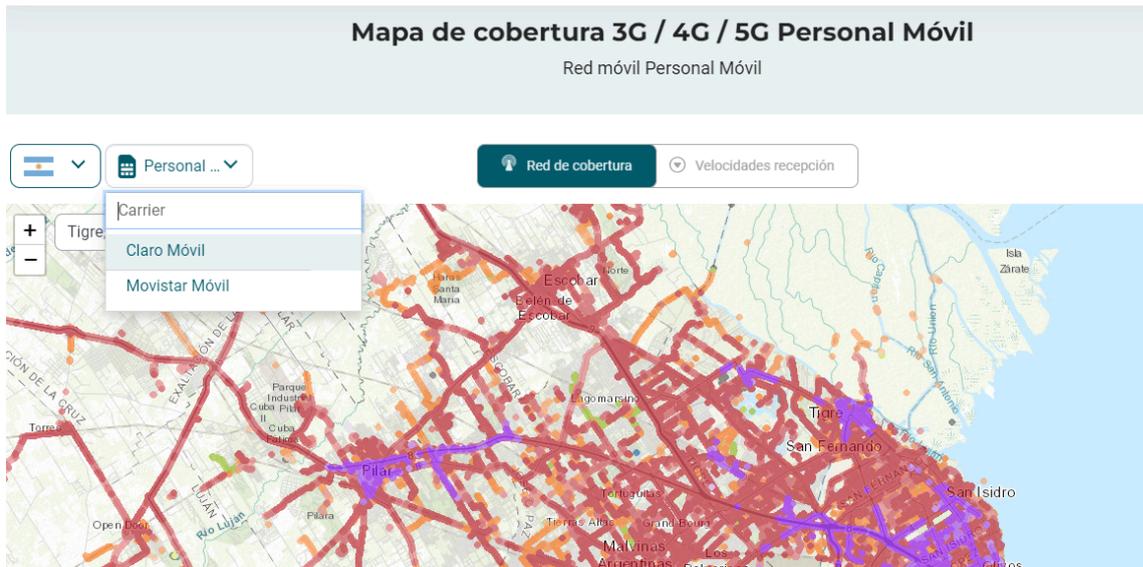


Figura 60: Mapas de cobertura de la red móvil 2G, 3G, 4G y 5G. Prestador: Personal

Fuente: <https://www.nperf.com/es/map/AR/-/-/signal/?ll=20&lg=0&zoom=3>

### 1.3.7.4. Puntos Wifi

El Municipio de Tigre puso a disposición más de 177 puntos de acceso a WiFi gratuito en plazas y espacios públicos orientados a los ciudadanos. Se destaca que se requieren datos básicos del usuario para poder conectarse, pero no se solicita información vinculada a turismo (ejemplo, lugar procedencia) ni se evidencia la utilización de dichos datos en la generación de información orientada a la generación de políticas públicas.



Figura 61: Tigre Wifi

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/tigrewifi>

En la web del municipio se geolocalizan los puntos wifi gratuitos disponibles.

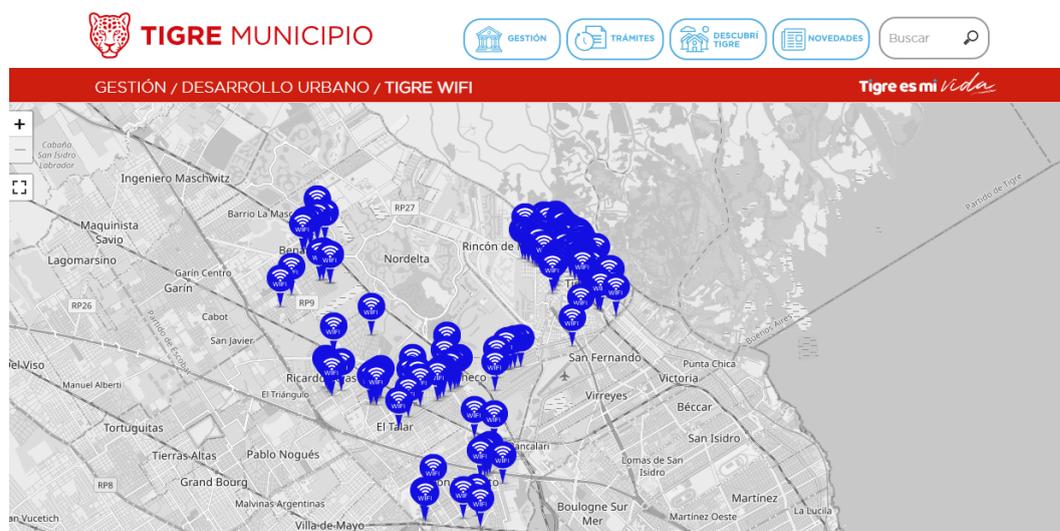


Figura 62: Georreferenciación - Tigre Wifi

Fuente: <https://www.tigre.gob.ar/urbanismo/tigrewifi>

### 1.3.7.5. Otros aspectos

No se evidencian niveles significativos de cumplimiento de indicadores vinculados al registro en medio digital de la información de los turistas que se contactan por cualquiera de los canales de atención, o la utilización de base de datos o que se registren los mails de los turistas.

Tampoco se provisionan tarjetas, pulsera o app que identifique al turista y le permita acceder a servicios y promociones.

Asimismo, carece el destino de un software tipo CRM que fomente la interacción y comunicación de los diferentes actores (municipio, empresas locales, medios de comunicación, agencias de viajes, hotelería, transporte, turista).

Tampoco se evidencia la existencia de requerimientos tecnológicos mínimos para habilitar un prestador turístico (acceso WiFi gratuito, portal web, etc)

Se identifican oportunidades de mejora en este eje, relacionados con la incorporación de nuevas tecnologías.

La plataforma **#CompráEnTigre** fue ideada para colaborar con los emprendedores locales durante el aislamiento social, preventivo y obligatorio. Hoy sigue vigente. Allí el comercio puede darse de alta mediante un formulario que debe

completar con los datos requeridos, subir foto del negocio y aparecer luego en la base de datos online.

Parte de dicho estímulo de compra se orienta al consumo gastronómico.

**TIGRE MUNICIPIO**

GESTIÓN / EMPLEO Y PRODUCCIÓN / COMPRÁ EN TIGRE

**#CompráEnTigre**

Te invitamos a conocer el nuevo servicio online del Municipio de Tigre para estimular el consumo local. A través de este portal vas a poder acceder desde tu casa a una importante oferta comercial y gastronómica del distrito, de manera sencilla y segura, y apoyar a los vecinos que cuentan con un emprendimiento.

#CompráEnTigre es una plataforma para colaborar con los emprendedores locales durante el aislamiento social, preventivo y obligatorio; que busca reducir la circulación en la vía pública y proteger la economía de los vecinos.

Elegí el rubro o la localidad y descubrí los negocios disponibles.

Para tener en cuenta:

- Los repartidores deben usar barbijos y guantes durante la

Figura 63: Compra en Tigre

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/empleo/compra\\_en\\_tigre](https://www.tigre.gob.ar/empleo/compra_en_tigre)

Tiene un motor de búsqueda. Entre las categorías se destacan las de gastronomía, artesanías y mimbrepía y entretenimiento. No se visualizan alojamientos ni agencias de viaje.

El programa **Origen Tigre** acompaña a los emprendedores locales en busca de diferentes estrategias de comercialización ofreciendo productos fabricados por emprendedores locales.

Posee un motor de búsqueda con categorías identificadas.

**TIGRE MUNICIPIO**

GESTIÓN / EMPLEO Y PRODUCCIÓN / ORIGEN TIGRE

**Catalogo Origen Tigre**

El programa Origen Tigre acompaña a los emprendedores locales en busca de diferentes estrategias de comercialización. De esta manera se crea el "Catalogo virtual de emprendedores Origen Tigre" para potenciar y ayudar a que cada vez más vecinos emprendedores puedan dar a conocer su trabajo. Este espacio fue pensado para resolver una problemática que hoy en día tiene la gran mayoría de los emprendedores, la difusión.

A través de esta iniciativa puedes acceder a productos fabricados por emprendedores locales, y contactarlos directamente a través de sus redes sociales o teléfono de contacto.

Apoya la producción local, cómprale a un emprendedor!! Para más información puedes comunicarte a las redes sociales de Origen Tigre (Facebook e Instagram) o comunicarte por whatsapp al 11-2173-4611

Figura 64: Origen Tigre

Fuente: [https://www.tigre.gob.ar/empleo/origen\\_tigre](https://www.tigre.gob.ar/empleo/origen_tigre)

### 1.3.7.6. Marketing y transformación

- **Posicionamiento y propuesta de valor**

Tigre se posiciona como un destino turístico que combina naturaleza y cultura (en tanto que expresiones actuales de la sociedad como la historia) a partir de un patrimonio de gran diversidad y valor, que ofrece ocio y diversión para todos los gustos durante todo el año.

Este posicionamiento se expresa de la siguiente manera:

Su claim: *“Viví Tigre todo el año”*

Su declamación promocional de posicionamiento:

*“Tigre es un Municipio con un sinfín de posibilidades. Su patrimonio cultural y natural es inmenso e impresionante. Sumergite en la cultura e historia, a través de imponentes edificaciones y centros de exposición o pasea por bahías modernas y centros comerciales; degustá gastronomía autóctona o internacional, maravillate con la fauna y flora de nuestros espacios verdes o práctica deportes al aire libre. Tigre ofrece ocio y diversión para todos los gustos.”*

Su decálogo de las 10 razones para visitar y conocer Tigre:

- Posibilidad de descansar y conectar con la naturaleza a solo 30 km de la ciudad de Buenos Aires.
- Navegar por el Delta en un entorno natural único.
- Visitar y recorrer el Puerto de Frutos, el mercado al aire libre más grande de Latinoamérica.
- Recorrer el casco histórico y los principales paseos.
- Conocer los clubs de Remo y sus propuestas.
- Disfrutar de la propuesta cultural para grandes y chicos.
- Degustar la gastronomía típica y las propuestas de autor.
- Alojamiento para pasar estadías inolvidables.
- Diferentes opciones para realizar turismo aventura.
- Diversas propuestas de entretenimiento para todas las edades.

A partir de aquí, estructura sus productos: cultura, actividades deportivas, MICE, la naturaleza basada en el descanso y actividades (ecoturismo y en menor medida, turismo aventura), la gastronomía, las compras, el entretenimiento y el turismo social – cuyo público objetivo son los mismos residentes del destino.

- **Comunicación**

El estilo y tono comunicacional como destino turístico está alineado e integrado con la visión, estrategia y comunicación del municipio de Tigre en general, que asentándose en sus profundas raíces históricas culturales y naturales, se actualiza en su identidad de cara al futuro, proyectándose como territorio pujante, moderno y dinámico.

En materia turística, se nota un giro en el rumbo acorde a esto, alejándose de la promoción y comunicación tradicionalmente centrada en el Casino y el Parque de la Costa que fue prioritaria hasta la primera década de este siglo. Hoy, la estructuración de la oferta, su promoción y su comunicación están acorde a las tendencias actuales en materia de desarrollo de productos, nuevas problemáticas en la actividad y estrategias de captación de demanda.

La comunicación turística logra transmitir la imagen y sensación de un destino dinámico, con una oferta exhaustiva y al mismo tiempo única, en un tono cercano, claro, con tuteo, con la información necesaria – sin sobreabundar, adaptada al consumidor actual -, tamaños de letras accesibles, con imágenes y diseño visual moderno en todos los formatos y canales. Es claro el trabajo profesional que existe en materia de experiencia de usuario y las etapas del viaje del consumidor, en este caso, el visitante.

- **La marca**

La marca “**VIVÍ TIGRE**” es la más posicionada, usada además como dominio del sitio web turístico y de los perfiles en las redes sociales. Sin embargo, también aparece “**TIGRE es mi vida**” y en la mayoría de los nuevos formatos comunicacionales acompañado del nombre del intendente y/o del logo institucional del municipio.



Figura 65: Marca turística

Fuente: Facebook



Figura 66: Perfil de Facebook Viví Tigre

Fuente: Facebook



Figura 67: Gráfica Tigre

Fuente: Turismo Tigre

Esta situación sólo genera confusión a nivel de demanda y posicionamiento de mercado. Por otro lado, sigue una tendencia creciente nacional y local de introducir cuestiones políticas partidarias en la comunicación y promoción turística

dirigida a un mercado de consumo, situación que había sido superada en cuanto a los motivos y justificaciones de por qué se desaconseja esta práctica.

Se puede observar claramente que hay un manual de uso de marca para todas las estrategias, canales e instancias comunicacionales y promocionales.

- **Sitio Web Oficial de Turismo**

Tigre cuenta con una web específica para turismo, orientada al visitante, independiente del sitio institucional del municipio. El [Sitio Web](#) tiene diseño UX / UI, es fácil de navegar, de leer, la información es completa y está bien organizada. Ofrece catálogo de prestadores categorizados en “prestadores” – “alojamiento” – “gastronomía” – “sitios de eventos”.

Un dato relevante es que se indica en cada prestador los medios de pagos, horarios de apertura, medios de acceso, datos de reserva y galería de fotos. Los datos lucen completos y georreferenciados

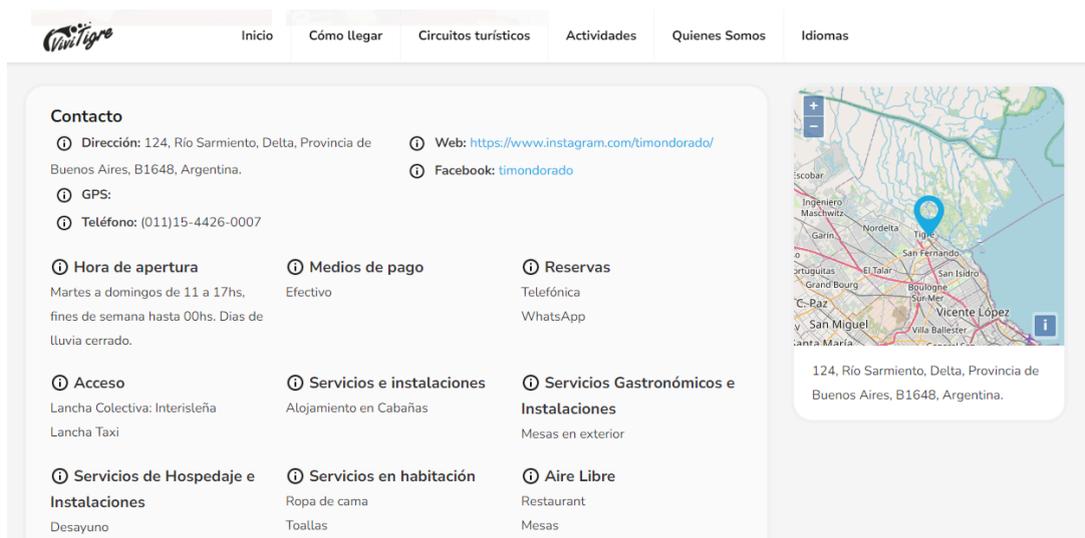


Figura 68: Sitio web turístico oficial de Tigre

Fuente: Turismo Tigre

En el sitio se destaca el turismo corporativo, producto estrella del destino. Ofrece un brochure de 125 páginas con pormenorizados detalles del destino.

Contiene material descargable (Estadísticas y Mapas Digitales) y en líneas generales, a partir de la auditoría tanto en materia de front-end como back-end es una buena página web - promedio 7,7. Es accesible para móviles y visualmente para todo tipo de público, la experiencia de usuario es alta (8 puntos sobre 10), y está bien rankeada en popularidad y relevancia, con números links referenciados de otras páginas - más de 7000 – y dominios - más de 800.

El promedio de palabras por página es de 500, que es un contenido promedio, aunque lo referido a las imágenes tiene margen de mejora. En materia de títulos de página - que influye en su indexación por parte de google para las búsquedas - también tiene una puntuación de 10. Está conectada a google analytics y es actualizada de forma permanente, tanto en materia de información como soporte operativo.

El sitio también es muy popular, ya que recibe un promedio de 4569 visitantes mensuales.

Se encuentra disponible en tres idiomas (español, inglés y portugués)



Figura 69: Sitio web turístico oficial de Tigre

Fuente: Turismo Tigre

Se ofrece información ordenada de contacto al visitante.

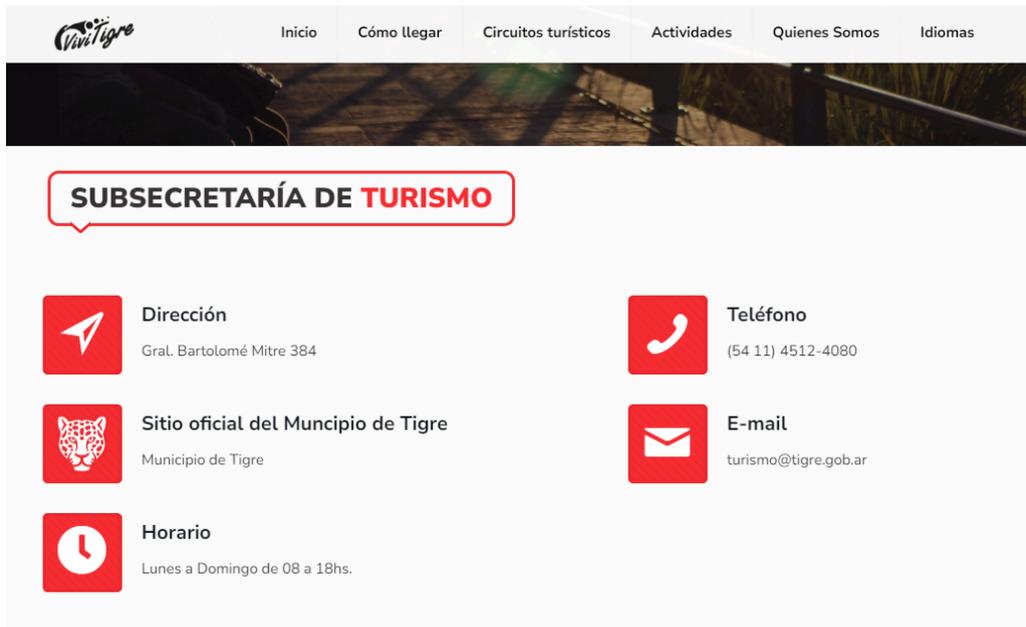


Figura 70: Sitio web turístico oficial de Tigre

Fuente: <http://vivitigre.gov.ar/centro-de-informes/>

En el sitio web institucional del municipio se hace una breve referencia a turismo, finalizando con los enlaces a la página oficial de turismo Tigre y al del museo de Arte Tigre.



Figura 71: Turismo Tigre Municipio

Fuente: <https://www.tigre.gov.ar/tigre/turismo>

- **Redes sociales**

La misma lógica de disponer un sitio web específico de turismo orientado exclusivamente a la demanda se replica en las redes sociales. El destino trabaja con un solo perfil en 4 de ellas: Instagram, Facebook, Twitter y Youtube

En lo que respecta al manejo de las redes y el sitio web, la subsecretaría es autónoma. No así en lo que refiere a la pauta, salidas televisivas, etc. Cualquier acción en medios pasa por la Secretaría de Comunicación.

No hay un plan de comunicación de destino. Y la estrategia de comunicación del municipio es cambiante.

- **Instagram**

Perfil: Turismo Tigre

Link: Viví Tigre (@turismotigre) • Instagram photos and videos

Este perfil posee un nombre diferente al resto de las plataformas, pero coincidente con la imagen visual de Twitter y Facebook. Fue creada en 2014, y eso puede explicar esta discrepancia, ya que en la descripción del perfil sí figura Viví Tigre. Tiene 32,9 mil seguidores y 2059 publicaciones a la fecha, con una frecuencia alta y recurrente.

Utiliza correctamente la configuración y presentación del perfil, así como las historias destacadas.



Figura 72: Instagram Tigre

Fuente: Instagram

La estética está adaptada a Instagram y es consistente a lo largo del tiempo y de los formatos (stories, imágenes y reels), con priorización de imágenes limpias para el feed, una utilización alta de los reels – denota conocimiento de las tendencias de usuarios de redes sociales -. La calidad de las imágenes es buena y

el storytelling se centra en contar lo que el destino tiene para ofrecer y ser experimentado. No hay narrativa de gestión.

Las historias son utilizadas para acentuar otros aspectos de la oferta que se muestra en el feed, proveyendo por ejemplo mayor información, o comunicando el calendario de actividades y los eventos que tienen lugar. Hay mayor uso de texto, pero siguiendo el manual de comunicación de marca.

Denota una aproximación profesional y competitiva a las redes sociales ya que el resultado permite deducir que hay un equipo de producción visual y audiovisual importante, una planificación y calendarización de contenidos, un estilo, tono, voz y hashtags definidos y consistentes.

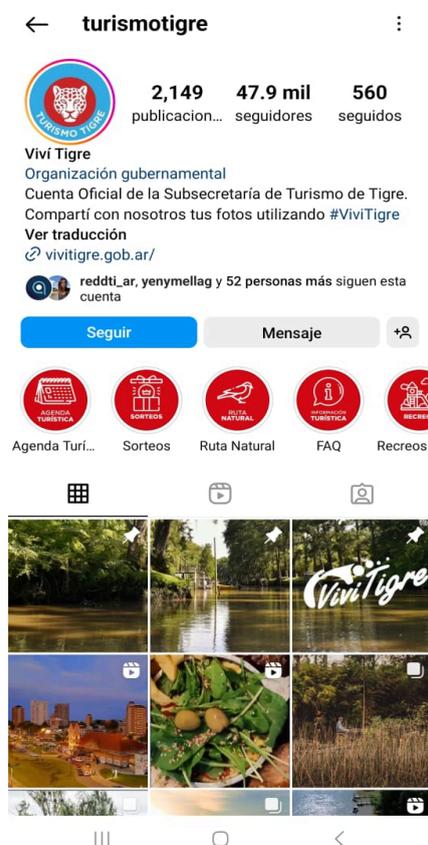


Figura 73: Perfil Tigre Turismo

Fuente: Instagram

Los hashtags utilizados siempre son #vivitigre #turismo #tigre, luego varían según la temática. También aparecen arrobados de manera permanente @tigremunicipio @zamora.julio y @alepieszko.

- **Facebook**

Perfil: Viví Tigre

Link: Viví Tigre

Fue creada en 2010 y tiene 103 mil seguidores. La configuración del perfil está bien gestionada, aprovechando todas las optimizaciones que brinda Facebook, y la frecuencia de publicación es en promedio 1 vez por semana.



Figura 74: Facebook Tigre

Fuente: Facebook

En este perfil, el storytelling mixtura la comunicación propiamente turística destinada al visitante con la comunicación de la gestión turística. Este último caso permite inferir que la fanpage se utiliza como canal de información para los vecinos del municipio, para la cadena de intermediación turística y para la prensa además de para los visitantes.

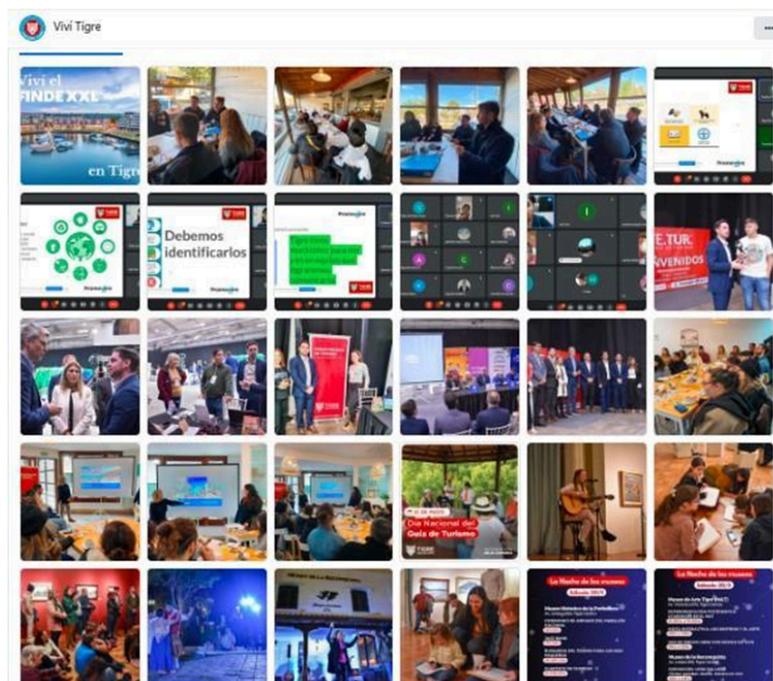


Figura 75: Fotos publicadas por el perfil Tigre – destino turístico

Fuente: Facebook

Los criterios comunicacionales identificados en Instagram se mantienen en este perfil y red también.



Figura 76: Tigre

Fuente: Facebook

○ **Youtube**

Perfil: Viví Tigre (Figura 52)

Link: Viví Tigre - YouTube

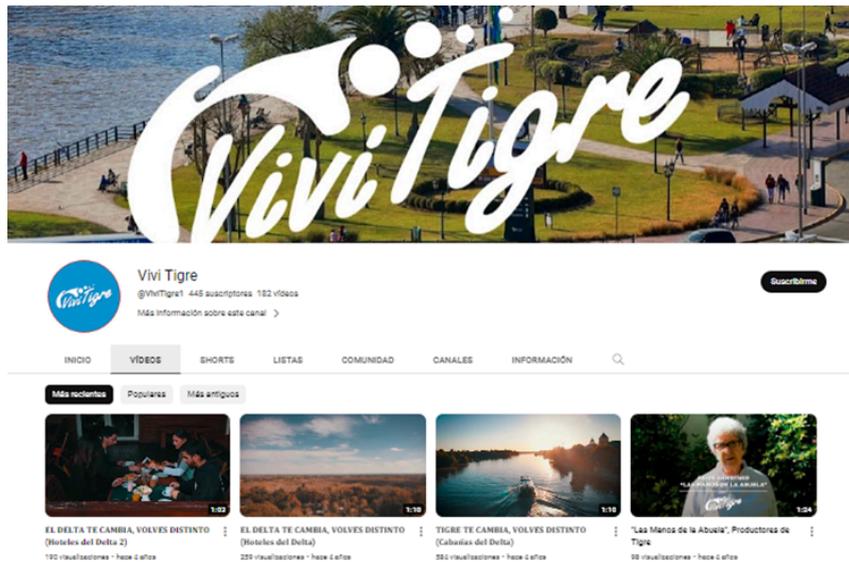


Figura 77: Perfil del canal de Youtube Viví Tigre - Turismo

Fuente: YouTube

Fue creado en 2010, tiene 445 suscriptores, 178.846 visualizaciones y 182 videos publicados. Este canal está abandonado, la última publicación fue a mediados de 2018 y toda su estética está desactualizada.

- **Twitter**

Perfil: Viví Tigre (Figura 53)

Link: Viví Tigre (@vivi\_tigre) / Twitter

Fue creado en 2010, tiene 13.300 seguidores y los hashtags principales en este caso son #vivitigre y #ExperienciaTigre, además de aparecer siempre arrobados @tigremunicipio @zamora.julio y @alepieszko.



Figura 78: Perfil de Twitter - Tigre

Fuente: Twitter

Tanto la frecuencia de posteo como el storytelling siguen la misma línea de Facebook.



Figura 79: Posteos Perfil Twitter - Tigre

Fuente: Twitter

- **Comercialización y Promoción Turística**

Tigre como destino turístico aparece en la oferta de prácticamente todos los principales operadores receptivos argentinos con sede en AMBA, como experiencia por el día o para el segmento MICE.

Asimismo, aparece en la oferta de los operadores de este segmento como alternativa para el mercado nacional también. Las excursiones por el día o escapadas de fin de semana con pernocte relacionadas con temáticas específicas - deporte, arte, bienestar, segmento “solo mujeres” - también son frecuentes en la oferta de las agencias de turismo minoristas del AMBA.

En materia de promoción turística, Tigre aparece como opción de escapada por parte de la estrategia promocional turística de la Ciudad de Buenos Aires - Visit Tigre, Buenos Aires’ waterside getaway - y el destino participa en numerosos eventos tanto destinados al público general como profesional. El calendario principal incluye MEET UP Argentina, la Feria Internacional de Turismo FIT y algunos eventos del calendario del Instituto Nacional de Promoción Turística - INPROTUR. También lleva a cabo eventos promocionales propios vinculados con el lanzamiento de temporadas y fechas especiales, generalmente en los principales centros emisores de demanda nacional, participa en eventos colectivos como ser la Noche de los Museos o la Noche de la Casa de las Provincia y lleva adelante acciones de capacitación para la cadena de intermediación del turismo.



Figura 80: Presencia de Tigre en medios de prensa del sector turístico

Fuente: prensa Tigre

Cuenta con un calendario muy completo de actividades culturales, deportivas, recreativas y artísticas en su territorio como elemento traccionador de demanda y generación de novedades.

Asimismo, trabaja con influencers de viajes contratados tanto de manera individual como en partenariatio con acciones promocionales del Ministerio de Turismo de la Nación y el INPROTUR, y tiene una presencia constante y regular en los medios de prensa turístico y medios masivos de comunicación.



Figura 81: Presencia de Tigre Destinos Turístico en la Feria FIT – Ciudad de Buenos Aires, edición 2022

Fuente: Turismo Tigre y comercialización

## **Subtarea 1.4: Entrevista de partes interesadas**

### **1.4.1. Mapa de actores**

El mapa de actores o también conocido como Stakeholder Mapping es una herramienta que sirve para identificar a las personas, entidades y organismos que intervienen dentro de un sistema, así como las relaciones que se establecen entre cada una de ellas.

Para la construcción del mapa de actores se contó con la siguiente información:

[Organigrama municipal](#)

[Organigrama del Organismo público de Turismo](#)

[Requerimiento de información Tigre](#)

[Listado de entrevistados](#)

Es decir, como esos actores sociales se articulan, relacionan y desenvuelven en un contexto dado. El diagrama de este mapeo es un insumo muy práctico para el diagnóstico y gestión de proyectos, dado que presentan una radiografía del esquema de vinculaciones del sistema en estudio, es decir, representa la realidad social en que estamos inmersos.

De conformidad al relevamiento de actores principales en el destino, desarrollado por el equipo de la Subsecretaría de Turismo de Tigre (conforme se desprende del último enlace acompañado) se puede establecer criterios para el desarrollo gráfico de un Stakeholder Mapping basado en el criterio de articulación de los diferentes actores detectados, según su nivel de interacción (asidua, poca relación, intermitente).



Figura 82: Mapa de actores Tigre

Fuente: Elaboración propia

**Entrevistas a funcionarios sector público:** en el siguiente enlace se accede a las evidencias de estas entrevistas ([Entrevistas](#))

**Encuestas al sector privado:** en el siguiente enlace se accede a las evidencias de estas entrevistas ([Entrevistas](#))

Cantidad de encuestas realizadas: 25 prestadores

Modalidad: Presencial

### Conocimiento DTI

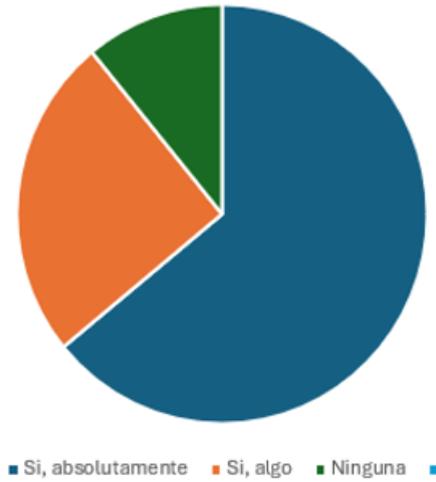


Figura 83: Conocimiento DTI de los prestadores

Fuente: Elaboración propia

### Con qué relaciona la Inteligencia Turística



Figura 84: Conocimiento DTI de los prestadores

Fuente: Elaboración propia

|  |    |
|--|----|
| La tecnología digital  | 15 |
| Un modelo de gobernanza turística de articulación público-privada  | 8  |
| Sostenibilidad (ambiental, sociocultural y económica) del destino en base a la actividad turística                 | 10 |
| Un modelo de comunicación, márketing y comercialización del destino basado en la utilización de nuevas tecnologías | 12 |
| Trabajar para que el destino sea innovador   | 12 |
| Mejorar la movilidad en el destino (tanto para turistas como prestadores)  | 5  |
| Mejora la accesibilidad universal del destino, buscar que sea accesible para todos                                 | 7  |
| Gestionar con un concepto de gobierno abierto, transparencia, datos abiertos, participación ciudadana              | 5  |

Teniendo en cuenta que esta consulta pretende analizar una “primera aproximación general” sobre la temática de la Inteligencia Turística, resulta claro que en términos generales la visión se orienta hacia la tecnología, la comunicación y la sostenibilidad. Se evidencia una baja proporción de consultados relaciona la temática con el eje de Gobernanza

**Acciones y estrategias que realiza en su emprendimiento (SI, NO,NO SABE)**

**Gobernanza pública privado (participación)**

|  |   |   |
|--|---|---|
| Participa de manera activa en la gestión del destino | Participa en acciones organizadas por Turismo Tigre | Siente que un espacio donde aportar ideas en la gestión del destino |
| <b>68%</b>   | <b>68 %</b>   | <b>64%</b>  |

Si bien las aproximaciones a la relación entre los modelos de gobernanza turística y la Inteligencia Turística no reflejan un vínculo para los encuestados, resulta evidente que una amplia mayoría entiende la importancia de la participación articulada del sector público y el privado. Es indudable que esta refleja una oportunidad de mejora.

### Datos

|   |   |
|---|---|
| Utiliza datos estadísticos generados por el destino | Provee de datos estadísticos al destino |
| <b>32%</b>  | <b>32%</b>                              |

Se interpreta que con proyecto de Observatorio Turístico se podrán contar con datos para utilizar en el desarrollo de estrategias tanto por el sector público como por la cadena de valor turística. En tal sentido, se deberá pensar en sensibilizar y capacitar a los integrantes del sector a los fines de generar estrategias basadas en datos

### Planificación

|  |
|--|
| Realiza una planificación anual de su emprendimiento |
| <b>52 %</b>  |

En este punto se evidencia una nueva oportunidad de mejora, tanto en la sensibilización y capacitación sobre planificación y planeamiento empresarial, como en la planificación colectiva y asociativa.

### Recursos humanos

|   |   |                                    |   |  |
|---|---|------------------------------------|---|--|
| Posee un equipo de trabajo de manera estable en su emprendimiento | Genera espacios de participación de sus empleados en la gestión del negocio | Incorpora recursos humanos locales | Incorpora mujeres y jóvenes en el equipo de trabajo | Realiza capacitaciones de su equipo de trabajo |
| <b>76%</b>  | <b>80%</b>  | <b>80%</b>                         | <b>88 %</b>   | <b>84%</b>                                     |

Los resultados arrojan buenos porcentajes en este importante aspecto de gestión, así como en la empleabilidad del sector.

## Comunidad

|   |                                  |  |   |
|---|----------------------------------|--|---|
| Realiza alguna/s acciones de relacionamiento con la comunidad local | Realiza alguna/s acciones de RSE | Incorpora productos locales en su emprendimiento | Brinda comidas con identidad gastronómica local |
| <b>60%</b>  | <b>24%</b>                       | <b>68%</b>                                       | <b>43%</b>                                      |

Resulta evidente que un porcentaje amplio del empresariado local posee un compromiso y visualización de la importancia de la relación con la comunidad local, con el desarrollo local y la identidad propia del destino. Existe una oportunidad de mejora en cuanto a las estrategias de R.S.E.

## Sostenibilidad

|  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| Utiliza algunos elementos de “arquitectura sostenible” | Incorpora o ha incorporado tecnología para la sostenibilidad | Valora y protege la naturaleza nativa de su hábitat                           | Considera que genera ingresos económicos en la comunidad local                   | Le preocupa y/o interesa la problemática ambiental de su región |
| <b>31%</b>   | <b>40%</b>   | <b>84%</b>  | <b>84%</b>   | <b>88%</b>  |
| Realiza acciones de tratamiento de residuos            | Utiliza sistemas de división de residuos                     | Reutiliza residuos  | Realiza e implementa acciones de cuidado de energía.                             | Implementa tecnología para la protección del ambiente           |
| <b>56%</b>   | <b>56%</b>   | <b>52%</b>  | <b>72%</b>   | <b>24%</b>  |
| Conoce los conceptos y metodologías de Comercio Justo  | Ha implementado alguno de estos conceptos y metodologías     | Genera actividades y productos de manera asociativa con otros emprendimientos | Ha participado o participa de algún espacio asociativo con otros emprendimientos |   |
| <b>20%</b>   | <b>20%</b>   | <b>56%</b>  | <b>64%</b>   |   |

Se evidencia una identificación de los conceptos de sostenibilidad por parte del empresariado local y surgen oportunidades de mejora en términos de acciones de Comercio y Turismo Justo, utilización de tecnología para la sostenibilidad.

### Accesibilidad

|   |  |  |
|---|--|--|
| Implementa o ha implementado infraestructura accesible para todos | Ha implementado alguna directriz de accesibilidad universal en su emprendimiento | Considera que su emprendimiento cuenta aún con barreras de accesibilidad |
| <b>60 %</b>   | <b>24 %</b>  | <b>64%</b>   |

Se identifica la importancia y valoración de la accesibilidad universal, pero se evidencia la falta de acciones y estrategias de implementación.

### Calidad

|   |  |   |
|---|--|---|
| Ha implementado alguna norma de calidad turística | Le gustaría implementar normas de calidad en su emprendimiento | Ha implementado o quiere implementar algún sello de sustentabilidad o sello verde |
| <b>60 %</b>                                       | <b>88 %</b>  | <b>68 %</b>   |

Se visualiza la sensibilización sobre la temática, más allá de que resultan pocas las acciones de implementación concreta de normas, directrices y sellos de calidad.

### Comercialización y marketing

|   |   |  |  |   |
|---|---|--|--|---|
| Comercializa de manera asociativa con otros emprendimientos | Utiliza redes sociales para comercializar | Utiliza plataformas de comercialización on line  | Permite el pago con tarjetas de crédito, débito, etc.                      | Brinda servicios de Wi-Fi para sus visitantes |
| <b>48 %</b>   | <b>88 %</b>                               | <b>48 %</b>                                      | <b>68 %</b>  | <b>68 %</b>                                   |
| Utiliza algún sistema de gestión                            | Utiliza algún CRM                         | Se mantiene informado sobre novedades del sector | Está atento a las nuevas necesidades del turista y genera nuevos productos | Se capacita en nuevos modelos de gestión      |
| <b>56 %</b>   | <b>28 %</b>                               | <b>80 %</b>                                      | <b>88 %</b>  | <b>44%</b>                                    |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| Genera base de datos de sus clientes y las utiliza | Está atento a las críticas de sus pasajeros | Genera sistema de fidelización de clientes |  |
| <b>64 %</b>  | <b>84 %</b>                                 | <b>68 %</b>                                |  |

Obviamente resulta una temática de gran importancia y valoración por parte del empresariado local, más allá de la necesidad de trabajo colectivo, asociativo e incluso de articulación público-privado para potenciar la misma.

### Movilidad

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Brinda transportación a sus huéspedes | Utiliza transportes armónicos con la naturaleza |
| <b>28%</b>                            | <b>16 %</b>                                     |

Esta problemática se hace más evidente en los emprendimientos de las islas del delta. Resulta una problemática de larga data, con muchas dificultades de resolución atento a las particularidades del territorio.

### ¿Cómo cree que podría impactar el incremento de la actividad turística en su negocio/actividad?

|  |             |  |            |
|--|-------------|--|------------|
| Generación de mayores ingresos para su negocio | <b>92 %</b> | Es positivo porque se fortalece la oferta turística del destino          | <b>72%</b> |
| Crecimiento y desarrollo de su negocio         | <b>92 %</b> | Es negativo porque requiere mayor esfuerzo y recursos para comercializar | <b>0 %</b> |
| Es positivo porque genera mayor competencia    | <b>60%</b>  | Es negativo porque se genera mayor competencia                           | <b>0 %</b> |

#### 1.4.2. Entrevistas a funcionarios de la Municipalidad de Tigre

En el marco del presente proyecto se realizaron entrevistas a funcionarios de distintas áreas de gobierno de la Municipalidad de Tigre

##### Entrevista modelo implementada

##### Testimonios recolectados

Algunas conclusiones arribadas:

- En términos generales los funcionarios consultados no poseen conocimientos sobre la temática de Destinos Turísticos Inteligentes
- Así y todo se evidencia en la mayor parte de los casos, que existe una clara orientación a generar acciones relacionadas con el marco de análisis de la temática DTI, fundamentalmente en términos de gobernanza (fuertemente influenciada por los conceptos de datos abiertos y participación pública), en sostenibilidad (fundamentalmente en áreas tales como Puerto de Frutos, Ambiente y Delegación Delta), así como la realización de acciones por parte del área de Comunicaciones de la Municipalidad, alineada con los conceptos DTI
- Las oportunidades de mejoras son variadas de acuerdo al área consultada. Destacándose la importancia de la actividad turística en el distrito, la necesidad de pensar y generar estrategias para el desarrollo turístico con base en el desarrollo local.
- Se evidencia que, en la mayor parte de los casos, no se implementan acciones de planificación (operativa y estratégicas) en forma colectiva y asociativa con el área de turismo. En algunos casos solo en acciones que crucen su ejecución en la involucración de las áreas. Y en particular en el caso del área de Comunicación, centrada fundamentalmente en la creación de contenidos para redes sociales.
- Se evidencia la identificación y visualización de generar marcos conjuntos de planificación con el área de turismo local.

## Subtarea 1.5: Benchmark de destinos y casos de éxito

### 1.5.1 Caso de éxito: Medellín como Destino Turístico Inteligente (DTI)

**Medellín**, en Colombia, se ha convertido en un referente de transformación urbana y desarrollo de un modelo de DTI. La ciudad ha implementado diversas iniciativas que integran la tecnología, la innovación y la sostenibilidad para mejorar la experiencia del turista y la gestión del destino.

**A continuación, se detallan algunos de los logros de Medellín como DTI:**

#### **1. Implementación de la plataforma Medellín Cómo Vamos:**

- Esta plataforma permite a los ciudadanos y turistas acceder a información en tiempo real sobre diversos indicadores de la ciudad, como:
  - Seguridad
  - Movilidad
  - Medio ambiente
  - Calidad de vida

#### **2. Desarrollo de aplicaciones móviles:**

- Se han desarrollado aplicaciones móviles para facilitar la experiencia del turista, como:
  - **App Medellín:** ofrece información sobre la ciudad, eventos, actividades y servicios.
  - **Cívico:** permite reportar incidencias y acceder a servicios públicos.
  - **Metro de Medellín:** facilita la planificación de viajes en el sistema de transporte público.

#### **3. Implementación de sensores y tecnología IoT:**

- Se han instalado sensores para recopilar datos sobre el flujo de turistas, el estado del clima y la calidad del aire.
- Estos datos se utilizan para mejorar la gestión del destino y la toma de decisiones.

#### 4. Promoción del destino a través de canales digitales:

- Se utilizan redes sociales, marketing digital y campañas online para promocionar Medellín como destino turístico.
- Se ha creado una fuerte marca digital para la ciudad.

#### 5. Capacitación a los actores del sector turístico:

- Se han desarrollado programas de capacitación para que los actores del sector turístico puedan aprovechar las nuevas tecnologías.

#### Como resultado de estas iniciativas, Medellín ha logrado:

- **Aumentar la cantidad de turistas:** La ciudad ha experimentado un crecimiento sostenido del turismo en los últimos años.
- **Mejorar la experiencia del turista:** Los turistas valoran la información y los servicios disponibles en la plataforma DTI y las aplicaciones móviles.
- **Optimizar la gestión del destino:** Las autoridades locales tienen acceso a datos valiosos para tomar decisiones informadas.
- **Posicionarse como un destino turístico inteligente:** Medellín es reconocido a nivel internacional como un ejemplo de DTI.

En definitiva, el caso de Medellín demuestra que la implementación de soluciones tecnológicas puede contribuir al desarrollo de un turismo sostenible y competitivo, a la vez que se mejora la calidad de vida de los ciudadanos.

#### Fuentes:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia: <https://www.mincit.gov.co/>
- Medellín Cómo Vamos
- Ruta N Medellín: <https://rutanmedellin.org/>

### 1.5.2 Análisis del caso de Málaga como Destino Turístico Inteligente (DTI)

**Málaga** ha sido pionera en la implementación de estrategias DTI en España. En 2020, la ciudad fue reconocida como la "Capital Europea del Turismo Inteligente" por su apuesta por la innovación, la tecnología y la sostenibilidad.

A continuación, se detallan algunos de los logros de Málaga como DTI.

### 1. Implementación de la plataforma Smart City Málaga:

- Esta plataforma integra información de diferentes áreas de la ciudad, como:
  - Movilidad
  - Medio ambiente
  - Seguridad
  - Turismo

### 2. Desarrollo de aplicaciones móviles:

- Se han desarrollado aplicaciones móviles para facilitar la experiencia del turista, como:
  - **Málaga Turismo:** ofrece información sobre la ciudad, eventos, actividades y servicios.
  - **Málaga Mobility:** facilita la planificación de viajes en el sistema de transporte público.
  - **Aparcamientos Málaga:** permite encontrar y reservar aparcamiento en tiempo real.

### 3. Implementación de sensores y tecnología IoT:

- Se han instalado sensores para recopilar datos sobre el flujo de turistas, el estado del clima, la calidad del aire y el consumo energético.
- Estos datos se utilizan para mejorar la gestión del destino y la toma de decisiones.

### 4. Promoción del destino a través de canales digitales:

- Se utilizan redes sociales, marketing digital y campañas online para promocionar Málaga como destino turístico.
- Se ha creado una fuerte marca digital para la ciudad.

### 5. Capacitación a los actores del sector turístico:

- Se han desarrollado programas de capacitación para que los actores del sector turístico puedan aprovechar las nuevas tecnologías.

Como resultado de estas iniciativas, Málaga ha logrado:

- **Aumentar la cantidad de turistas:** La ciudad ha experimentado un crecimiento sostenido del turismo en los últimos años.
- **Mejorar la experiencia del turista:** Los turistas valoran la información y los servicios disponibles en la plataforma DTI y las aplicaciones móviles.
- **Optimizar la gestión del destino:** Las autoridades locales tienen acceso a datos valiosos para tomar decisiones informadas.
- **Posicionarse como un destino turístico inteligente:** Málaga es reconocido a nivel internacional como un ejemplo de DTI.

Sin embargo, también hay algunos desafíos que la ciudad aún enfrenta:

- **Conectividad:** Garantizar que todos los actores del sector turístico tengan acceso a internet y a las nuevas tecnologías.
- **Privacidad:** Asegurar la protección de datos personales de los turistas.
- **Financiación:** Asegurar la financiación sostenible de las iniciativas DTI.

**En definitiva, el caso de Málaga demuestra que la implementación de soluciones tecnológicas puede contribuir al desarrollo de un turismo sostenible y competitivo.**

#### Fuentes

- Ayuntamiento de Málaga: <https://www.malaga.eu/>
- Smart City Málaga
- Turismo y Planificación Costa del Sol

### 1.5.3 Algunas iniciativas alineadas con el modelo DTI en Argentina

Estas son solo algunas de las experiencias de éxito en Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes. La implementación de estas iniciativas está contribuyendo a mejorar la experiencia del turista, la gestión del destino y la competitividad del sector turístico argentino. En la actualidad no existe en la Argentina un destino turístico que pueda ser denominado “Destino Turístico Inteligente”. Ya sea porque haya implementado la Norma IRAM DTI o por ser denominado por algún organismo y/o institución.

Algunos destinos turísticos nacionales están hoy por hoy avanzando en la intención de aplicar a la Norma IRAM DTI, hay un destino que aplicó un Referencia DTI desarrollado por una organización “Instituto Ciudades del Futuro” (ICF), tal el caso de Chascomús en la Pcia. de Buenos Aires. No obstante, el mismo tiene alcance acotado a un referencial sin poder llegar por ello a poder afirmarse que quien lo implemente pueda ser considerado un destino inteligente.

Más allá de ello, existen gran cantidad de destinos que han implementado distintas acciones de cara a la transformación en DTI, pero hasta el momento solo se trata de acciones, proyectos e implementaciones puntuales: Ejemplo de ello es la “digitalización y gamificación de atractivos turísticos” implementada por Carhué, Pcia de Buenos Aires, el “Centro de interpretación virtual de la obra del arquitecto Caveri” implementada por el Municipio de Moreno, en la provincia de Buenos Aires. Así como innumerables acciones orientadas a la construcción de observatorios turísticos locales y otras tantas experiencias en el marco de gobiernos locales.

Se aportan algunos ejemplos de iniciativas implementadas por distintos destinos de la Argentina.

### **Experiencias en Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI):**

#### **1. Ushuaia:**

- **Red Wi-Fi gratuita:** Se ha implementado una red Wi-Fi gratuita en toda la ciudad.
- **App Ushuaia:** Ofrece información sobre la ciudad, eventos, actividades y servicios.
- **Sistema de información turística:** Brinda información personalizada a los turistas a través de tótems interactivos.
- **Plataforma de gestión de datos:** Recopila y analiza datos para mejorar la gestión del destino.

#### **2. Ciudad de Buenos Aires:**

- **App BA Cómo Vamos:** Permite a los ciudadanos y turistas acceder a información en tiempo real sobre diversos indicadores de la ciudad.
- **Red de sensores:** Recopila datos sobre el estado del medio ambiente, el tráfico y la seguridad.
- **Plataforma de gestión de datos:** Se utiliza para analizar datos y tomar decisiones informadas sobre la gestión de la ciudad.
- **Portal web Turismo BA:** Ofrece información completa sobre la ciudad para los turistas.
- **3. Mendoza:**
- **App Mendoza Turismo:** Ofrece información sobre la provincia, eventos, actividades y servicios.

- **Sistema de reservas online:** Permite reservar alojamiento, actividades y excursiones en línea.
- **Programa de promoción turística:** Se utiliza para promocionar a Mendoza como destino turístico en todo el mundo.
- **Plan de desarrollo turístico sostenible:** Se ha desarrollado un plan para garantizar un desarrollo turístico sostenible en la provincia.

#### 4. Córdoba:

- **App Córdoba Turismo:** Ofrece información sobre la provincia, eventos, actividades y servicios.
- **Sistema de gestión de calidad turística:** Se ha implementado un sistema para garantizar la calidad de los servicios turísticos.
- **Plan de desarrollo turístico:** Se ha desarrollado un plan para potenciar el desarrollo turístico en la provincia.
- **Programa de formación para el sector turístico:** Se ofrece formación para que los actores del sector turístico puedan mejorar sus habilidades.

#### 5. Bariloche:

**Bariloche** es un ejemplo destacado de DTI en Argentina. La ciudad ha implementado diversas soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia del turista y la gestión del destino.

**A continuación, se detallan algunos de los logros de Bariloche como DTI:**

##### 1. Implementación de una plataforma DTI:

- La plataforma integra información de diferentes actores del sector turístico, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y actividades turísticas.
- Permite a los turistas acceder a información actualizada sobre el destino, realizar reservas y planificar su viaje.

##### 2. Desarrollo de aplicaciones móviles:

- Se han desarrollado aplicaciones móviles para facilitar la experiencia del turista, como:
  - **Bariloche App:** ofrece información sobre la ciudad, eventos, actividades y servicios.
  - **Bariloche Parking:** permite reservar estacionamiento en tiempo real.

- **Circuito Cultural:** guía interactiva para recorrer los sitios culturales de la ciudad.

### 3. Implementación de sensores y tecnología IoT:

- Se han instalado sensores para recopilar datos sobre el flujo de turistas, el estado del clima y la calidad del aire.
- Estos datos se utilizan para mejorar la gestión del destino y la toma de decisiones.

### 4. Promoción del destino a través de canales digitales:

- Se utilizan redes sociales, marketing digital y campañas online para promocionar Bariloche como destino turístico.
- Se ha creado una fuerte marca digital para la ciudad.

### 5. Capacitación a los actores del sector turístico:

- Se han desarrollado programas de capacitación para que los actores del sector turístico puedan aprovechar las nuevas tecnologías.

#### Como resultado de estas iniciativas, Bariloche ha logrado:

- **Aumentar la cantidad de turistas:** La ciudad ha experimentado un crecimiento sostenido del turismo en los últimos años.
- **Mejorar la experiencia del turista:** Los turistas valoran la información y los servicios disponibles en la plataforma DTI y las aplicaciones móviles.
- **Optimizar la gestión del destino:** Las autoridades locales tienen acceso a datos valiosos para tomar decisiones informadas.
- **Posicionarse como un destino turístico inteligente:** Bariloche es reconocido a nivel internacional como un ejemplo de DTI.

En definitiva, el caso de Bariloche demuestra que la implementación de soluciones tecnológicas puede contribuir al desarrollo de un turismo sostenible y competitivo.

## 1.5.4 Comparativa de avances en destinos DTI en España y Argentina

### España:

- **Experiencia:** España es un país pionero en el desarrollo de DTI, con ciudades como Málaga, Barcelona y San Sebastián a la vanguardia.
- **Financiación:** España cuenta con un marco de financiación público-privado para el desarrollo de DTI.
- **Tecnología:** España tiene un ecosistema de empresas tecnológicas innovadoras que están desarrollando soluciones para DTI.

- **Marco regulatorio:** España cuenta con un marco regulatorio favorable para el desarrollo de DTI. Asimismo, tiene un sistema de normalización avanzado en torno a la temática que orienta el curso del desarrollo del modelo desde hace ya varios años

**Argentina:**

- **Experiencia:** Argentina está comenzando a desarrollar DTI, con ciudades como Bariloche, Ushuaia y Buenos Aires a la cabeza.
- **Financiación:** Argentina tiene un marco de financiación público para el desarrollo de DTI, pero es menos desarrollado que en España.
- **Tecnología:** Argentina tiene un ecosistema de empresas tecnológicas en crecimiento que está desarrollando soluciones para DTI.
- **Marco regulatorio:** Argentina no posee un marco regulatorio para el desarrollo de DTI. Solo cuenta con una norma IRAM vinculada a requisitos del modelo DTI. Norma IRAM 42.101.

**En general, España está más avanzada que Argentina en el desarrollo de DTI. Sin embargo, Argentina tiene un gran potencial para desarrollar DTI en el futuro.**

A continuación, se presenta una comparación más detallada en algunos aspectos clave:

| Aspecto                  | España                | Argentina                 |
|--------------------------|-----------------------|---------------------------|
| <b>Experiencia</b>       | Pionero               | En desarrollo             |
| <b>Financiación</b>      | Marco público-privado | Marco público             |
| <b>Tecnología</b>        | Ecosistema innovador  | Ecosistema en crecimiento |
| <b>Marco regulatorio</b> | Favorable             | No posee                  |

**Desafíos comunes:**

- **Conectividad:** Asegurar que todos los actores del sector turístico tengan acceso a internet y a las nuevas tecnologías.

- **Privacidad:** Asegurar la protección de datos personales de los turistas.
- **Capacitación:** Capacitar a los actores del sector turístico para que puedan aprovechar las nuevas tecnologías.

#### **Oportunidades:**

- **Desarrollo de nuevas tecnologías:** Las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, el blockchain y el 5G, tienen el potencial de revolucionar el sector turístico.
- **Colaboración público-privada:** La colaboración entre el sector público y el privado es esencial para el desarrollo de DTI.
- **Promoción de los DTI:** Es necesario promover los DTI entre los turistas y los actores del sector turístico.

Se anexa, a su vez, el material elaborado por la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI.ar) que reúne gran cantidad de experiencias territoriales relacionadas con la Inteligencia Turística en destinos adheridos..

#### **[Experiencias territoriales DTI - Red DTI-Ar](#)**

### **Subtarea 1.6: Ente gestor**

El ente gestor es la entidad responsable, ya sea pública o pública/privada, encargada de llevar a cabo la implementación del proyecto en un destino turístico

Quien cumpla ese rol puede ser una organización local, gobierno regional y/o local, una ONG u otro grupo de personas organizadas formalmente cuya función primordial será la de gestionar el desarrollo del modelo DTI en el alcance territorial determinado, bajo los principios de la innovación, la sostenibilidad, la accesibilidad y adecuada planificación en su gobernanza, gestionando las interacciones entre visitantes, el sector turístico que les presta el servicio, la comunidad anfitriona y todo su entorno.

*Este “marco de actuación debe partir del propio Ente Gestor del destino, entendiendo el destino como un territorio en el que se permita, de forma colaborativa, participativa y en coordinación con todos los agentes implicados, la toma de decisiones consensuadas, a largo plazo, actuando sobre los ejes” del modelo DTI (Norma UNE 178501:2018. Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos)*

El ente gestor será, en definitiva, quien asuma el liderazgo y la planificación estratégica y que asegure el cumplimiento de los objetivos establecidos a través de diferentes acciones. En síntesis, es quien gobierna el DTI.

La norma IRAM 42101 expresa como definición de ente gestor la organización *“que gestiona un destino turístico inteligente DTI con responsabilidad y autoridad suficiente para establecer, implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión de DTI. NOTA 1 a la entrada. La organización puede ser de gestión pública (por ej. organismo local de turismo o área que dependa de éste), privada o mixta que se encuentre formalmente constituida”*<sup>6</sup>

*“El Ente Gestor con competencias puede desarrollar e implementar una política de gestión para el destino turístico y establecer objetivos, metas y planes de acción, teniendo en cuenta los criterios de los cinco ejes fundamentales sobre los que se asienta un DTI”*<sup>7</sup>

Puede estar constituido por una única entidad encargada de gestionar la planificación, ejecución y control del plan de transformación del destino bajo la mirada DTI, o puede ser conformada por un conjunto de diversas organizaciones públicas y privadas, junto con otros actores, que tengan como objetivos comunes favorecer el desarrollo del destino turístico. Dicha entidad constituida asume la coordinación de actividades bajo una estrategia análoga, manteniendo su independencia en sus acciones.

Atendiendo el caso del presente trabajo, y en virtud del organigrama funcional imperante, la constitución del mapeo de actores ut supra analizada, y el alcance territorial del destino turístico Tigre, cabe destacar que la responsabilidad del Ente Gestor Tigre caería actualmente en la Subsecretaría de Turismo.

No obstante, se propicia la conformación de alguna entidad del tipo mixta donde actores claves del sector público (no solo la Subsecretarías de Turismo sino otras áreas de la administración municipal, como ya se ha destacado) en conjunto con los del sector privado, confluyen la articulación de las políticas de gobierno bajo la mirada de DTI.

El ente gestor tiene tres objetivos principales:

- Disponer de competencias suficientes en las áreas que afectan y se ven afectadas por el turismo
- Asumir la coordinación, en conjunto con los actores involucrados, de la planificación DTI del destino, estableciendo un adecuado plan de trabajo del ente gestor a corto, mediano y largo plazo.
- Gestionar la estrategia
- Controlar su debido cumplimiento, proponiendo las mejoras necesarias cuando así amerite.

<sup>6</sup> Norma IRAM 42101 .Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos

<sup>7</sup> Norma UNE 178501:2018. Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos

Atendiendo esto, se sugiere que la Subsecretaría de Turismo tenga el acompañamiento institucional suficiente para la articulación de las acciones necesarias a tales fines. Esto es, no solo el conocimiento, sino la articulación, generación de políticas públicas y adecuada comunicación intra municipal con áreas claves a fin de alcanzar y sostener la transformación del destino bajo la concepción inteligente.

### **Subtarea 1.7: Construcción del diagnóstico de destino**

El Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) es una asociación civil sin fines de lucro y que articula como Organismo de Normalización de la República Argentina. Cuenta entre sus funciones el diseño de normas técnicas y el de propender al conocimiento y la aplicación de la normalización como base de la calidad, promoviendo las actividades de certificación de productos y de sistemas de calidad. IRAM es el único representante de la República Argentina en la International Organization for Standardization (ISO)

La norma sectorial de IRAM que trabaja el modelo de Inteligencia Turística es la 42.101. Denominada “Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos”

Su primera edición (única vigente al momento) data del 14 de octubre del 2022.

Es un documento que surgió del consenso técnico entre los diversos actores involucrados, los que a través de sus representantes han intervenido en los organismos de estudio de normas correspondientes.

*“A demanda de organizaciones representativas de los destinos turísticos nacionales, principalmente aquellos que conforman la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar), IRAM abrió un organismo de estudio para elaborar la primera norma argentina para DTI. La importancia del estudio radicó en consensuar un documento con las adecuaciones necesarias a la realidad nacional, tomando como referencia documentos y normas internacionales relacionadas con las buenas prácticas. Esta norma fue concebida para abordar la implementación de un sistema de gestión de DTI y, por tanto, su aplicación permitirá el desarrollo de procesos de fortalecimiento institucional asociados a la innovación sistemática para la mejora de las experiencias turísticas y la calidad de vida de la ciudadanía.”<sup>8</sup>*

En dicha norma, se establece en el Capítulo 08 (denominado “Operación”) cada uno de los indicadores cuyo cumplimiento será necesario a fin de que el destino Tigre sea reconocido con DTI.

<sup>8</sup> Norma IRAM 42101. Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos – Introducción

En los anteriores y sucesivos capítulos se establecen los requisitos generales, comunes a la mayoría de los sistemas de gestión de la calidad.

Atendiendo ello, y en miras de la puntualidad del trabajo encomendado, se efectuará un exhaustivo análisis de los indicadores establecidos en la mentada norma que sean exclusivos del modelo DTI.

| Eje           | Subeje                                     | Requisito   | Evidencia       |
|---------------|--|---|-----------------|
| 8 - Operación | 8.1. - Planificación y control operacional | El Ente gestor debe planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir los requisitos y para implementar las acciones determinadas en el capítulo 6 | No se evidencia |

**Sugerencia:**

Trabajar sobre una planificación bajo la metodología DTI, estableciendo los debidos procesos de controles

| Eje | Subeje | Requisito | Evidencia |
|-----|--------|-----------|-----------|
|     |        |           |           |

|                          |                                |  |   |
|--------------------------|--------------------------------|--|---|
| 8.2 –<br>Gober-n<br>anza | 8.2.1 –<br>Goberna-<br>bilidad | El ente gestor debe determinar las áreas municipales y otras partes interesadas que serán proveedores externos de entradas de los procesos y/o de información para el sistema de gestión del DTI, y/o que sean responsables de gestionar procesos necesarios para implementar un DTI, considerando los ejes definidos. | No se encuentra evidencias de articulación entre las diferentes áreas municipales involucradas en la gestión DTI<br><br>No se evidencia existencia de estructura institucionalizada para formalizar la relación público-privada en la gestión del destino (por ejemplo, Ente Mixto) |
|--------------------------|--------------------------------|--|---|

**Sugerencia:**

En virtud de lo indicado precedentemente, en el apartado relacionado al ente gestor, en el cual se sugiere que dicha función descansa inicialmente en la Subsecretaría de Turismo, cabe destacar que a los fines de llevar adelante la gobernabilidad del DTI surge imperioso y prioritario trabajar sobre el acompañamiento institucional suficiente para la articulación de las acciones necesarias a tales fines

No se evidencia en el desarrollo del trabajo, relevamiento de evidencias (tanto en navegación web, análisis documental y territorial) o de las entrevistas llevadas a cabo, que haya un adecuado acompañamiento institucional. Si se destaca, lo cual surge excluyente, el acompañamiento del ejecutivo local a fin de poder llevar adelante el presente plan de transformación en DTI.

Sin embargo, no se encuentran suficientes evidencias de la articulación entre las áreas internas de la municipalidad, ni con otros actores claves, que vayan en consecuencia. Por lo que se sugiere trabajar, desde un primer momento, en la adecuada articulación intra áreas como asimismo generar los canales de comunicación y consulta, a fin de poder potencializar la actividad turística en el destino y dotar al órgano encargado de la función de ente gestor de los instrumentos necesarios para poder planificar, ejecutar y controlar la transformación del destino bajo el prisma DTI.

Promover la existencia de competencias en materia de planificación con mirada de inteligencia de la gestión en el Área de Turismo (organigrama, funciones del Área de Turismo, estatuto del Ente gestor de turismo si corresponde, etc.)

Establecer formalmente un plan de acciones, con horizonte temporal y asignación de recursos

Suscribir “actas compromiso” entre las diferentes áreas municipales a fin de bregar por el correcto, articulado y planificado desarrollo del modelo de transformación DTI.

| Eje              | Subeje                                  | Requisito   | Evidencia   |
|------------------|---|---|---|
| 8.2 – Gobernanza | 8.2.2 – Participación y gestión abierta | <p>El ente gestor debe evaluar y promover mecanismos que faciliten la participación de las partes interesadas en la planificación e implementación de políticas y acciones turísticas, asociadas a los requisitos del 8.2.</p> <p>El ente gestor debe determinar la información pública y asegurar el acceso a la misma para las partes interesadas.</p> <p>El ente gestor debe establecer un sitio web o herramientas para la información y que los datos sean públicos y accesibles</p> | <p>El Municipio realiza acciones de forma permanente sobre gestión abierta y participación.</p> <p>Cabe destacar que no se evidencian datos actuales en la mayoría de los apartados</p> <p>Posee un digesto, cuyas normas vinculadas al turismo no se encuentran del todo ordenadas y resultan no estar actualizadas. Su última norma es del 2020.</p> <p>Cabe destacar que no existe actualmente ordenamiento turístico específico, solo código de zonificación y reglamento para servicios de alojamiento</p> |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | (open data). Así mismo incentivar a las partes interesadas a retroalimentar con información veraz el sistema de “open data” que servirá de sustento para crecer en la información de manera diversificada teniendo como base la propia fuente que recibe y toma la información. Estos datos deben estar enmarcados en los ejes estratégicos de los DTI y contemplar indicadores de la oferta y demanda turística (9.1) | turístico<br><br>En materia de seguimiento de quejas y reclamos los mecanismos implantados son escasos y precarios, no aptos para un sistema que tiende a la digitalización y la facilitación de dichos instrumentos. Los mismos no cumplen un rol protagónico, objetivo y con enfoque en el turismo |
|--|--|--|--|

**Sugerencia:**

Resulta necesario incluir un apartado con datos abiertos y transparencia de gestión específicas del Turismo de Tigre. El mismo debe mantenerse actualizado.

En materia de participación ciudadana se sugiere la inclusión de espacios digitales para atender las necesidades tanto de los turistas como de la cadena de valor turística.

Diagramar procedimientos de seguimiento, control y derivación de quejas y reclamos, en lo posible, mediante plataformas digitales. Asimismo, establecer un procedimiento interno sobre cómo proceder frente a algún reclamo o queja.

Fomentar la utilización del programa "propuesta ciudadana" a fin de establecer políticas públicas participativas con una mirada centrada en los beneficios turísticos para el destino, desde el involucramiento ciudadano.

Trabajar la concientización y sensibilización de los residentes para conseguir un mayor involucramiento y aceptación del turismo, comunicando las fortalezas del destino y los beneficios (socioeconómicos) que dicha actividad acarrea.

| Eje | Subeje | Requisito | Evidencia |
|-----|--------|-----------|-----------|
|-----|--------|-----------|-----------|

|                          |                               |   |  |
|--------------------------|-------------------------------|---|--|
|                          |                               |   |  |
| 8.2 –<br>Gober-n<br>anza | 8.2.3 -<br>Gestión<br>digital | <p>El ente gestor debe impulsar la digitalización de los procesos incluidos en el alcance del sistema de gestión del DTI.</p> <p>Asimismo, el ente gestor debe promover que residentes, turistas y prestadores turísticos realicen trámites de manera digital</p> | <p>Actualmente el organismo cuenta con el sistema DRIVE de google como sistema de almacenaje de información documentada</p> <p>En cuanto a estadísticas turísticas solo se difunden datos generales.</p> <p>Las políticas del destino no se definen en función de los datos obtenidos.</p> |

**Sugerencia:**

Implementar un sistema digital eficiente, mediante la instrumentación de alguna plataforma, CRM, observatorio turístico u otro instrumento adecuado de gobierno digital, abierto y transparente.

Dar mayor difusión y alcance al sistema MAJOR.

Articular con el área de innovación acciones tendientes a optimizar y ampliar los datos estadísticos recabados, los cuales deberán ser considerados como de uso obligatorio al momento de establecer políticas públicas.

| Eje                 | Subeje  | Requisito   | Evidencia  |
|---------------------|---|---|--|
| 8.2 -<br>Gobernanza | 8.2.4 -<br>Planeamiento<br>urbano y<br>usos del<br>territorio | El ente gestor debe promover los usos turísticos del suelo en los documentos legales, reglamentarios o institucionales referidos al | En aspectos territoriales de planificación y diseño, el destino cuenta con un Plan de ordenamiento Territorial, vigente desde el año |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | <p>ordenamiento territorial, la zonificación del espacio y los usos del suelo.</p> <p>El ente gestor debe determinar las responsabilidades en las áreas encargadas del procesamiento sistematizado de datos georreferenciados, definidas como proveedores externos para planificar y articular acciones referidas a los usos turísticos del suelo del DTI.</p> | <p>1999, aunque el organismo público de turismo no ha participado en la generación y construcción de dicho plan</p> |
|--|--|--|---|

**Sugerencia:**

Establecer políticas públicas articuladas a nivel municipal con el involucramiento del área de turismo, atento el impacto que dicha actividad tiene en la vida diaria del residente.

Realizar una revisión del Plan de Ordenamiento Territorial (que lleva una antigüedad de 25 años) promoviendo los usos turísticos del suelo y áreas navegables, como asimismo el impacto socio económico que dicha actividad impacta en las islas y zona del delta

Trabajar con mayor profundidad la georeferenciación de prestadores turísticos y actores claves.

| Eje              | Subeje                       | Requisito  | Evidencia   |
|------------------|------------------------------|--|---|
| 8.2 – Gobernanza | 8.2.5 Movilidad y transporte | El ente gestor debe evaluar las condiciones de los medios e infraestructuras de transporte en función de las | El destino recolecta datos de prestadores de servicio de transporte para acceder al destino. Cuenta con |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  |  | <p>necesidades del DTI y promover las mejoras pertinentes contemplando la accesibilidad y sostenibilidad.</p> <p>El ente gestor debe identificar y evaluar la red de conectividad de transporte del DTI con otros municipios, incluyendo las terminales de los diferentes medios de transporte, y promover las mejoras pertinentes.</p> <p>El ente gestor debe contemplar y promover políticas de seguridad vial en el DTI.</p> | <p>infraestructura de transporte con información accesible, esto es, Señalización y orientación (destinos, estacionamientos, venta de billetes, etc.) y paradas informativas: rutas, mapas de ubicación, atractivos turísticos.</p> <p>Sin embargo, asimismo surge como una de las principales debilidades del destino la falta de adecuada infraestructura y coordinación de acciones, como ser semaforización, habilitación de playas de estacionamiento en cercanía con el número adecuado de plazas, entre otras.</p> |
|--|--|---|---|

**Sugerencia:**

En concordancia al punto anterior, se sugiere trabajar sobre la diagramación articulada de políticas orientadas a dotar al destino de un sistema ordenado urbanístico vinculado a semaforización, playas de estacionamiento y replanteo de circulación de calles troncales y secundarias.

Incorporar soluciones de estacionamiento inteligente (sistemas de sensorización, señalización de rampas, guiado para la visualización de cochera libre y control de capacidad de carga).

Aplicar políticas para el fomento de la utilización de autobuses públicos de bajas emisiones y eléctricos. En este último caso, contar con puntos de recarga de coches eléctricos.

Control de transporte público adaptado a la demanda turística con fijación de horarios demandados por turistas, rutas que enlazan atractivos turísticos y cartelería con información turística en las paradas.

Establecer circuitos con calles peatonales y fijación de calles recreativas (cierre de determinadas calles en fechas puntuales, o fines de semana).

Fijación de bicisendas y ciclovías a fin de fomentar una movilidad más ordenada y sostenible. Promover la incorporación de un servicio público de alquiler de bicicletas.

Diagramar horarios de navegabilidad en el Delta, acorde al uso turístico, a fin de que el visitante optimice los tiempos de uso y disfrute.

| Eje                  | Subeje                        | Requisito  | Evidencia  |
|----------------------|-------------------------------|--|--|
| 8.3 - Sostenibilidad | 8.3.1 Economía / 8.3.3 Social | <p>El ente gestor debe:</p> <p>a) evaluar los impactos económicos del turismo en el DTI;</p> <p>b) impulsar la formación y la empleabilidad de los residentes en el sector turístico;</p> <p>c) fomentar el desarrollo de emprendimientos locales de productos y servicios, y</p> <p>d) establecer prioridades de inversión en áreas estratégicas del DTI.</p> <p>.....</p> <p>El ente gestor debe promover:</p> <p>a) acciones tendientes a la igualdad de género en su organización;</p> | <p>Medición de la generación de empleo directo en turismo, pero solo con las organizaciones con las que se articulan diversas acciones</p> <p>Medición de la cantidad de empresas turísticas de propiedad local de manera manual</p> <p>Falta de cruce de datos entre las áreas de turismo y empleo</p> <p>Servicio de “Intermediación Laboral” Cabe destacar que el usuario no puede visualizar las ofertas montadas. El área de empleo es quien se encarga de analizar los perfiles y alcanzarles a las organizaciones con búsquedas activas los perfiles que consideren adecuados</p> |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>b) la igualdad de género en las partes interesadas del DTI;</p> <p>c) acciones tendientes a la inclusión social en su organización y en el DTI, y</p> <p>d) la inclusión social en las partes interesadas del DTI.</p> |  |
|--|--|---|--|

**Sugerencia:**

Medición de generación de empleo directo e indirecto a todo el universo de turismo, en conjunto entre las áreas de turismo y empleo.

Sistematizar y digitalizar la medición de la cantidad de empresas turísticas de propiedad local.

Optimización de toma de políticas públicas articulando en conjunto, de manera coordinada y con flujo de información, entre las áreas de turismo y empleo. Entre otras acciones, capacitaciones planificadas.

Respecto al servicio de "intermediación laboral" de la plataforma EMPLEOS se sugiere la optimización de dicho recurso mediante la publicación de las ofertas laborales vigentes a fin de hacer más eficiente el sistema de postulación atento que el usuario puede postular directamente a determinada búsqueda que tenga interés. Asimismo, podría catalogarse en el mismo sitio web las ofertas laborales y perfiles de usuarios vigentes a fin de facilitar la búsqueda y comunicación.

Propiciar la medición del impacto económico que genera la actividad turística en el destino, comunicando los resultados hacia la comunidad a fin de afianzar y concientizar sobre la importancia que dicha actividad tiene a nivel local como generadora de empleo y diversificador de economías regionales y locales.

Trabajar programas de articulación, reinserción laboral, y priorización en el ámbito turístico orientado a conseguir la equidad de género y protección de grupos vulnerables.

| Eje | Subeje | Requisito | Evidencia |
|-----|--------|-----------|-----------|
|-----|--------|-----------|-----------|

|                                       |                           |  |  |
|---------------------------------------|---------------------------|--|--|
| <p>8.3 –<br/>Sosteni-b<br/>ilidad</p> | <p>8.3.2<br/>Ambiente</p> | <p>El ente gestor debe evaluar los aspectos vinculados con el cuidado y la contaminación de las aguas, el aire, y el suelo, que son significativos para el DTI, para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su protección.</p> <p>El ente gestor debe evaluar los aspectos vinculados con el cuidado de la flora y la fauna, que son significativos para el DTI, para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su protección.</p> <p>El ente gestor debe evaluar los aspectos ambientales significativos para el DTI considerando la gestión eficiente del agua, de la energía y de los residuos para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su optimización.</p> <p>El ente gestor debe evaluar los aspectos ambientales significativos para el DTI considerando la utilización de energías renovables, para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su incorporación.</p> | <p>No se evidencian acciones vinculadas a energías renovables.</p> <p>Tampoco a medición de impacto de huella de carbono, hídrica o similar</p> <p>No hay evidencias de estímulo a la utilización de arquitectura sustentable</p> <p>Se realizan monitoreos de calidad de agua superficial en el Delta y en las Cuencas del Río Reconquista y Luján</p> <p>El municipio participa de activamente de la RIIGLO – (Red de Intercambio de Información de Gobiernos Locales) y del Programa de Alerta Temprana de cianobacterias</p> <p>Se identifican acciones orientadas a la conservación y valorización de espacios verdes</p> <p>Posee tres áreas protegidas con diferentes niveles de maduración y protección.</p> <p>Programa activo de reciclado y disposición de residuos, como asimismo, de campañas de concientización.</p> |
|---------------------------------------|---------------------------|--|--|

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>El ente gestor debe identificar, evaluar y promover acciones tendientes a la identificación, protección, conservación y restauración del paisaje y del patrimonio natural del DTI.</p> | <p>Posee plan de inspecciones y se realizan monitoreos de efluentes líquidos y calidad de aire</p> |
|--|--|---|--|

**Sugerencia:**

Incorporar mediciones de huella de carbono y huella hídrica atento el impacto que conlleva la actividad en un destino de naturaleza. Estas acciones serán de utilidad para medir el impacto local y global causado en el ambiente y evitar, en la medida de lo posible, seguir dañando al entorno. Se recomienda implementar medidas de estímulo orientadas a la incorporación en el sector privado de medidas similares. Ejemplo de ello son los bonos verdes, que eximen del pago de ciertas tasas a quienes demuestren efectivamente evidencias de implementación de medidas sostenibles, mediante la entrega de certificados que pueden ser comunicados lo que le arroja al prestador de un triple impacto positivo: compromiso ambiental efectivo, baja impositiva y promotor de dichas acciones.

Utilizar métodos de monitoreos de calidad de agua de forma sensorizada para la estandarización y optimización de los resultados obtenidos, aumentando la frecuencia de medición.

Confecionar campañas de concientización ciudadana y orientada al turismo sobre cuidado y mitigación de impacto ambiental vinculada al turismo.

Proyectar políticas entre las áreas de turismo, ambiente y aquellas que sea menester, orientadas a la apertura al público de todas las áreas naturales, bajo de premisa de la conservación y protección del ambiente y cuidando la saturación del espacio, que incluya la puesta en valor y adecuación en infraestructura, servicios y personal de aquellos como Isla Nueva que lo ameriten. Asimismo, optar por medios digitales para la medición de la presión sobre el sitio que facilite su medición y procesamiento de datos.

Analizar la posibilidad de instrumentar la instalación de recursos tecnológicos que aporten soluciones para la conservación del ambiente, fundamentalmente en el espacio de las Islas del Delta.

Planificación de estrategias y acciones de acuerdo a los ODS. Realizar una matriz de seguimiento de consecución de los ODS con metas, indicadores y brechas de cumplimiento.

Promover la obtención de certificaciones ambientales.

Planificar mecanismos de minimización del ruido, en base a normativa legal.

Programa que promueva la eficiencia energética y de energías alternativas, así como de fomento de nuevas tecnologías dirigidas a las empresas del sector turístico.

| Eje                  | Subeje                    | Requisito   | Evidencia       |
|----------------------|---------------------------|---|-----------------|
| 8.3 – Sostenibilidad | 8.3.4 Seguridad sanitaria | <p>El ente gestor debe comunicar las condiciones sanitarias del DTI, incluyendo la oferta de los servicios de salud.</p> <p>El ente gestor debe informar las medidas preventivas y de cuidado a las partes interesadas.</p> | No se evidencia |

**Sugerencia:**

Realizar campañas constantes de comunicación de cuidado bio sanitario orientado al turista y residente conforme las prioritizaciones vigentes.

| Eje                  | Subeje                    | Requisito   | Evidencia       |
|----------------------|---------------------------|---|-----------------|
| 8.3 – Sostenibilidad | 8.3.5 Seguridad ciudadana | <p>El ente gestor debe identificar las medidas adoptadas por el DTI para la prevención del delito.</p> <p>El ente gestor debe identificar las características de los delitos que sufren los turistas en el DTI para promover medidas preventivas.</p> | No se evidencia |

**Sugerencia:**

Articular, con los organismos respectivos, acciones tendientes al cuidado de la navegabilidad del delta atendiendo la diversidad de tipo de embarcaciones existentes, circuitos (canales, ríos, etc.) a fin de garantizar la navegación segura de los turistas y residentes. Establecer protocolos, comunicarlos y controlarlos. Aumentar el sistema de patrullaje náutico existente.

Trabajar con corredores seguros, mediante señalética, que facilite la circulación y orientación turística. Garantizar la presencia de seguridad y monitoreo en los espacios de mayor afluencia turística.

Instrumentar programas para garantizar la seguridad del turista mediante protocolos de actuación específicos.

Fomento de medidas que garanticen la seguridad del turista, manejo de crisis, prevención de delitos, incendios y vías de evacuación.

Asimismo, plan de actuación frente a riesgos de inundaciones.

El destino deberá garantizar información sobre los servicios sanitarios disponibles a los turistas.

| Eje                  | Subeje  | Requisito  | Evidencia       |
|----------------------|---|--|-----------------|
| 8.3 – Sostenibilidad | 8.3.6 Prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes | El ente gestor debe promover medidas preventivas contra los delitos de explotación sexual y laboral contra niños, niñas y adolescentes con fines turísticos. | No se evidencia |

**Sugerencia:**

Suscribir e instrumentar medidas de efectivo cumplimiento del código de conducta nacional para la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo.

Trabajar campañas eficientes de comunicación y fiscalización orientadas a tal fin.

| Eje              | Subeje | Requisito   | Evidencia  |
|------------------|--------|---|--|
| 8.4 – Innovación | -      | <p>El ente gestor debe analizar y promover la implementación de ideas de innovación para poder dar respuesta a los riesgos y oportunidades detectados en el requisito 6.1, y a los objetivos definidos en el requisito 6.2.1.</p> <p>El ente gestor debe identificar las innovaciones científicas, técnicas, metodológicas o institucionales pertinentes para el sistema de gestión del DTI y/o para implementar las ideas de innovación.</p> <p>El ente gestor debe identificar programas que promuevan la</p> | <p>Desarrollo de "Premios a la Innovación", iniciativa que distingue proyectos con orientación hacia lo comunitario, lo académico y lo productivo</p> <p>Instrumentación del chatbot Asistente virtual Tigrix sobre servicios como Salud, Seguridad, Educación, Cultura, Turismo</p> |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>innovación, gestionados por las partes interesadas, y sean pertinentes al DTI.</p> <p>El ente gestor debe promover la innovación en los procesos, productos y servicios de las partes interesadas del DTI.</p> |  |
|--|--|---|--|

**Sugerencia:**

Se recomienda analizar la posibilidad de incorporar un área concreta en el marco del organismo público de turismo que desarrolle estrategias, acciones, planes y proyectos orientados tanto al propio sector público como a los empresarios locales, en pos de desarrollar al destino bajo conceptos y preceptos de la innovación turística. Ligado a ello, contar con asignación presupuestaria destinada a tal fin.

Impulsar la incorporación de sistemas de gestión en empresas turísticas e iniciativas en materia de innovación como incubadoras, aceleradoras, programas de fomento I+D+i, entre otras.

| Eje                             | Subeje | Requisito  | Evidencia   |
|---------------------------------|--------|--|---|
| 8.5 – Accesibilidad e inclusión | -      | <p>El ente gestor debe proporcionar información sobre las condiciones de accesibilidad del DTI a los turistas y al resto de las partes interesadas.</p> <p>El ente gestor debe fomentar la sensibilización y formación de las partes interesadas en el DTI, sobre la necesidad de atender a los requisitos de accesibilidad universal.</p> <p>El ente gestor debe promover el cumplimiento de los requisitos aplicables a la</p> | <p>Existencia de cartelera en vías pública, baja con sistema QR para mejor lectura</p> <p>Mapas físicos en braille colocados en el punto de información turística en la zona fluvial</p> <p>Existencia de rampa de acceso a información turística</p> <p>No hay evidencias de cumplimiento en cuanto a la accesibilidad motriz, tanto en zonas de información</p> |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  |  | <p>accesibilidad turística para los prestadores turísticos, y para el resto de las partes interesadas del entorno del DTI.</p> <p>El ente gestor debe promover el cumplimiento de los requisitos de accesibilidad en el propio ente gestor y en las áreas determinadas como proveedores externos de la gestión del DTI.</p> | <p>turística, acceso a embarcaciones o vía pública</p> <p>Existencia de un registro de prestadores distinguidos y/o sensibilizados en accesibilidad</p> |
|--|--|---|---|

**Sugerencia:**

Incrementar acciones a fin de sensibilizar a la cadena de valor turístico

Propiciar la incorporación de nuevas tecnologías que aporten para hacer de los emprendimientos ámbitos de accesibilidad.

Instrumentar acciones de accesibilidad digital mediante Apps y sitio web.

Control y fiscalización de aplicación de normativa de accesibilidad.

Confeccionar una planificación en materia de accesibilidad con fijación de horizonte temporal, asignación de recursos presupuestarios y humanos.

Realización de cursos de formación sobre Accesibilidad al personal del Órgano Gestor.

Incorporar en el área de habilitaciones, requisitos de accesibilidad plena y universal para las prestaciones turísticas.

Promocionar programas y campañas de apoyo y estímulo a servicios accesibles.

Optimizar la accesibilidad en vías públicas (veredas, accesos, rampas, etc.) sobre todo en zonas céntricas y flujo de peatones turistas.

| Eje | Subeje | Requisito | Evidencia |
|-----|--------|-----------|-----------|
|-----|--------|-----------|-----------|

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <p>8.6 –<br/>Tecno-<br/>lo<br/>gía</p> | <p>8.6.1 –<br/>Infraes-<br/>truct<br/>ura de<br/>telecomu-<br/>nicaciones</p>   | <p>El ente gestor debe determinar las infraestructuras de telecomunicaciones necesarias para cumplir con los requisitos de las partes interesadas, y promover la mejora y/o adecuación de dichas infraestructuras.</p> <p>El ente gestor debe impulsar y/o promover el desarrollo de infraestructuras, dispositivos, aplicaciones y/o plataformas que permitan al turista conocer el DTI y todos sus recursos y componentes.</p>   | <p>Máximo nivel de telefonía móvil con que cuenta el destino es de 4G</p> <p>El Municipio de Tigre puso a disposición más de 177 puntos de acceso a WiFi gratuito en plazas y espacios públicos orientados a los ciudadanos.</p>  |
| <p>8.6 –<br/>Tecno-<br/>lo<br/>gía</p> | <p>8.6.2 –<br/>Aplicacio-<br/>n<br/>es y/o<br/>plataformas<br/>informáticas</p> | <p>El ente gestor debe implementar aplicaciones y/o plataformas informáticas para el sistema de gestión del DTI.</p> <p>Las partes interesadas deben promover y/o facilitar aplicaciones y/o plataformas informáticas para su propia gestión.</p> <p>El ente gestor de realizar la digitalización de la oferta de servicios y de los recursos turísticos en el DTI.</p> <p>El ente gestor debe promover la implementación de aplicaciones tecnológicas y/o informáticas para realizar el monitoreo de capacidad de carga en los principales atractivos turísticos del DTI, especialmente los sitios de</p> | <p>El municipio cuenta con un sistema de expediente electrónico denominado MAJOR (señalado ut supra) para la gestión interna y externa de todos los trámites municipales. Según lo señalado, aún no se digitalizó la totalidad de los trámites. Los trámites de habilitaciones son presenciales y manuales</p> <p>El organismo de turismo cuenta con sistema de almacenaje de información documentada, a través de DRIVE</p> <p>Existencia de canales tecnológicos de cercanía y facilitación de trámites de manera online pero</p> |

|  |  |                                  |   |
|--|--|----------------------------------|---|
|  |  | patrimonio cultural y/o natural. | orientados al ciudadano y no al turista y ni al sector<br><br>Utilización de la plataforma #CompráEnTigre y Origen Tigre para fomentar la comercialización justa y de origen controlado |
|--|--|----------------------------------|---|

**Sugerencia:**

Incorporar sistema de digitalización de toda la cadena de la administración pública, sobre todo la turística. Esto incluye, la digitalización de los trámites de habilitaciones, lo que fomentará la comunicación periódica de datos de interés entre el área de turismo y de habilitaciones. Es crucial que haya comunicación y trabajo bidireccional entre ambas áreas.

Sustituir el sistema DRIVE por uno más eficiente y eficaz, que facilite la trazabilidad y generación de información pertinente.

Implementación de aplicaciones tecnológicas para realizar el monitoreo de capacidad de carga en los principales atractivos turísticos.

Analizar la pertinencia de incorporar un CRM que fomente la interacción y comunicación de los diferentes actores.

Optimización del Sistema de Información Geográfica con recursos y prestadores geolocalizados.

Incorporación de tecnología de tarjeta o App con orientación al turista que facilite sistemas de pago e información (NFC, QR de información, etc.) Asimismo, sistemas de comunicación bidireccional entre el Ente Gestor y los residentes y turistas.

Sumar algún sistema de reservas de recursos turísticos naturales (playas, parques naturales), sistemas de información y gestión de los movimientos de peatones y cálculo de flujos turísticos.

Captación automática de datos del visitante vía Wifi, Apps, web, etc en resguardo de normativa vigente vinculada a la protección de datos.

Incrementar los puntos de información digitales para los visitantes con información turística (totems, pantallas, etc).

Sumar al destino alguna experiencia inmersiva como es Realidad Aumentada o Realidad Virtual.

Incorporación de Dispositivos IoT como sensorización, conteo de personas.

Libro de visitas digital y/o encuestas de satisfacción en formato digital.

| Eje               | Subeje                        | Requisito   | Evidencia  |
|-------------------|-------------------------------|---|--|
| 8.6 – Tecno-logía | 8.6.3 - Promoción y marketing | <p>El ente gestor debe promover y facilitar herramientas y soluciones tecnológicas para la promoción y marketing del DTI buscando la facilitación y vinculación entre las partes interesadas</p> <p>El ente gestor debe determinar y segmentar el comportamiento y las características del consumo del turista en el DTI, incluyendo sus interacciones y transacciones.</p> | <p>El estilo y tono comunicacional como destino turístico está alineado e integrado con la visión, estrategia y comunicación del municipio</p> <p>Estructuración de la oferta, su promoción y su comunicación están acorde a las tendencias actuales. La comunicación turística logra transmitir la imagen y sensación de un destino dinámico</p> <p>Se evidencia la utilización de diferentes marcas. Esta situación sólo genera confusión a nivel de demanda y posicionamiento de mercado. Por otro lado, sigue una tendencia creciente nacional y local de introducir cuestiones políticas partidarias en la comunicación y promoción turística dirigida a un</p> |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>El ente gestor debe promocionar la accesibilidad del DTI, incluyendo las instalaciones y servicios turísticos accesibles.</p> | <p>mercado de consumo, práctica que está desaconsejada.</p> <p>Tigre cuenta con una web específica para turismo, orientada al visitante, independiente del sitio institucional del municipio.</p> <p>En cuanto a redes sociales y el sitio web, la subsecretaría es autónoma. No así en lo que refiere a la pauta, salidas televisivas, etc. Cualquier acción en medios pasa por la Secretaría de Comunicación. No hay un plan de comunicación de destino. Y la estrategia de comunicación del municipio es cambiante.</p> |
|--|--|--|--|

**Sugerencia:**

Incorporación de dashboards de seguimiento de las campañas de promoción (Google Analytics u otras)

Diagramar y ejecutar un plan de comunicación acorde en conjunto con las áreas de comunicación y turismo.

| Eje               | Subeje                        | Requisito   | Evidencia       |
|-------------------|-------------------------------|---|-----------------|
| 8.6 – Tecno-logía | 8.6.4 - Seguridad informática | <p>El ente gestor debe asegurar la accesibilidad, la disponibilidad y la integridad de las aplicaciones y de la información del sistema de gestión del DTI.</p> <p>El ente gestor debe implementar acciones para resguardar los datos</p> | No se evidencia |

|  |  |                                       |  |
|--|--|---------------------------------------|--|
|  |  | personales de las partes interesadas. |  |
|--|--|---------------------------------------|--|

**Sugerencia:**

Incorporar y difundir estrategias de ciberseguridad.

**Conclusiones preliminares:**

Con seguridad podremos indicar que en los últimos tiempos los visitantes han cambiado la forma en la que planean y ejecutan sus viajes. Un punto crucial es la coexistencia de mucha información que influyen en las personas viajantes al momento de planificar la realización de un viaje.

Es decir, incluso antes de tomar la decisión de realizar un viaje, un turista se sirve de insumos de información que ejercerán influencia a lo largo de todas las etapas de la experiencia turística (planificación, investigación, reserva, experimentación y contacto posventa). Para ello, el turista utiliza herramientas tecnológicas que facilitan ordenadamente el procesamiento de toda esa información para la toma de decisiones.

La gestión tradicional de un destino se queda obsoleta y es ineficiente a la hora de complacer al turista, punto en el que es necesario una evolución en la forma de entender el turismo.

Los DTI implantan una metodología pionera a nivel mundial, que se centra en incorporar las nuevas tecnologías y la innovación en los procesos de trabajo, fundados en los principios de la sostenibilidad, accesibilidad e innovación.

Sin embargo, de toda la gama de ejes que atraviesan el sistema surge como imperante la Gobernanza eficiente, transparente y participativa.

Siendo la gestión un eje medular del proyecto, que involucra a su vez a diferentes actores sociales, resulta importante poder unificar conceptos y criterios respecto de la gestión de destinos, a fin de que todos los actores involucrados los conozcan y se involucren.

En tal sentido, y como conclusión, podemos señalar que, luego de un exhaustivo análisis diagnóstico del destino, y basado en una multiplicidad de evidencias trazadas a lo largo del documento, el municipio de Tigre cumple de manera satisfactoria una multiplicidad de indicadores, adecuadamente evidenciados, que lo aproximan de manera acelerada a la metodología DTI.

No obstante ello, resta la ejecución de un conjunto de estrategias y acciones basadas en políticas públicas que fortalezcan el modelo para hacerlo robusto y perdurable.

Tigre, en conciencia, viene a pasos firmes en su proceso de transformación bajo el prisma DTI pero aún resultan débiles e inconclusas las labores en este estadio para estar cerca de una certificación de normalización.

El principal escollo detectado es que a nivel municipal se trabaja en forma asertiva en varios aspectos relevantes del modelo (sobre todo en gobernanza, sostenibilidad e innovación) pero muchas de esas acciones aparecen inconexas con el área de turismo, principal responsable de ejecutar las acciones.

Por lo que surge imperioso y gravitante darle la entidad suficiente a quien, prima facie, cumpliría el rol de ente Gestor del modelo DTI, la Subsecretaría de Turismo. Esta debe asumir un rol protagónico, con la responsabilidad y delegación de funciones suficientes, en articulación de las áreas claves del órgano municipal, a fin de llevar a buen puerto la transformación pretendida.

El acompañamiento es clave. Tanto intra municipio como de otros actores claves (público y privado) debidamente identificados.

La generación de una planificación estratégica en clave DTI es el primer paso. Todo ello, con el involucramiento de las diferentes partes interesadas.

Tigre puede y debe convertirse en el primero, o de los primeros destinos del país que efectivamente, de una manera eficiente y eficaz, se transforme en un DTI, siendo punta de lanza y promotor del modelo a nivel regional.

### **Subtarea 1.8: Presentación del diagnóstico DTI del destino**

El día **viernes 12 de abril de 2024** se realizó un encuentro virtual con funcionarios de Turismo Tigre a los fines de presentar los resultados del diagnóstico DTI realizado en la presente etapa.

[Material de presentación](#)

El día **lunes 15 de abril de 2024** se realizó la presentación general del diagnóstico DTI con la presencia de funcionarios públicos de distintas áreas de gobierno, prestadores locales, etc.

[Material de presentación](#)

## TAREA 2. DISEÑO DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO (OET.TIGRE)

### Subtarea 2.1. Revisión de procesos inherentes a recolección y explotación de datos

Desde el año 2000, el municipio ha venido realizando distintos relevamientos de datos estadísticos sobre la actividad turística en el destino sosteniendo, fundamentalmente, a lo largo de todos estos años la encuesta de ocupación hotelera y la encuesta a visitantes en los centros de información turística. A continuación, se presenta un compendio relativo a los antecedentes más recientes en términos de producción estadística propia y de la utilización de fuentes secundarias de información.

Tabla 4: Antecedentes actuales de producción de estadísticas en turismo en Tigre

|   |                     |   |
|---|---------------------|---|
| Relevamientos propios                   | Demanda turística   | Cuestionario de Satisfacción al Turista |
|   |                     | Encuesta de Ocupación Hotelera          |
|   | Oferta Turística    | Registro de Prestadores                 |
|   |                     | Encuesta de Ocupación Hotelera          |
|   |                     | Empleo en Turismo                       |
|   |                     | Tarifas                                 |
|   | Fuentes Secundarias | Demanda turística                       |
| Tasa de embarque de servicios fluviales |                     |   |
| Estadísticas Sitio Web y Redes Sociales |                     |   |
| Visitas a museos                        |                     |   |

Fuente: elaboración propia en base a Subsecretaría de Turismo de Tigre

#### 2.1.1 Relevamientos propios - Demanda turística

##### **Cuestionario de Satisfacción al Turista**

- **Objetivo:** Caracterizar a los visitantes que arriban a Tigre, principalmente en términos de su comportamiento de viaje.

- **Período de toma:** Todo el año.
- **Unidad de relevamiento:** Visitantes que arriban a Tigre.
- **Indicadores relevados:** Duración de la estadía, Alojamiento utilizado, Lugar de residencia, Cantidad de visitas a Tigre, Grupo de viaje, Servicios turísticos contratados, Medio de transporte utilizado.
- **Metodología de captura:** El cuestionario es realizado a aquellos visitantes que acuden a las Oficinas de Información Turística.
- **Diseño de muestra:** Muestreo no probabilístico - por conveniencia.
- **Estructura del relevamiento:** Relevamiento continuo que se realiza todos los días del año, en el horario de atención de las Oficinas de Información Turística (8:00 hs a 18:00hs). Es decir, no se llevan a cabo operativos en espacios con afluencia turística durante fines de semana, feriados, etc.
- **Instrumento de medición:** formulario impreso que se completa manualmente.

|  <b>TIGRE MUNICIPIO</b> |                          | <b>SUBSECRETARIA DE TURISMO</b> |   |                     |                                       |   |                                 |
|--|--------------------------|---------------------------------|---|---------------------|---------------------------------------|---|---------------------------------|
| Cant. Personas   | Familia, amigos o pareja | Pais, provincia o municipio     | ¿Cómo conocieron a Tigre? <i>Redes sociales, recomendación, medio de prensa</i> | ¿1º vez que vienen? | ¿En que medio de transporte llegaron? | ¿Qué actividades turísticas pretenden realizar? | ¿Cuántos días van a permanecer? |
|  |                          |                                 |   |                     |                                       |   |                                 |
|  |                          |                                 |   |                     |                                       |   |                                 |
|  |                          |                                 |   |                     |                                       |   |                                 |

Figura 85: Cuestionario de Satisfacción al Turista

Fuente: Subsecretaría de Turismo de Tigre

- **Carga y procesamiento de datos:** Los datos son cargados en una base en formato Excel. Son procesados de manera mensual para extraer resultados para luego difundirlos mediante la página web del municipio.
- **Observaciones:** no se pregunta por el gasto realizado por los visitantes.
- **Resultados:** En el agregado de 2023, se contabilizaron 17,1 mil visitantes nacionales y 13,6 mil extranjeros.



Figura 86: Cantidad de visitantes, en miles, según residencia. Ene 2017 - Oct 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

\*Último dato disponible: Octubre 2023.

Del total de visitantes nacionales, la mayor parte pertenecen a GBA, con un 37,7% del total.

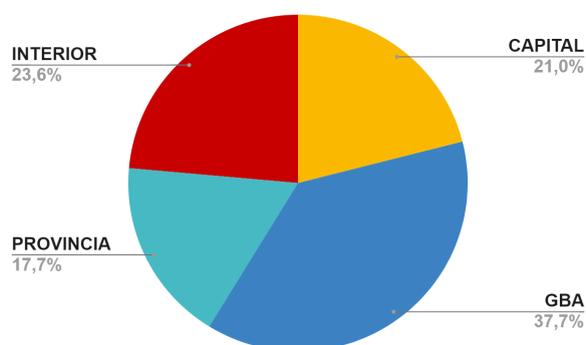


Figura 87: Porcentaje de visitantes nacionales según lugar de residencia. Ene 2023 - Oct 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

Por su parte, Brasil fue el país del que arribaron la mayor cantidad de visitantes extranjeros, siendo estos el 19,5% del total, seguidos por Chile (15,5%).

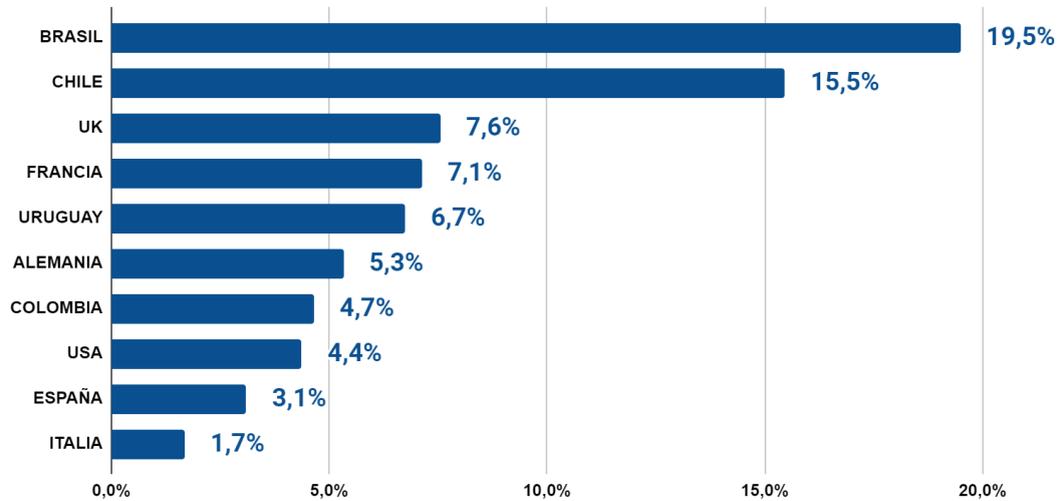


Figura 88: Porcentaje de visitantes extranjeros según país de residencia. Ene 2023 - Oct 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

En cuanto a los visitantes en Recreos, los mismos registraron el pico máximo en 2013, con 71,5 mil visitantes. Luego del máximo, año a año fue disminuyendo el volumen de visitantes, llegando al mínimo histórico de la serie en el año 2022. En los primeros dos meses de 2023, ya se registraron visitantes por encima al nivel del año previo.

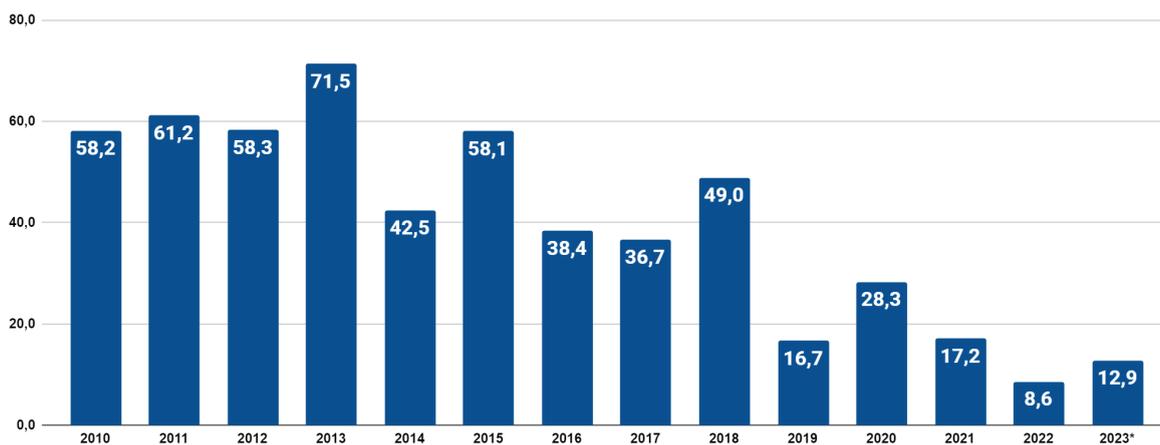


Figura 89: Total de visitantes en Recreos, en miles. Ene 2010- Feb 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

\*Último dato disponible: Febrero 2023.

## Encuesta de Ocupación Hotelera

- **Objetivo:** Estimar la tasa de ocupación de los establecimientos que ofrecen alojamiento turístico en Tigre.
- **Período de toma:** semanal.
- **Unidad de relevamiento:** Establecimientos de alojamiento turístico.
- **Indicadores relevados:** Cantidad de plazas disponibles, Tasa de ocupación
- **Metodología de captura:** Los días lunes se envían los mails correspondientes para consultar por las plazas ocupadas y así poder estimar la tasa de ocupación. Se refuerza el relevamiento vía WhatsApp y llamados telefónicos.
- **Diseño de muestra:** se intenta encuestar a todos los alojamientos turísticos registrados y responden sólo una parte de ellos.
- **Estructura del relevamiento:** Relevamiento semanal realizado tanto sobre los alojamientos que se encuentran en la Ciudad como en el Delta. Se encuesta únicamente a alojamientos registrados.
- **Instrumento de medición:** cuestionario completado manualmente y, en ocasiones, Google Forms.

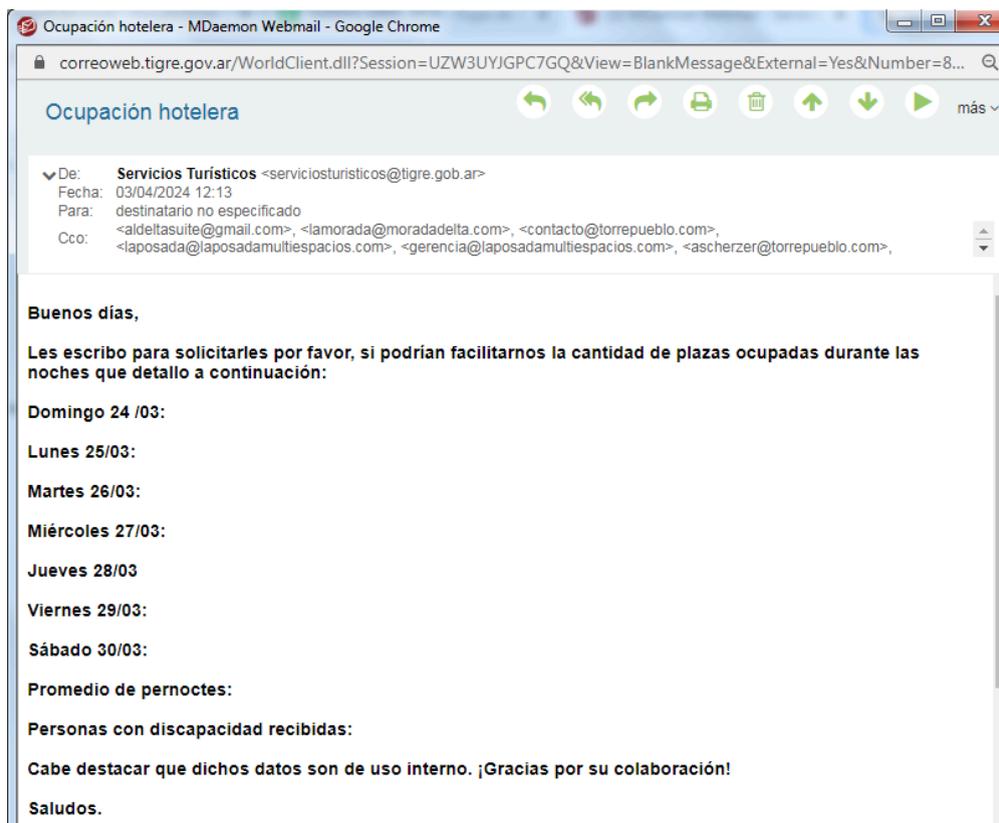


Figura 90: Formulario Encuesta de Ocupación Hotelera

Fuente: Subsecretaría de Turismo de Tigre

- **Carga y procesamiento de datos:** Los datos recolectados se almacenan en una base de datos de Google Sheets en Google Drive y se procesan para difundirlos mediante la página web del municipio.
- **Observaciones:** Cuentan con serie histórica desde 2005 a la fecha.
- **Resultados:** a título ilustrativo, se observa que la medición en el año 2023 permite estimar una tasa de ocupación promedio del 53,3%, alcanzando el valor máximo en el mes de febrero (65,5%) y el mínimo en el mes de diciembre (43,5%).

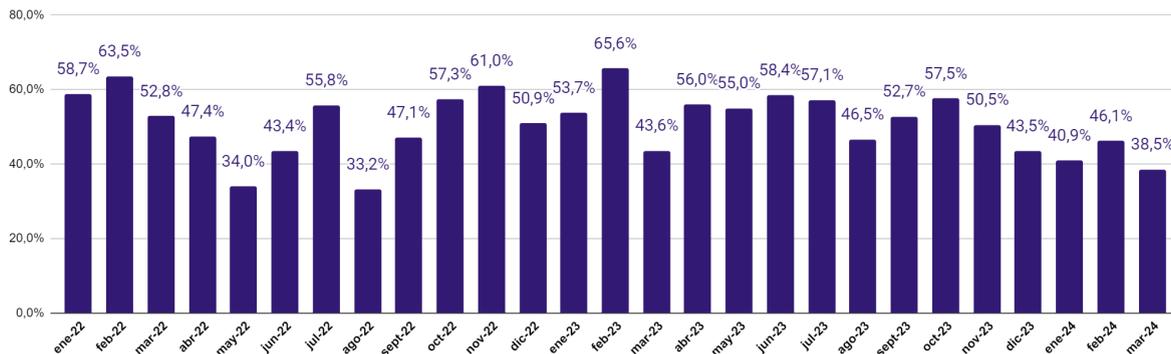


Figura 91: Ocupación hotelera en el Municipio de Tigre. Enero 2022 - Marzo 2024

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

## 2.1.2 Relevamientos propios - Oferta Turística

### Monitoreo de la oferta turística

- **Objetivo:** Dimensionar la cantidad de establecimientos turísticos por rubro en el destino.
- **Período de toma:** Relevamiento esporádico
- **Indicadores relevados:** Cantidad de establecimientos por rubro, cantidad de plazas de alojamiento.
- **Metodología de captura:** Los datos se obtienen del Registro de Prestadores Turísticos que administra la Subsecretaría de Turismo de Tigre.
- **Estructura del relevamiento:** El registro de prestadores turísticos se encuentra amparado en el Decreto 432/92, sancionado por el poder ejecutivo del Partido de Tigre, en el cual se plantea la función coordinadora de la Subsecretaría de Turismo entre los distintos prestadores de servicios turísticos, y por ello la necesidad e importancia de habilitar un registro de empresas que deseen ejercer actividades relacionadas con el turismo. Cabe resaltar que en el Registro de Prestadores actual no se encuentran inscritos

la totalidad de los establecimientos turísticos del partido, sino únicamente aquellos que cumplen con los requisitos expuestos en la normativa vigente. El registro se actualiza a medida que hay altas, bajas o modificaciones. La última vez que se hizo una actualización completa del registro de prestadores fue en 2020. Por otra parte, la Resolución 2181/99 expresa la clasificación de prestadores de servicios turísticos, detallando las siguientes categorías: Hotel 3 estrellas, Hostería 3 estrellas, Hostería 2 estrellas, Hostería 1 estrella, Albergue turístico, Hospedaje A, Hospedaje B, Recreo 3 estrellas, Recreo 2 estrellas, Recreo 1 estrella, Recreo y Camping 2 estrellas.

- **Instrumento de medición:** Registro de Prestadores Turísticos.
- **Carga y procesamiento de datos:** Los datos recolectados se almacenan en una base de datos propia en formato Excel.
- **Resultados:** La oferta de prestadores turísticos, a marzo de 2024, está constituida por 310 establecimientos registrados en Tigre. En relación a la cantidad de prestadores por rubro, se observa que la mayor cantidad representan prestadores gastronómicos (199), seguido por actividades turísticas (30), servicios de transporte turístico (22), alojamiento (21), organizadores profesionales de congresos y eventos (17), entretenimiento (13), guía de turismo (7), prestadores de turismo aventura (1).



Figura 92: Cantidad de prestadores turísticos, según rubro. Marzo 2024

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

En cuanto a la distribución por localidad del total de prestadores, la mayor cantidad se encuentra en Tigre (153), seguido por Delta del Paraná (44), Nordelta (39), Benavídez (16), Don Torcuato (16), Rincón de Milberg (15), General Pacheco (10) y por último Troncos del Talar (con 1 único prestador).

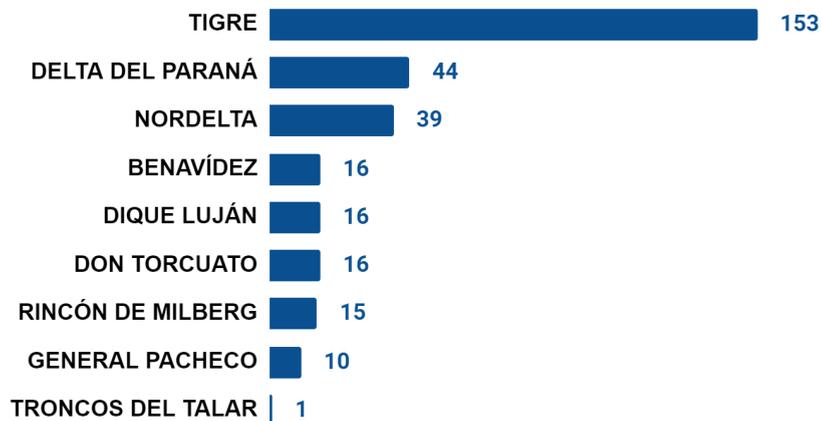


Figura 93: Cantidad de prestadores turísticos, según localidad. Marzo 2024

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

En el siguiente enlace se presentan los prestadores registrados del Municipio de Tigre, según rubro.

Enlace al archivo: [Prestadores Tigre](#)

A marzo de 2024, se registraron un total de 1.407 plazas disponibles, distribuidas entre 24 alojamientos. La cantidad de plazas ronda entre las 4 y las 366 según el alojamiento.

Tabla 5: Cantidad de plazas por alojamiento y porcentaje sobre el total. Marzo 2024

| Nombre del Alojamiento                           | Plazas actuales | % de Plazas sobre el total |
|--|-----------------|----------------------------|
| Agustín García **                                | 60              | 4,3%                       |
| Aires del Delta                                  | 70              | 5,0%                       |
| Al Delta Suites                                  | 4               | 0,3%                       |
| Alpenhaus  | 10              | 0,7%                       |
| Alpenhaus  | 8               | 0,6%                       |
| Atelier  | 32              | 2,3%                       |
| Bajos del Paraná                                 | 15              | 1,1%                       |
| Cabañas del Espera                               | 40              | 2,8%                       |
| Delta Eco Hotel                                  | 116             | 8,2%                       |
| Dptos. Campitelli                                | 366             | 26,0%                      |
| Hostel Delta                                     | 17              | 1,2%                       |
| La Morada  | 8               | 0,6%                       |
| La Posada del Abra                               | 10              | 0,7%                       |
| La Posada Multiespacios (4*)                     | 38              | 2,7%                       |
| Mi Rancho  | 16              | 1,1%                       |
| Posada 1860 hostería**                           | 31              | 2,2%                       |
| Rio Tigre Hotel                                  | 32              | 2,3%                       |
| Sitio Dorado 5 d hasta 6 per, 3 d 3 pers y 1 d 4 | 42              | 3,0%                       |
| Solar del Delta                                  | 120             | 8,5%                       |
| Tigre Delta Hostel                               | 24              | 1,7%                       |
| Timón Dorado                                     | 8               | 0,6%                       |
| Torrepueblo                                      | 74              | 5,3%                       |
| Villa Victoria                                   | 16              | 1,1%                       |
| Wyndham 5*                                       | 250             | 17,8%                      |

Fuente: Subsecretaría de Turismo de Tigre.

De las 1.407 plazas disponibles, un 36,7% de las mismas se ubican en el Delta de Tigre, perteneciendo el 63,3% al resto del municipio.

Tabla 6: Cantidad de plazas por sector y porcentaje sobre el total. Marzo 2024

| Sector | Plazas por sector | Porcentaje de plazas por sector |
|--------|-------------------|---------------------------------|
| Delta  | 516               | 36,7%                           |
| Ciudad | 891               | 63,3%                           |

Fuente: Subsecretaría de turismo de Tigre.

En el siguiente enlace, se presentan la cantidad de servicios e ingresos por rubro. Más precisamente a los rubros de: Hospedaje, Gastronomía, Actividades y a la información obtenida en el Puerto de Frutos y los Estacionamientos del municipio.

Enlace al archivo: [Servicios e Ingresos totales 2016 - 2018](#)

### **Tarifas**

- **Objetivo:** Relevar las tarifas de los servicios turísticos.
- **Período de toma:** Mensual
- **Indicadores relevados:** Tarifas por prestador de los diferentes servicios que ofrecen.
- **Metodología de captura:** Consulta vía whatsapp o presencialmente. También se toman tarifas desde la página web de los establecimientos que cuentan con tarifas publicadas.
- **Diseño de muestra:** Se envía la consulta a todos los prestadores de alojamiento, excursiones y actividades.
- **Estructura del relevamiento:** Relevamiento mensual realizado tanto sobre los alojamientos y prestadores de actividades que se encuentran dentro del sistema de promoción.
- **Instrumento de medición:** Excel que contiene información sobre cada establecimiento.
- **Carga y procesamiento de datos:** La información se encuentra consolidada en una base de datos en formato Excel, la cual está distribuída en páginas según cada rubro y diferenciando a su vez por ubicación (Ciudad y Delta).

En el siguiente link ([TARIFAS ABRIL 2024](#)) se encuentran los datos referidos a las tarifas junto con una descripción para los siguientes rubros: Excursiones, Hospedaje, Gastronomía, Actividades, Recreos y Museos y Exposiciones.

### **Empleo en Turismo**

- **Objetivo:** Relevar la cantidad de empleos en turismo en el Municipio de Tigre y su condición de residencia.
- **Período de toma:** 2 veces al año

- **Indicadores relevados:** Cantidad de empleos en turismo, Residencia de las personas empleadas
- **Metodología de captura:** A través de llamados telefónicos a los prestadores
- **Diseño de muestra:** Todos los establecimientos turísticos registrados
- **Estructura del relevamiento:** El procedimiento se realiza dos veces al año. Está a cargo del equipo interno de la Subsecretaría de Turismo.
- **Instrumento de medición:** Excel con listado de establecimientos.
- **Carga y procesamiento de datos:** En base de datos propia en formato excel.
- **Resultados:** Al año 2023, se registró una **cantidad total de 4.143 empleados en Turismo**, residiendo el 76,5% del total en el municipio de Tigre.



Figura 94: Cantidad de empleados totales en turismo y el porcentaje de aquellos que residen en Tigre. Año 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

El rubro con mayor cantidad de empleados fue el gastronómico, con un total de 1.793 siendo 1.424 de los mismos residentes del municipio de Tigre. Al rubro mencionado lo siguen actividades (con un total de 1.440) y “Excursiones y lanchas colectivas” (con un total de 373 empleados).

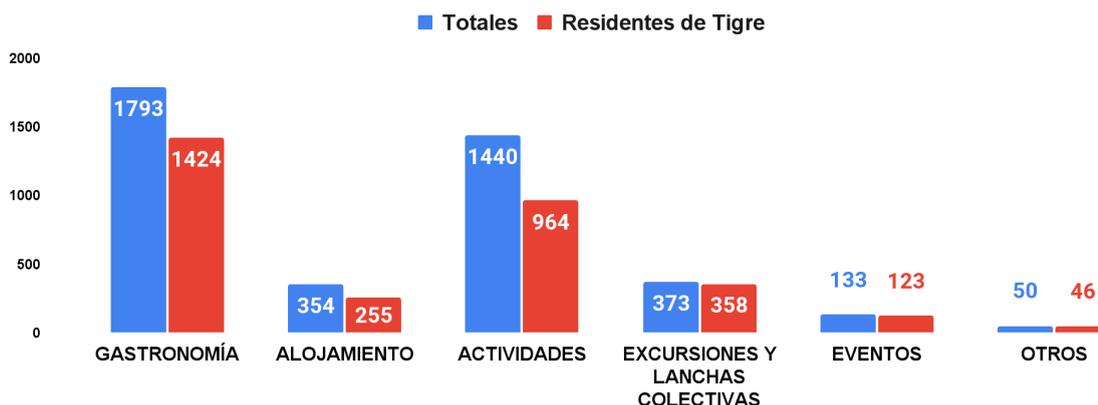


Figura 95: Cantidad de empleados en turismo en Tigre, según rubro. Año 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de turismo de Tigre.

### **Turismo de reuniones**

Existe un Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR Argentina) el cual es un sistema de monitoreo permanente de los principales indicadores del segmento turístico caracterizado por las personas que viajan hacia o dentro país con el objetivo principal de participar en reuniones tales como Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones o Eventos Deportivos Internacionales. El mismo releva información sobre los atributos de las reuniones que se realizan en el país, los turistas que asisten a las mismas y su gasto.

A día de hoy, el municipio de Tigre cuenta únicamente con información de la cantidad de prestadores (23), no así de la cantidad de reuniones que se realizan y de las personas que asisten.

### **2.1.3 Información de fuentes Secundarias - Demanda Turística**

#### **Sensor de Autos Pasantes**

Se relevan diariamente la cantidad de autos transitados, a través de un sensor ubicado en la Avenida Ubieto. Dicha información es relevada por una empresa privada tercerizada, la cual publica la información en un panel web, brindándole un usuario específico a la Subsecretaría de Turismo de Tigre. Las estadísticas se utilizan para estimar la cantidad de visitantes que arriban al municipio. Esta información, queda almacenada en un Google Sheets en Google Drive, el cual se actualiza diariamente.

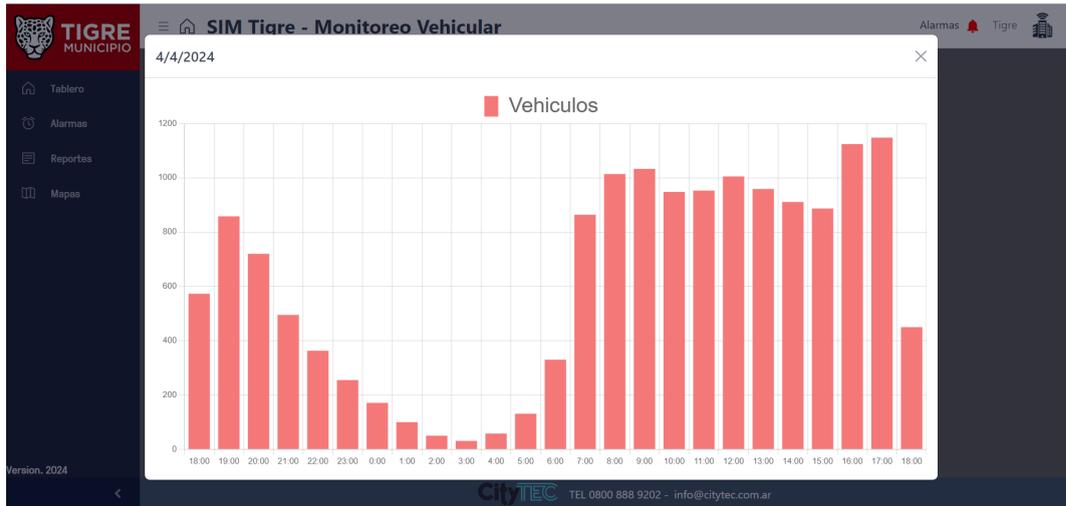


Figura 96: Visualización de resultados del sensor de autos en el Panel Web

Fuente: Subsecretaría de turismo de Tigre.

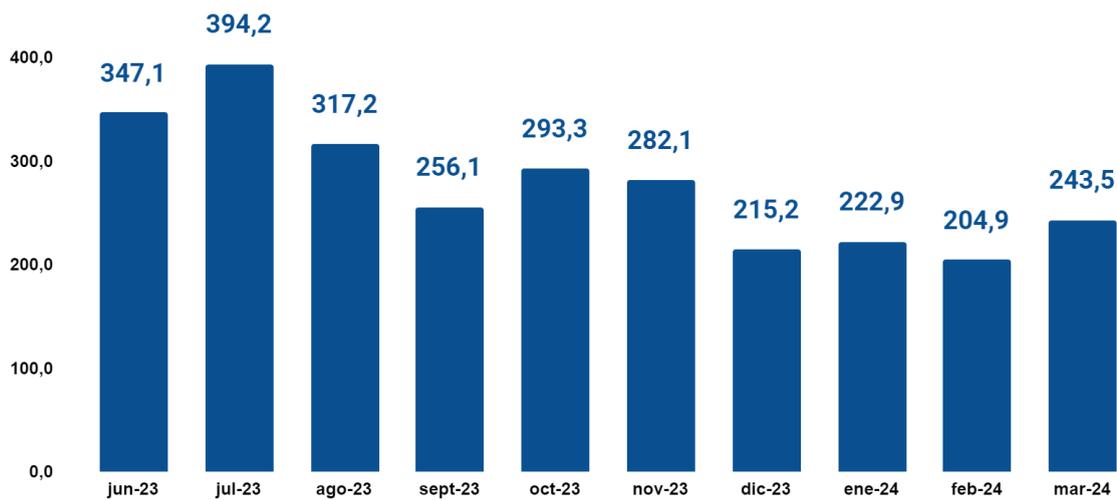


Figura 97: Cantidad de autos transitados por el sensor de la Avenida Ubieta, en miles. Junio 2023 - Marzo 2024

Fuente: Elaboración propia en base a Subsecretaría de turismo de Tigre.

### Tasa de embarque de servicios fluviales

Se solicita mensualmente información sobre la cantidad de pasajeros embarcando a la autoridad del puerto que surge del pago de la tasa de embarque. Sin embargo, esta información difiere mucho de la realidad ya que las compañías subdeclaran la cantidad de pasajeros transportados. Por otra parte, Prefectura no releva estadísticas de pasajeros.

En la serie histórica, puede observarse la caída que se fue registrando en la cantidad de ventas totales a partir del año 2016, luego de alcanzar el pico máximo de ventas en 2015 (829,3 mil tickets). Luego de la pandemia, comenzó a registrarse una leve recuperación que aún no ha alcanzado los niveles previos a la misma.

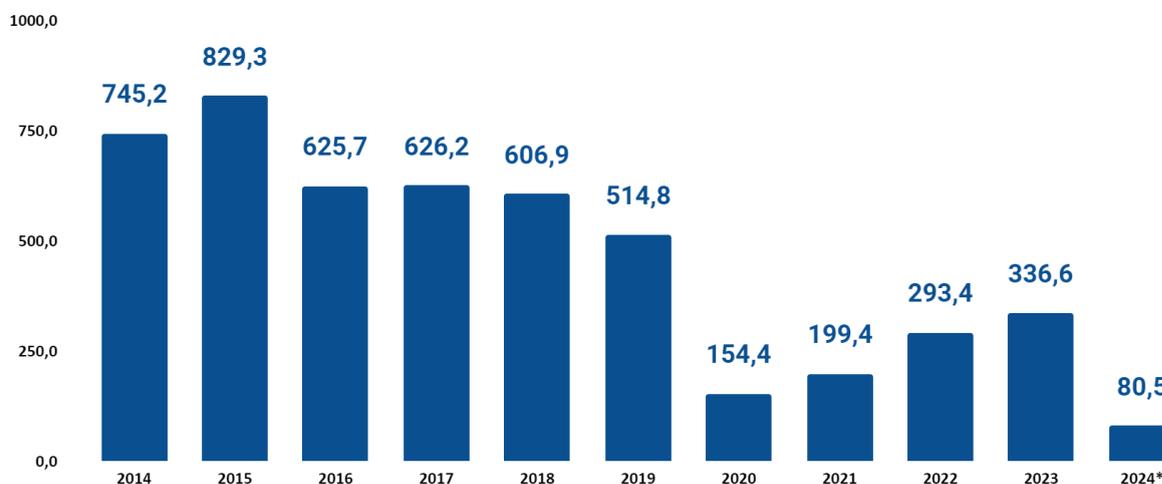


Figura 98: Tickets totales vendidos para embarque, en miles. Enero 2014 - Febrero 2024

Fuente: Elaboración propia en base a Subsecretaría de turismo de Tigre.

\*Último dato disponible: Febrero 2024.

### ***Estadísticas de Sitio Web y Redes Sociales***

Se relevan métricas brindadas por instagram, de forma mensual, entre ellas el alcance de la cuenta oficial, las interacciones generadas, el perfil de los seguidores y la actividad de la cuenta. Por otro lado, se relevan estadísticas que brindan los sitios web oficiales como, por ejemplo: la cantidad de usuarios que visitaron la página, condición de residencia y la cantidad de visualizaciones según páginas y pantallas.

### ***Visitas a Museos del Municipio***

A través de encuestas directas con los museos, de forma mensual, se releva la cantidad de visitantes a los mismos. Existiendo una base de información desde el año 2010 hasta febrero de 2023.

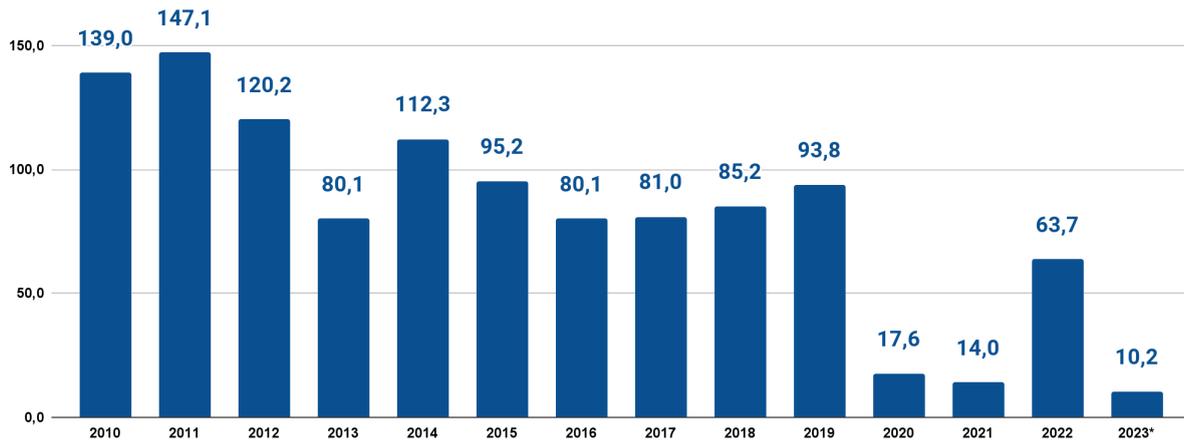


Figura 99: Total de visitantes a Museos, en miles. Enero 2010- Febrero 2023

Fuente: Elaboración propia en base a la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

\*Último dato disponible: Febrero 2023.

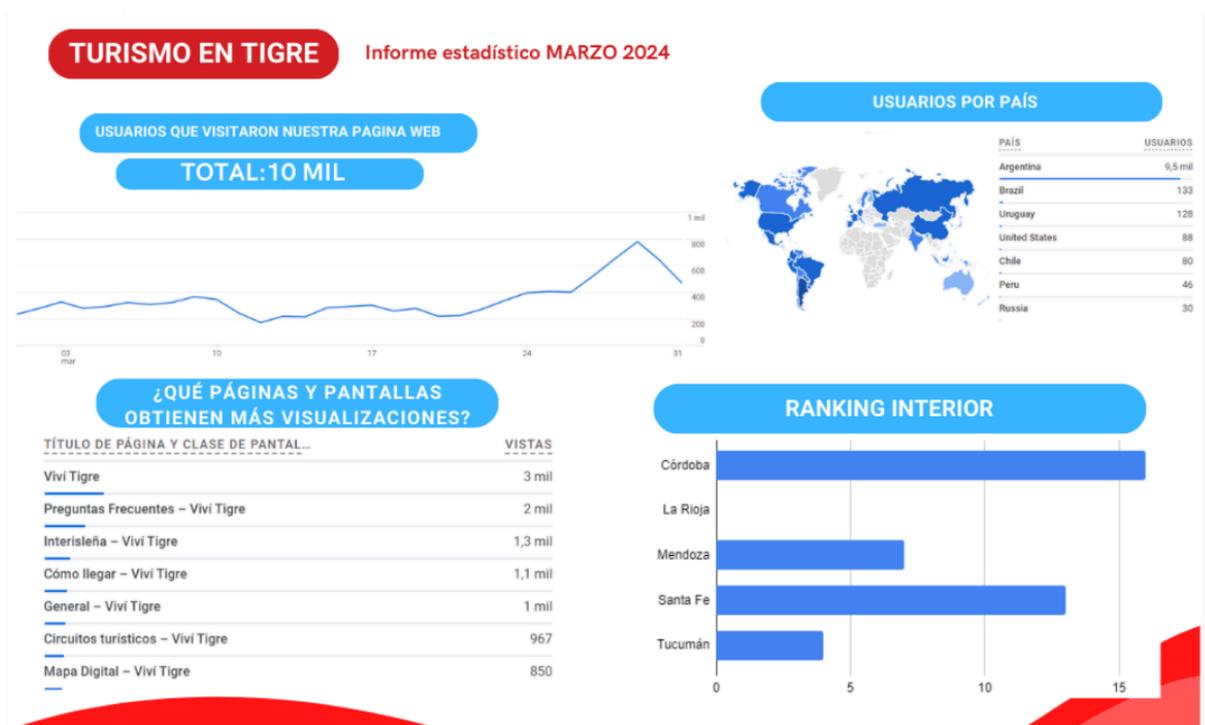


Figura 100: Estadísticas del Sitio Web

Fuente: Sección de estadísticas de la página web oficial del Municipio de Tigre.

## 2.1.4 Recursos Comunicacionales

A partir de las estadísticas recolectadas tanto de las fuentes propias como secundarias, la Subsecretaría de Turismo del Municipio de Tigre las procesa y las difunden, mediante gráficos, en la página web oficial del Municipio de Tigre, en la sección de estadísticas.

Los datos se publican de forma mensual y muestran estadísticas sobre:

- Ocupación hotelera y extrahotelera
- Perfil del visitante
- Procedencia del visitante
- Como conocieron el destino y porque lo eligieron
- Estadía promedio
- Métricas de la página web

A su vez, también se publica mensualmente en la misma sección, la información publicada en formato PDF con la posibilidad de descargarla.

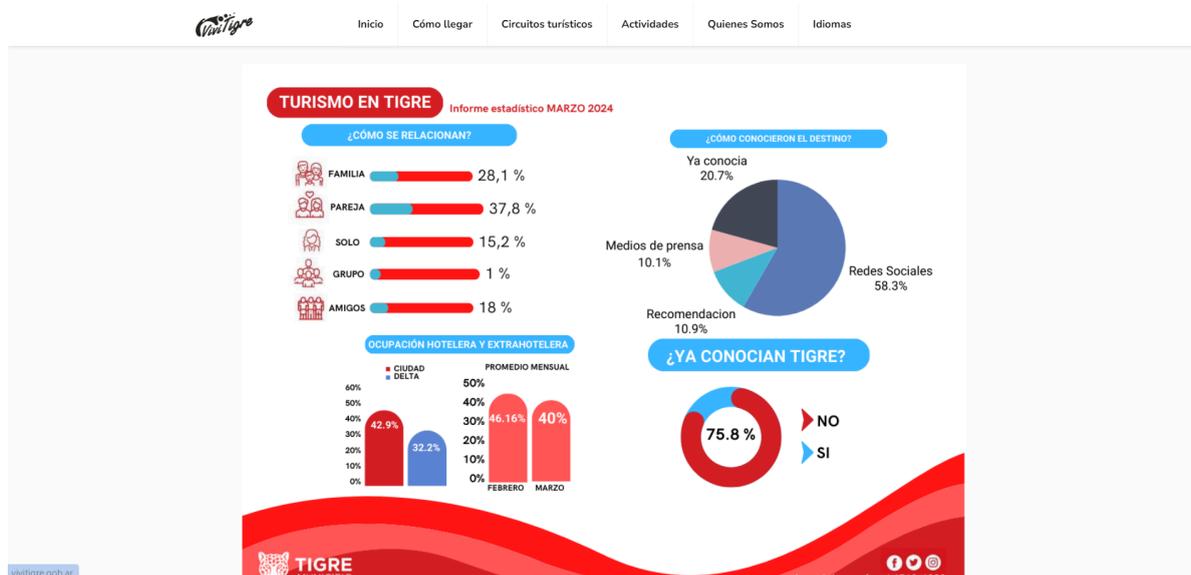


Figura 101: Recurso comunicacional de las estadísticas turísticas del Municipio de Tigre

Fuente: Sección de estadísticas de la página web oficial del Municipio de Tigre.

El resto de los datos recolectados por la Subsecretaría de Turismo del Municipio de Tigre, mencionados anteriormente en este apartado, no se encuentran disponibles en fuentes de acceso público. Sin embargo, pueden ser compartidos a los actores que así lo soliciten.

### **2.1.5 Puntos de concentración turística y vías de acceso al Municipio**

En territorio, se relevaron distintas localidades del municipio de Tigre, identificando los principales puntos de concentración turística y los principales puntos de acceso al municipio.

En general, la estacionalidad es muy marcada en el Municipio de Tigre, destacándose los períodos de diciembre a marzo, semana santa y vacaciones de invierno como aquellos en los que se encuentra la mayor concentración de turistas. El turismo en Tigre es principalmente de carácter familiar, es por eso que con el inicio de clases se remarca la caída de la actividad turística. Fuera de la temporada se suman actividades culturales para realzar el turismo. En invierno, las condiciones climáticas no favorecen el arribo de visitantes al destino.

- Pacheco:
  - Localidad que suele ser mayoritariamente un centro de concurrencia de los vecinos ya que no tiene sitios de interés más que la plaza central con establecimientos gastronómicos a su alrededor.
  - La localidad posee una amplia zona comercial, no así turística.
  - Dentro de la localidad se encuentra como atractivo cultural el Teatro Pacheco.
  - Sobre la ruta 197 también se encuentran distintos establecimientos gastronómicos.
- Don Torcuato:
  - Es una zona transitada casi en su totalidad por residentes del Municipio de Tigre, por lo que no tiene concurrencia turística.
  - Sobre la ruta 202 es donde se encuentra la gran mayoría de establecimientos como restaurantes y bares, es una zona recorrida durante todo el año pero en su mayoría por residentes del Municipio de Tigre.
- Benavidez:
  - Dentro de esta localidad se encuentra Torrepueblo, importante para remarcar como uno de los 5 puntos turísticos para relevar durante la tarde/noche.

- Posee alojamientos que en su mayoría se ocupan los días de semana con corporativos (debido a la zona industrial alrededor de la localidad).
- Villa la Ñata:
  - Los domingos suelen llenarse las parrillas con turistas de zonas cercanas.
  - La mayoría de los visitantes son excursionistas.
  - La localidad no posee alojamientos habilitados.
  - Posee alrededor de 20 establecimientos gastronómicos.
- Nordelta:
  - La Bahía de Nordelta es mucho más transitada durante los fines de semana, posee una amplia variedad de establecimientos gastronómicos (más que en el centro comercial). La zona es mucho más transitada cuando se hacen ferias.
  - Centro comercial: Mucho más transitado por locales que por turistas ajenos a la zona.
- Estación de trenes: Llegan turistas/excursionistas durante toda la semana, aunque principalmente al mediodía y los fines de semana.
- Parque de la Costa: Fuera de la temporada turística, solo abre los fines de semana.
- Estación fluvial: La mayor concentración de gente se produce desde las 8am hasta el mediodía, principalmente los fines de semana.
- Puerto de Frutos: Fuera de temporada turística la concentración de gente se produce a partir de los jueves, mientras que en temporada, los martes.
- Paseo Victorica: Punto turístico que suele tener mayor concentración por la noche. Cuenta con varios establecimientos gastronómicos, así como bares, restaurantes y heladería.
- Delta: Es transitado los fines de semana, vacaciones y en períodos con buen clima.
- Museos destacados:
  - Museo Naval: Viernes a domingo de 10 a 18
  - Museo de Arte: Miércoles a domingo 13 a 18

- Museo de la Reconquista: Miércoles a domingo de 10 a 18
- Principales vías de acceso:
  - Benavidez: Panamericana y RN 9
  - Dique Luján: RP 26
  - Don Torcuato: Panamericana y RN 202
  - Tigre: Acceso Tigre bajada RN 197 o bajada Tigre centro
  - Tren Mitre Tigre
  - Tren de la Costa
  - Vía fluvial con Sturla Viajes

El mapa con la georreferenciación de Puntos de concentración turística y vías de acceso al Municipio se encuentra en el siguiente enlace: [Puntos turísticos y vías de acceso Tigre](#)

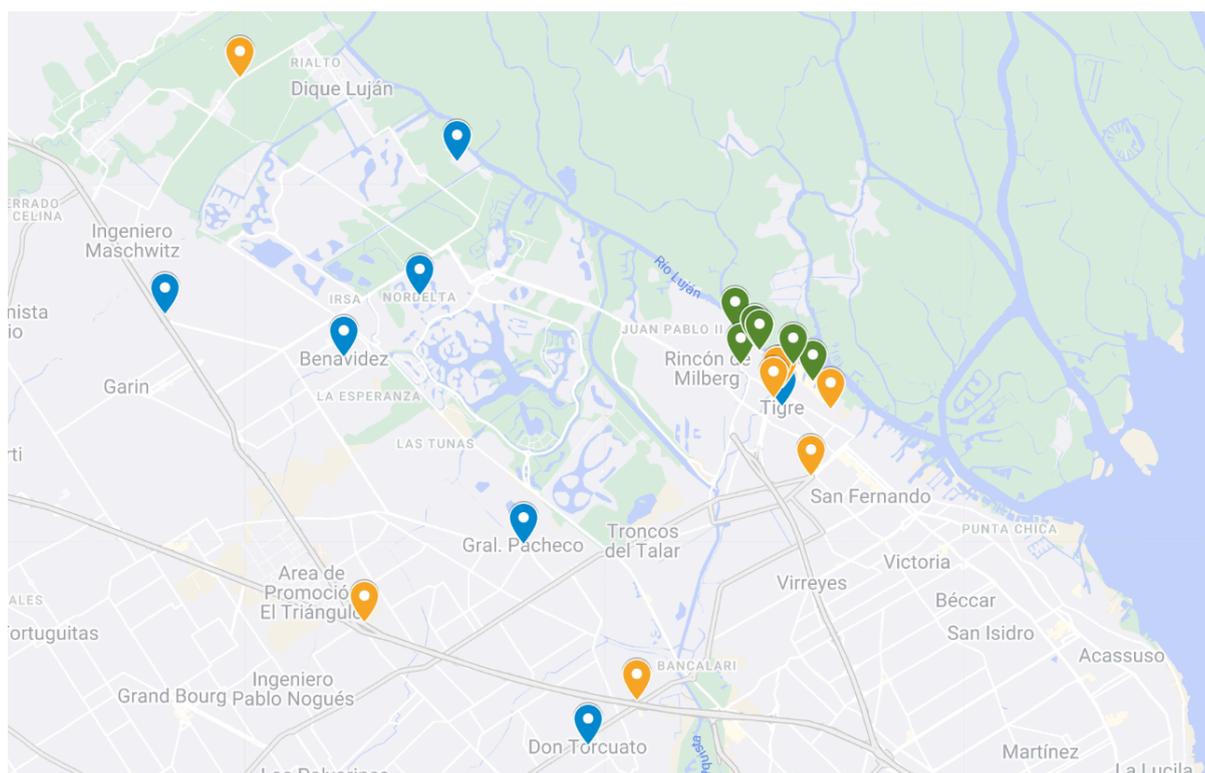


Figura 102: Puntos de concentración turística y vías de acceso al Partido de Tigre

Fuente: elaboración propia.

## **Subtarea 2.2. Realización de Taller Participativo sobre Necesidades de Información**

### **2.2.1 Descripción**

El día 13 de marzo de 2024, en el salón del Restaurante Vivanco en Tigre, se realizó un taller participativo en el que asistieron 26 actores tanto del sector público municipal como del sector privado local. (En Anexo se presenta el listado de los participantes). En dicho taller se relevaron las necesidades de información de los actores y se buscó sensibilizarlos en relación a la importancia de colaborar con los relevamientos de datos a fin de contar con información pertinente y actualizada para la toma de decisiones.

Con posterioridad a la presentación realizada sobre el Observatorio Económico de Turismo del Municipio de Tigre, se conformaron grupos de trabajo de entre 6 y 8 actores cada uno, los cuales, luego de debatir e intercambiar puntos de vista con 4 preguntas guías, otorgaron los siguientes resultados.

### **2.2.2 Resultados**

En cuanto a las necesidades de información detectadas a partir del relevamiento, los participantes indicaron la necesidad de contar con información sobre la oferta y la demanda con periodicidad mínimamente mensual o a demanda y que persista a través de los años a fin de poder comparar y trazar series históricas que contribuyan al análisis histórico y a la evaluación del comportamiento turístico en el municipio.

Los participantes indicaron que, principalmente, utilizan como información estadística para la toma de decisiones:

- La propia
- La proveniente de Yvera
- La relevada a través de Google Forms/Redes Sociales/Encuestas personalizadas.
- El estado del clima
- La cantidad de visitantes

En cuanto a la mejora de toma de decisiones, a los participantes les resulta relevante conocer:

- El estado del clima
- La cantidad de turistas que llegan y en qué medio de transporte, su origen, grupo etario, gasto promedio, estadía, sus gustos, poder adquisitivo, nacionalidad, si viajan por su cuenta o con AA.VV.
- Canales de contacto con turistas

Como principales barreras y/o desafíos a enfrentar para acceder a información con el fin de planificar y gestionar la toma de decisiones, los participantes mencionaron:

- La falta de información
- La falta de comunicación
- Desconocimiento de cómo acceder a la información
- El tiempo para analizar los datos
- RRHH limitados
- Falta de capacitación
- No saber reconocer los datos relevantes
- La unificación de criterios
- Que la información no sea verídica
- Que la información no esté actualizada
- Separar en el público y por destino (es toda información de Tigre centro).

En cuanto a la periodicidad, los participantes indicaron que les gustaría recibir la información mensualmente (siendo el ideal quincenal o semanalmente) o a demanda con un usuario, a través de mail, WhatsApp o una App.

## **Subtarea 2.3. Elaboración del análisis FODA**

### **2.3.1 Fortalezas**

- Existencia de relevamientos estadísticos previos al diseño del OET.Tigre, los cuales sientan un precedente en términos metodológicos y operativos. Por ejemplo, en lo referido al conocimiento de las plazas disponibles, la ocupación hotelera y los empleos en turismo.
- La Subsecretaría de Turismo releva la ocupación hotelera en la totalidad del destino.
- La cantidad de prestadores de servicios turísticos en el municipio posee una escala manejable, en términos del desarrollo de los distintos operativos a partir de una articulación fluida entre la Subsecretaría de Turismo y los distintos actores.
- El sector privado se encuentra comprometido y a disposición para el fortalecimiento en la producción de información estadística de turismo local, como insumo para mejorar la toma de decisiones y evaluar el impacto que la futura implementación del Plan de conversión en DTI Tigre (actualmente en proceso de formulación) tendrá en la evolución de la actividad turística en el municipio.

- Existencia de Sección de Estadísticas de la página web oficial del municipio de Tigre, como instrumento que contribuye a la transparencia respecto a la gestión turística y favorece la gobernanza.

### **2.3.2 Oportunidades**

- El tamaño actual del sector privado turístico local representa una oportunidad para sensibilizar a cada uno de los prestadores, realizar las pruebas necesarias e instrumentar un sistema de monitoreo de la actividad turística que sea escalable en la medida que se incremente la cantidad de establecimientos turísticos.
- La posibilidad, ante el volumen del universo de establecimientos, de sistematizar y digitalizar el proceso de encuestas de ocupación hotelera, con el fin de conseguir mayor capacidad de respuesta por parte de estos.
- Existencia de Instituciones Académicas, como entidades formadoras de profesionales en turismo, las cuales darían la posibilidad de facilitar el capital humano necesario para el desarrollo de los distintos operativos, siendo a su vez, beneficiaria de los mismos como consecuencia de la experiencia que pueden adquirir los estudiantes.

### **2.3.3 Debilidades**

- No hay estimación de la cantidad total de visitantes para todo el Partido.
- No existen relevamientos referidos al gasto turístico ni al motivo del viaje de los visitantes.
- Se estima que la cantidad de pasajeros fluviales transportados obtenido por la autoridad del Puerto es menor a la real debido a que se declara para el pago de la tasa de embarque. Por su parte, Prefectura no releva estadísticas de cantidad de pasajeros.
- No se relevan datos sobre los visitantes por Turismo de Reuniones.
- No se llevan adelante relevamientos sobre la actividad gastronómica (uno de los rubros de mayor impacto turístico en el Municipio de Tigre) ya que la tasa de respuesta es muy baja.
- La tasa de respuesta de la Encuesta de Ocupación ronda el 50%, el porcentaje restante se obtiene mediante estimaciones (se calculan unos 20 alojamientos registrados).

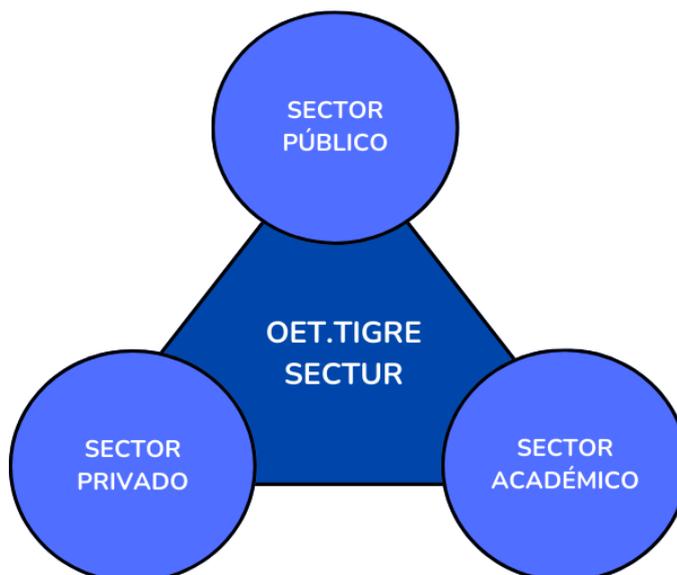
- No se relevan datos sobre la oferta de Turismo de Reuniones (aquellas que se realizan en el Partido).
- La base de prestadores está compuesta únicamente por los registrados.
- La normativa turística municipal vigente se encuentra desactualizada. Por ejemplo, la Resolución 2181/99, la cual detalla la clasificación de prestadores de servicios turísticos, contempla únicamente categorías relativas a los establecimientos que ofrecen alojamiento turístico, dejando por fuera a los gastronómicos, prestadores de actividades turísticas, comercios, etc.

#### **2.3.4 Amenazas**

- Potencial falta de confianza por parte de los prestadores turísticos para colaborar en brindar información sobre el nivel de actividad.
- Falta de confianza por parte de los visitantes para responder sobre el gasto turístico realizado, y así poder estimar el impacto económico del turismo.
- En caso que no se desarrollen instancias de coordinación con otras entidades turísticas públicas y privadas y el sector académico, las capacidades de recolección de datos se podrán ver limitadas.
- La presencia de prestadores turísticos informales, no inscriptos en los registros administrativos oficiales, invisibiliza a estos actores en las estadísticas reales del turismo municipal.

## Subtarea 2.4: Diseño del modelo conceptual del OET.TIGRE

El OET.Tigre se constituye como el sistema de referencia en materia de estadísticas del sector turístico del municipio de Tigre. En este sentido, la articulación entre los sectores público, privado y académico del turismo local resulta fundamental ya que permite establecer compromisos de colaboración y trabajo concertado para la recolección, procesamiento y publicación de información estadística de interés para los actores turísticos del destino.



La articulación con el sector privado turístico permite sensibilizar a los prestadores respecto de la importancia y la utilidad de la información estadística generada para, de esta manera, lograr la colaboración y la respuesta efectiva en los operativos.

La articulación con el sector académico promueve la colaboración técnica para el relevamiento de datos y realización de estudios, al tiempo que ofrece a los estudiantes la oportunidad de tener una experiencia profesional que enriquece su formación educativa.

Se propone que estas articulaciones se formalicen a través de convenios de colaboración técnica entre la Secretaría de Turismo del Municipio de Tigre y las entidades de los sectores privado y académico.

El OET.Tigre se guiará por las recomendaciones metodológicas surgidas del trabajo de “Armonización de las Estadísticas de Turismo” del ex-Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

Con el objeto dotar al OET.Tigre de un mayor reconocimiento, se sugiere que sea registrado como servicio estadístico del Sistema Estadístico Nacional que

administra el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Todo ente integrante del sistema se rige por la Ley Nacional N°17.622 que establece el secreto estadístico, por el cual las informaciones que se suministren a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional serán estrictamente secretas y sólo se utilizarán con fines estadísticos. Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente en compilaciones de conjunto, de modo que no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieran.

Serán funciones del OET.Tigre:

- Impulsar la materialización, ordenamiento y desarrollo de operativos y procedimientos que permitan obtener información permanente y pertinente de la realidad turística de Tigre.
- Consolidar la sistematización de la información obtenida.
- Coordinar e integrar la actuación de cada uno de los agentes participantes, para lograr la integralidad del estudio de la situación y evolución del objeto de estudio.
- Difundir las estadísticas turísticas locales.

Para el cumplimiento eficiente de tales postulados, será necesario un proceso de planificación. La planificación involucra todas las actividades que se realizarán para cumplir con los objetivos del OET.Tigre. Deben establecerse horizontes temporales para cada tarea de forma tal que la ejecución de las tareas del plan sea ordenada.

Esto permitirá, respecto de las actividades estadísticas, disminuir los errores de cobertura y de carga de datos al facilitar las tareas de control y de seguimiento. Además, permitirá realizar las tareas de análisis y de procesamiento de la información recolectada en tiempo y forma.

El OET.Tigre será un instrumento para la producción de información útil y pertinente para la toma de decisiones de los sectores público y privado de Tigre en materia de desarrollo del turismo, información que deberá permitir, entre otras cosas, controlar los resultados y eficacia de las políticas turísticas, elaborar diagnósticos e informes de resultados y diseñar modelos de predicción de las principales variables turísticas a corto plazo.

En otras palabras, será un centro de recopilación y procesamiento de datos e información de la actividad turística, que se utilizarán para la elaboración de informes y documentos, útiles para una coherente toma de decisiones y la planificación de acciones ya sea del sector público como del privado.

En este sentido, se identifican dos actividades en relación al tipo de información. Una actividad vinculada a la recopilación, análisis y difusión de información generada por otros organismos (ej: INDEC), y otra actividad vinculada a la generación propia y análisis de información estadística, junto a otros actores del sistema turístico.

El OET.Tigre se comprometerá a entregar informes de resultados según un calendario previamente establecido. La existencia de una planificación de actividades plasmada en un calendario y el cumplimiento de la misma, respaldará y generará reputación y reconocimiento al observatorio entre los actores del sector turístico, facilitando la realización de futuras operaciones estadísticas.

### 2.4.1 Arquitectura de la información y los subsistemas

La estructura de información del OET.Tigre estará integrada por 4 subsistemas de información.



Figura 103: Subsistemas de información del OET.Tigre

Fuente: Elaboración propia

#### **Subsistema de Oferta Turística**

De acuerdo con la ONU Turismo (OMT), la oferta turística es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. Así pueden definirse estudios de oferta a aquellos realizados sobre las unidades proveedoras que ofrecen bienes y servicios, como empresas y/o establecimientos.

#### **Subsistema de Demanda Turística**

Los estudios de caracterización de la demanda turística constituyen un insumo esencial a la hora de conocer las características de los visitantes que arriban a un destino y monitorear su evolución, aportando herramientas para la generación y gestión de políticas públicas relativas al turismo. Adicionalmente, constituyen una fuente de información privilegiada para analizar el gasto turístico que realizan los

diferentes tipos de visitantes, sirviendo como insumo para la estimación del impacto económico de la actividad turística.

### ***Subsistema de Impacto Económico***

Tanto por su amplio eslabonamiento productivo, que estimula la dinamización de la matriz económica de los destinos, como por su capacidad para la promoción de ingresos de divisas y la redistribución de la riqueza nacional y, en su condición de actividad de servicios, importante generadora de empleo, el estudio del impacto del turismo en la economía resulta fundamental para la determinación de políticas públicas activas que promuevan el desarrollo económico local.

### ***Subsistema de Estudios Especiales***

Adicionalmente, el OET.Tigre deberá desarrollar sus capacidades para llevar adelante y colaborar en la realización de estudios específicos sobre productos y segmentos turísticos de interés para el municipio, efectuando investigaciones de mercado, de expectativas e intereses y sobre nivel de satisfacción de los visitantes, entre otros. Contempla la colaboración en los Observatorios Económicos del Turismo existentes en el país (de Turismo de Reuniones, de Turismo del Vino y de Turismo LGBT, entre otros).

## **2.4.2 Fuentes de generación y captación de datos**

En esta subsección se presentan las propuestas en torno a las operaciones estadísticas que se sugieren para el OET.Tigre.

Es importante remarcar que, de acuerdo al planteo de centralización metodológica y descentralización operativa, el procesamiento de la información recolectada será tarea únicamente del OET.Tigre, el cual recopilará la misma en la base de datos de la plataforma de inteligencia turística BIN como repositorio único de información para la carga descentralizada de los datos recolectados en los operativos propios. La plataforma BIN contará con distintos perfiles de usuarios (administrador, referente técnico, analista, encuestador, prestador) con roles y permisos específicos.

La recolección de datos por parte del OET.Tigre será a través de la realización de relevamientos propios y de fuentes secundarias de información.

Tabla 7: Relevamientos del OET.TIGRE

|   |   |
|---|---|
| <b>RELEVAMIENTOS PROPIOS</b>              | Monitoreo de la Oferta Turística  |
|   | Encuesta de Actividad en Alojamientos   |
|   | Monitoreo de Flujo de Excursionistas  |
|   | Encuestas a Visitantes F2F - QR - OIT   |
|   | Calendario de Reuniones y Eventos Deportivos  |
|   | Encuesta a Visitantes Asistentes a Reuniones y Eventos Deportivos                             |
|   | Relevamiento de Tarifas   |
|   | Empleo en Turismo   |
| <b>FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN</b> | Trenes Argentinos   |
|   | Terminal de Ómnibus - CNRT - Subsecretaría de Tránsito y Transporte municipal                 |
|   | Dirección de Transporte Provincial (Ente Regulador de la Actividad de las Lanchas Colectivas) |
|   | Big Data (Redes Sociales, Sitios Web y Noticias)  |
|   | Secretaría de Economía y Hacienda del municipio   |
|   | Sensores de autos pasantes  |
|   | Museos  |

Fuente: elaboración propia

### ***Relevamientos propios***

- **Monitoreo de la oferta turística**

Objetivo: se propone llevar a cabo un registro actualizado de los establecimientos que brindan servicios turísticos según el criterio de la “ONU Turismo” de “ramas características del turismo”. Esto es: establecimientos que brindan servicios de alojamiento, establecimientos gastronómicos, prestadores de servicios turísticos, alquiler de vehículos, agencias de viajes, etc.

Este registro servirá de marco muestral para el desarrollo de los distintos operativos estadísticos. El municipio será el responsable de brindar la información periódicamente (informando cuando se produzcan cambios en dichos padrones) y el OET.Tigre tendrá el registro en un formato estandarizado para todo el municipio.

- **Encuesta de actividad en alojamientos**

Objetivo: Estimar la cantidad de viajeros hospedados en los alojamientos turísticos del Partido de Tigre, las pernoctaciones, la estadía promedio y la tasa de ocupación de los establecimientos.

- **Monitoreo de flujo de excursionistas**

Objetivo: estimar la cantidad de excursionistas que visitan el Partido de Tigre a partir de monitorear las vías de acceso al destino.

- **Encuesta a visitantes**

Objetivo: caracterizar la demanda turística que visita el Partido de Tigre, en términos del perfil de los visitantes, su comportamiento de viaje y el gasto turístico efectuado en el destino.

Comprenderá 3 operativos distintos: encuestas F2F (encuestas presenciales cara a cara con asistencia de encuestadores), encuestas QR (afiches con un código QR en puntos de interés, para que el visitante ingrese a un formulario para que lo complete de manera autónoma) y encuestas OIT (realizadas por el personal en las Oficinas de Información Turística a las personas atendidas)

- **Calendario de reuniones y eventos deportes**

Objetivo: identificar las reuniones y eventos deportivos que se realizan en el Municipio de Tigre.

- **Encuesta a visitantes asistentes a reuniones**

Objetivo: caracterizar a los visitantes que asisten a reuniones y eventos deportivos desarrollados en el Municipio de Tigre, al mismo tiempo que dimensionar el impacto económico producido por estos.

- **Relevamiento de tarifas**

Objetivo: Relevar las tarifas que ofrecen los diferentes prestadores de servicios turísticos del Municipio de Tigre.

- **Empleo en turismo**

Objetivo: Relevar la cantidad de empleados en actividades características del turismo en el Municipio de Tigre, según rubro y condición de residencia. El relevamiento se realizará por temporada alta y temporada baja.

### ***Relevamientos de fuentes secundarias***

- **Trenes Argentinos:** estadísticas referidas a los servicios regulares de trenes

y los pasajeros transportados que arriban al Partido de Tigre.

- **Terminal de ómnibus - Comisión Nacional de Regulación de Transporte - Subsecretaría de tránsito y transporte municipal:** estadísticas referidas a los servicios regulares de ómnibus de larga distancia que arriban a la terminal de buses del Municipio de Tigre, como también al volumen y procedencia de los pasajeros transportados.
- **Estación Fluvial - Dirección de Transporte Provincial (Ente Regulador de la Actividad de las Lanchas Colectivas):** estadísticas e información sobre la cantidad de pasajeros fluviales transportados, así como volumen y procedencia de los mismos. También brindará información sobre la tasa de embarque de los servicios fluviales. A su vez, brindará estadísticas sobre la oferta fluvial del Municipio de Tigre.
- **Secretaría de Economía y Hacienda:** estadísticas e información sobre el Producto Bruto Geográfico a fin de determinar el impacto de la actividad turística en el PBG. A su vez, en caso de ser posible, para poder estimar el impacto económico del turismo en el Municipio de Tigre, se utilizarán datos fiscales de ingresos brutos a fin de determinar la facturación de las empresas que se enmarcan en las actividades características del turismo. Debe respetarse el secreto fiscal y no debe ser posible alterar la capacidad contributiva de los contribuyentes/informantes ni exponer su identidad.
- **Redes sociales, sitios web y noticias:** utilizando sistemas de inteligencia artificial, se recopilará Big Data proveniente de diferentes redes sociales, plataforma de reservas y portales de noticias.
- **Sensor de autos pasantes:** estadísticas sobre la cantidad de autos que transita un determinado punto de acceso del Municipio de Tigre.
- **Museos:** estadísticas sobre la cantidad de visitantes a los museos del Partido de Tigre.

### 2.4.3 Metodología y Frecuencia de Distribución y Procesamiento de las estadísticas

#### ***Medios de Procesamiento***

El OET.Tigre será el encargado de construir y procesar la base de datos. Cabe destacar que para el procesamiento de la base de datos generada se recomienda el uso de un software estadístico específico, como SPSS o STATA, dado que facilitan el procesamiento de las variables y el cálculo de los estadísticos

descriptivos (media, proporción, etc). Esto es especialmente cierto a medida que aumentan la cantidad de casos considerados y la cantidad de variables.

Respecto del software, el STATA se caracteriza por facilitar el cálculo de nuevas variables, hacer imputaciones, correcciones y todo lo referente al procesamiento de variables. El SPSS tiene la ventaja de hacer buenos tabulados permitiendo cruzar 3 o más variables en una misma tabla.

Los analistas crearán una base de datos en formato SPSS o STATA para analizar consistencias, realizar imputaciones y realizar las estimaciones. Estas operaciones deberán quedar documentadas mediante un archivo de Sintaxis .do en el caso de STATA y .sav en el caso de SPSS. Cabe mencionar que es necesario contar con un software estadístico específico dado que presenta más funciones que son de utilidad para el procesamiento de muchos casos y muchas variables en relación al Excel. Los tabulados pueden exportarse luego a Excel para elaborar gráficos estéticamente más agradables.

Por otra parte, de manera concomitante a la elaboración propia de datos, se deberán procesar y dar seguimiento a las fuentes de información secundaria y de referencia.

Es indispensable, en todos los casos, el resguardo del secreto estadístico en cumplimiento de la Ley 17.622 que consigna en su artículo 10 que las informaciones que se suministren a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional, en cumplimiento de la presente ley, serán estrictamente secretos y sólo se utilizarán con fines estadísticos.

Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente, en compilaciones de conjunto, de modo que no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieran.

### ***Medios de Elaboración***

Para la elaboración de los resultados se plantean distintos formatos: informes breves en PDF, infografías, presentaciones y visualización interactiva a través de la plataforma BIN. En este punto los analistas deberán trabajar junto al diseñador gráfico para lograr presentaciones estéticas que faciliten la comprensión de los resultados por parte del público.

Se recomiendan informes breves para exponer los resultados de cada operativo (de dos carillas o tres) con los tabulados y gráficos básicos y una breve descripción metodológica, incluyendo definiciones.

En el caso de los Anuarios, serán más extensos y compilarán la información generada durante el año de referencia.

### ***Medios de Distribución***

Todos los informes generados deberán ser publicados en una página web y la noticia de su disponibilidad deberá ser publicitada a través de las redes sociales. De esta manera se dará difusión a las tareas del OET.Tigre, hecho que influirá en la actitud de los informantes positivamente.

Por otra parte, a los informantes que participen del operativo del OET.Tigre deberá enviarse una infografía con los principales resultados del operativo. Esto funcionará a modo de agradecimiento por su colaboración y ayudará a generar cultura estadística en la población.

#### **2.4.4 Programa de relevamiento prioritario de la oferta y demanda turística**

Para determinar el programa de relevamiento prioritario será necesario identificar, por una parte, los indicadores que se podrán relevar en cada tipo de operativo y, por otro lado, evaluar las facilidades y restricciones que se presentan en su implementación.

Con la Encuesta de Actividad en Alojamientos se relevan indicadores del nivel de actividad de los alojamientos turísticos (tasa de ocupación y pernoctaciones).

Con la Encuesta a Visitantes se podrán relevar los indicadores que permiten caracterizar a la demanda turística y, además, el gasto que los turistas realizan durante su viaje, un indicador que resulta clave para la estimación del impacto económico del turismo en la provincia.

En cuanto a las facilidades y restricciones que se presentan en la implementación de cada operativo, en la Encuesta de Actividad en Alojamientos la tarea de recolección de información queda a cargo del municipio, que se encargará de contactar por mail, telefónicamente o por cualquier otro medio disponible, a los alojamientos seleccionados en la muestra para recabar los datos, conservando el control total del operativo. Otra forma de recolección de la información sería que el propio alojamiento turístico la cargue directamente desde la plataforma de inteligencia turística BIN, a través de un usuario de prestador, de esta forma le quedaría, entonces, al municipio solo la tarea de supervisión de la carga que realizan los alojamientos. Se plantea entonces, frente a la posibilidad de falta de cumplimiento por parte de los alojamientos, la necesidad de sostener un delicado equilibrio para no confrontar con los actores del sector y a la vez poder cumplir con los objetivos estadísticos definidos. Estos operativos plantean un desafío institucional importante: la articulación y coordinación de tareas con los actores del sector.

Por otra parte, en cuanto a la Encuesta a Visitantes, quedará a cargo de la Subsecretaría de Turismo Municipal coordinar la recolección de información por parte de los encuestadores y del personal de las OIT, así como el operativo de difusión de los QR correspondientes para recabar los datos necesarios, conservando el control del operativo.

Estas tareas deben visualizarse como un ejercicio que irá “educando” a los distintos partícipes del sistema e irá generando una cultura estadística que se retroalimentará: cuando se vean los resultados, mayor será la disposición a colaborar de los informantes y más confiada se sentirá la Subsecretaría de Turismo Municipal y los integrantes del OET.Tigre para desarrollar más productos estadísticos.

Tabla 8: Periodicidad de relevamientos propios

| FRECUENCIA | RELEVAMIENTOS                                  |  |
|------------|--|--|
|            | OFERTA   | DEMANDA                                      |
| CONTINUOS  | Monitoreo oferta turística                     | Encuesta a visitantes QR                     |
|            | Encuesta de actividad en alojamientos          | Encuesta a visitantes en OIT                 |
|            | Turismo de reuniones y deportes:<br>calendario |  |
|            | Relevamiento de tarifas                        |  |
| PUNTUALES  | Empleo en turismo                              | Encuesta a visitantes F2F                    |
|            |  | Encuesta a visitantes asistentes a reuniones |
|            |  | Monitoreo de flujo de excursionistas         |

Fuente: elaboración propia

Para acceder al calendario anual 2024 haga click [AQUÍ](#)

#### 2.4.5 Procesos y requisitos que intervendrán en la administración, actualización y control del sistema y sus subsistemas

Desde lo organizacional, puede decirse que el OET.Tigre consta de tres procesos: de planeamiento, de ejecución y de evaluación y control.

El proceso de planeamiento tiene dos fases: la fase de investigación, cuyo objetivo es el análisis y sistematización de la información disponible y la elaboración

de un diagnóstico sobre la situación de la actividad turística, que sirve de base para la formulación estratégica. Por otro lado, la fase de formulación de la estrategia incluye una serie de tareas y actividades ya descritas anteriormente en el informe, entre las que se destacan la definición de objetivos, identificación y definición de programas estadísticos prioritarios.

Por su parte, el proceso de ejecución se alimenta de los programas y proyectos identificados por el proceso de planeamiento y elabora los proyectos definidos, como así también, negocia las fuentes de financiamiento. Los resultados del proceso de ejecución son inputs del proceso de evaluación y control, que identifica las desviaciones entre lo planeado y lo ejecutado, analiza sus causas y realiza recomendaciones en la fase de la formulación de la estrategia del subsistema de planeamiento.

Es importante destacar que los procesos de planeamiento y evaluación y control son centralizados en el OET.Tigre. Es decir, el Observatorio es el eje centralizador de la formulación metodológica y el encargado de supervisar y velar por una aplicación uniforme del proceso de ejecución.

El proceso de ejecución es el encargado de realizar todos los operativos mencionados anteriormente, tanto los operativos de oferta como los de demanda, que fueron delineados en el proceso de planeamiento. Los detalles del proceso de ejecución fueron definidos en las secciones anteriores del informe.

El proceso de evaluación y control es competencia exclusivamente del observatorio y dentro de sus funciones y procesos se destacan: el proceso de validación de los instrumentos de recolección y el proceso de elaboración y comunicación de los datos.

El control o supervisión debe hacerse periódicamente, en paralelo a la ejecución de los operativos. Desde el OET.Tigre debe hacerse un seguimiento durante todo el periodo de relevamiento de forma de detectar desvíos de lo planificado, inconsistencias, baja cobertura de la muestra, asesorar en necesidad de reemplazo de unidades de relevamiento (alojamientos), etc.

Se resalta que el requisito fundamental para que estos procesos se lleven adelante y el sistema y subsistemas de información del OET.Tigre funcionen es el marco institucional y la participación activa de los actores del sector turístico, principalmente del sector privado y de la administración municipal de turismo.

Por otra parte, los procesos de planificación, ejecución y control deberán tener presente en su hacer diario, los Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales que reconoce el INDEC.

Dichos Principios Fundamentales fueron elaborados originalmente por la Comisión Económica para Europa (CEPE) de las Naciones Unidas en 1992 y asumidos luego por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (CENU), en los que se establece como primer postulado que “las estadísticas oficiales constituyen un elemento indispensable en el sistema de información de una sociedad democrática y proporcionan al Gobierno, a la economía y al público datos acerca de la situación económica, demográfica, social y ambiental”. Asimismo, la Argentina fue incorporada, en agosto de 2017, como adherente a la Recomendación del Consejo de la OCDE sobre Buenas Prácticas Estadísticas, adoptada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

Finalmente, el INDEC suscribe desde 1996 a las Normas Especiales para la Divulgación de Datos (NEDD o SDDS, por sus siglas en inglés) del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Por tanto, con el objeto primario de procurar la armonización de las estadísticas públicas del sector turismo, las nacionales y las provinciales, con base en las recomendaciones internacionales previamente mencionadas y en la legislación nacional, se propone que el OET.Tigre asuma el compromiso de producir y difundir estadísticas del sector turístico sustentadas en los siguientes principios generales:

- Imparcialidad y objetividad: difusión imparcial y objetiva; igualdad de trato para todos sus usuarios.
- Accesibilidad y claridad: se utilizan los medios técnicos más adecuados para garantizar el acceso ilimitado, eficiente y comprensible a la información.
- Secreto estadístico: difusión en compilaciones de conjunto, para asegurar que la información individual quede protegida.
- Orientación hacia el usuario: satisfacer las necesidades y requerimientos de información, sean estos del sector público o del privado.
- Transparencia: metodologías, parámetros de calidad, calendario de publicaciones y tarifario de los productos especiales de difusión se comunican con antelación y claridad.
- Puntualidad: la publicación de las estadísticas se realiza de acuerdo con el calendario previamente establecido y en forma simultánea para todos los usuarios.
- Gratuidad: los resultados de las operaciones estadísticas consideradas en el calendario anticipado se difunden gratuitamente.

En vistas al cumplimiento de estas pautas, resulta necesaria la formulación de los procesos, diseños y selección de la información según la propuesta descrita en secciones anteriores.

#### 2.4.6 Lineamientos y requisitos para la formulación de convenios institucionales.

A lo largo del informe se mencionó el rol del OET.Tigre como referente municipal de la generación de información estadística referida al sector turístico. Al establecer el principio de centralización metodológica, surge la necesidad de realizar convenios con con los diferentes actores del sector turístico, para llevar adelante los operativos propuestos y trabajar en forma conjunta.

Es necesario articular con actores del sector privado y del sector académico en pos de lograr los objetivos.

En primer lugar, la articulación con actores del sector privado es fundamental no solo para visibilizar las tareas del OET.Tigre sino para sensibilizar a los futuros informantes y lograr su cooperación. Aquí también debe pensarse en un esquema de cofinanciamiento de los operativos, donde los actores del sector privado hagan un aporte al OET.Tigre, ya que serán beneficiarios directos de la información que éste produzca.

El sector académico puede proveer personal capacitado para los operativos (pasantes) que ocupen el rol de encuestadores, supervisores y analistas. Además de proveer el ámbito adecuado para realizar las capacitaciones requeridas, incluso la presentación de resultados. A su vez, puede colaborar con el cofinanciamiento de los operativos y proponer estudios que sean de su interés en el ámbito de las estadísticas de turismo.

En síntesis, se propone articular con el sector académico y con el sector privado, mediante convenios específicos teniendo en cuenta estos lineamientos y requisitos:

- Reconocimiento del OET.Tigre como organismo rector del Sistema de Estadísticas Municipal de Turismo
- Cofinanciamiento del OET.Tigre para garantizar su sostenibilidad, desarrollo y crecimiento.
- Compromiso con los Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales por parte de todos los integrantes del OET.Tigre.

- Cumplimiento de la normativa vigente, en particular con la Ley 17.622 de Secreto Estadístico.
- Cumplimiento de las pautas metodológicas y del Programa Anual de Estadísticas propuesto por el OET.Tigre.

Para lograr una correcta integración de los datos provenientes de la oferta local a través de sus respectivas fuentes, es primordial lograr mecanismos de asociación entre una multiplicidad de actores relacionados directamente e indirectamente al turismo, para facilitar la cooperación para compartir información y para contribuir en la difusión de los diversos operativos a realizar por la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

Es por esto que se propone realizar diferentes acuerdos y convenios de cooperación entre la Subsecretaría de Turismo de Tigre y las entidades del sector privado (CACIT, FEHGRA, CAME, AHT, etc.), del sector académico (por ejemplo el ISFT N°199), de entidades de trabajo como UTHGRA, entre otras.

Dichas entidades pueden aportar datos valiosos, en tiempo real, que sirvan como insumo para la base de datos del OET.Tigre, para luego ser procesados, analizados y de esta forma poder mejorar la toma de decisiones. Además, las entidades mencionadas anteriormente pueden colaborar con la difusión de los operativos de encuestas y con la difusión de los datos obtenidos para que todos los actores del sector puedan beneficiarse posteriormente de la información.

El objetivo de que se concreten dichos convenios de colaboración y el intercambio de información con las diversas entidades del sector turístico es contribuir a la calidad de la información, para que pueda enriquecerse así la toma de decisiones posteriores, además de la planificación del sector turístico.

#### **2.4.7 Estructura organizacional de gestión del OET.Tigre**

La estructura recomendada para el OET.Tigre es la siguiente:

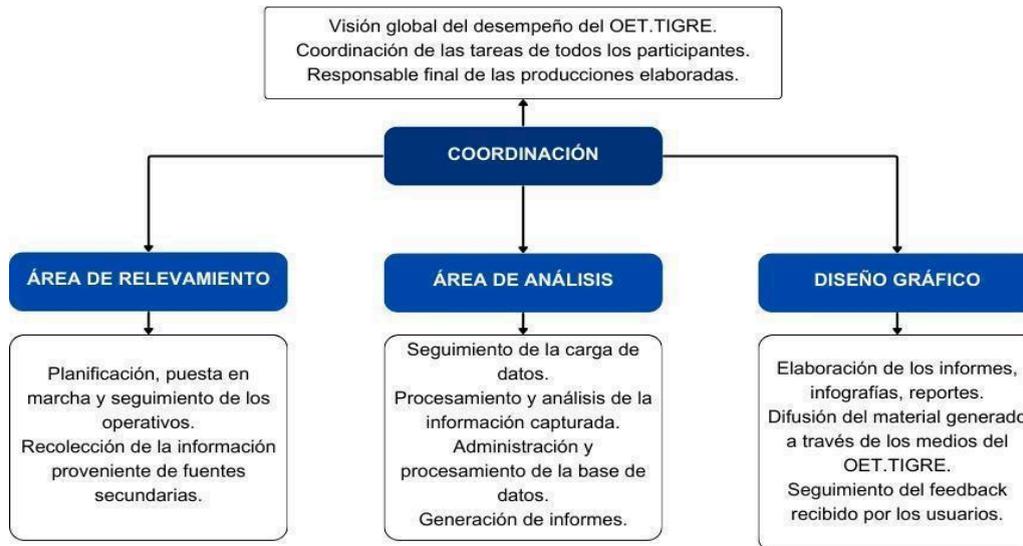


Figura 104: Estructura organizacional del OET.Tigre

Fuente: elaboración propia.

- **Área de Coordinación**

La persona responsable de la coordinación tiene la visión global del desempeño del OET.Tigre y los integrantes del sistema, al mismo tiempo que coordina las tareas de todos los participantes. Es quien establece y mantiene los vínculos con la administración municipal, el sector privado turístico y el académico. Es la responsable final de la producción de los reportes e informes propuestos por el observatorio.

- **Área de Relevamiento**

Esta área tiene por objetivo sistematizar la recolección de información, tanto de fuentes secundarias como aquella vinculada a los relevamientos propios de oferta y demanda.

Para la recolección de información de fuentes secundarias, el equipo hará un relevamiento de dichas fuentes, que por lo general son registros administrativos o informes elaborados por otros organismos, mientras que la plataforma de inteligencia turística BIN también relevará fuentes secundarias de forma automática, y luego se harán los ajustes necesarios para su procesamiento, almacenamiento e incorporación en las publicaciones oficiales.

Para la recolección de información primaria resultante de los operativos propios, se contará con una persona supervisora y un equipo encargado del relevamiento en sí.

| PERFILES TÉCNICOS REQUERIDOS |  |
|------------------------------|--|
| <b>SUPERVISOR</b>            | Encargado de la planificación, puesta en marcha y seguimiento de los operativos realizados. Reporta su trabajo al Coordinador del Observatorio. Debe hacer un seguimiento continuo del desarrollo de los operativos propios. A su vez, debe ser el encargado, junto al coordinador, de responder las dudas en torno a la operatividad de los relevamientos y las capacitaciones pertinentes para llevarlos a cabo con éxito (incluyendo la capacitación del personal encuestador). |
| <b>RELEVADOR/ES</b>          | Responsables de recolectar la información proveniente de fuentes secundarias, y de realizar relevamientos propios. Se requiere un perfil meticuloso, prolijo, con habilidades personales para tratar con varios tipos de personas, manejo avanzado de Excel, Google Sheets y básico de SPSS o STATA.   |

- **Área de Análisis**

Esta área tiene por objetivo analizar y procesar la información recolectada, obtener los resultados estadísticos y elaborar los informes de resultados.

| PERFILES TÉCNICOS REQUERIDOS |   |
|------------------------------|---|
| <b>ANALISTA</b>              | <p>Responsable del procesamiento y análisis de la información capturada. Deberán tener conocimiento de Estadística, en particular estadística descriptiva y perfil cuantitativo. Deberán recibir capacitación en el uso de Excel, STATA y/o SPSS y en indicadores propios de la actividad turística.</p> <p>Tienen como tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ recibir los datos producidos por los operativos</li> <li>○ identificar datos de fuentes secundarias;</li> <li>○ generar y administrar bases de datos;</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ procesar los datos, hacer las imputaciones que se consideren necesarias para los datos faltantes y calcular los ponderadores;</li> <li>○ mantener actualizadas las muestras de los diferentes operativos;</li> <li>○ generar los tabulados para los informes.</li> </ul> |
|--|---|

- **Diseño y comunicación**

Su objetivo consiste en elaborar herramientas de comunicación que permitan difundir las estadísticas producidas por el OET.Tigre.

| PERFIL TÉCNICO REQUERIDO              |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>ESPECIALISTA EN DISEÑO GRÁFICO</b> | <p>Encargado de la comunicación vía redes sociales y del diseño gráfico de los <b>informes, infografías, reportes, etc.</b></p> <p>Esta persona puede ser un consultor externo que trabaje a demanda del observatorio, preferentemente Diseñador Gráfico o afín.</p> |

### 2.4.8 Diseño de la Identidad Visual

La creación de una identidad visual sólida para el Observatorio Económico de Turismo de Tigre es esencial para posicionar eficazmente la entidad, para comunicar sus objetivos y para facilitar la interacción con diversos públicos. En este punto se abordarán los elementos y conceptos clave del diseño de la identidad visual, proponiendo un logo que represente su relevancia en la representación del sistema de monitoreo de estadísticas de turismo del municipio.

La identidad visual del OET.Tigre desempeña un papel fundamental. Es más que un simple elemento gráfico, es una herramienta estratégica para posicionar la entidad y comunicar la importancia de su labor. El logo del OET.Tigre servirá como un distintivo reconocible que asociará constantemente a la audiencia con el sistema de estadísticas de turismo municipal que el observatorio representa.

En cuanto a los objetivos, la identidad visual del OET.Tigre debe cumplir con algunos elementos clave:

- **Identidad Institucional:** La identidad visual seleccionada debe reflejar la identidad del OET.Tigre, transmitiendo su propósito, seriedad y compromiso con la recopilación y análisis de datos turísticos.
- **Comunicación Efectiva:** Debe ser un medio de comunicación eficaz, transmitiendo visualmente la esencia del OET.Tigre y su función principal: ser el referente oficial de estadísticas de turismo.
- **Claridad y Reconocimiento:** La simplicidad y claridad del diseño son fundamentales. Un logo claro facilita el reconocimiento instantáneo y la fácil asociación con el observatorio.

En cuanto a los criterios de diseño del logo, para garantizar una identidad visual efectiva, el diseño debe cumplir con algunos criterios:

- **Coherencia institucional:** El logo debe ser coherente con la misión y valores del OET.Tigre, reflejando su seriedad y confiabilidad como fuente oficial de datos turísticos.
- **Versatilidad:** El diseño debe ser versátil y adaptable a diferentes contextos, como informes, redes sociales, páginas web del observatorio, etc.
- **Escalabilidad:** Debe ser legible y reconocible incluso en tamaños pequeños, asegurando su efectividad en diversas aplicaciones.
- **Paleta de colores:** La elección de colores debe ser cuidadosa, utilizando tonalidades que reflejan la identidad del Municipio de Tigre, la seriedad institucional y, que al mismo tiempo atraigan la atención de manera positiva.

Dado que el OET.Tigre producirá informes, reportes y mantendrá presencia en redes sociales y en una página web, el logo que represente la identidad visual debe ser adaptable a diversos medios para una comunicación digital efectiva. Debe ser fácilmente reproducible en formatos digitales y mantener su legibilidad y claridad en diversas plataformas.

El diseño de la identidad visual del Observatorio Económico de Turismo de Tigre, entonces, es una tarea estratégica que va más allá de la estética. Es la representación visual de la seriedad, la confiabilidad y el propósito del OET.Tigre como autoridad oficial en estadísticas de turismo del municipio, contribuyendo a su posicionamiento y efectividad en la comunicación con diversos actores directa e indirectamente involucrados en el sector turístico.

#### **2.4.9 Definición de la Analítica de Datos para la toma de decisiones**

La analítica de datos desempeña un papel fundamental en el Observatorio Económico de Turismo de Tigre, ya que proporciona la base necesaria para una toma de decisiones informada y estratégica. En este punto, definiremos cómo se llevará a cabo este proceso.

Es fundamental entender que la piedra angular del enfoque analítico es la recolección de los datos de relevamientos propios, a través de los mecanismos ya mencionados durante el informe, y datos de fuentes secundarias. A partir de ello, y de su correcta carga en la plataforma de inteligencia turística BIN, podremos utilizar esta herramienta para el procesamiento y visualización de los datos, en tiempo real. Se utilizarán diferentes algoritmos y técnicas de análisis estadísticas, la cual hará que BIN nos proporcione una comprensión profunda de los patrones de comportamiento turístico, tanto de los subsistemas de oferta, los subsistemas de demanda, las tendencias de mercado y la dinámica económica asociada.

La primera fase del proceso entonces, luego de la correcta recopilación de los datos, implica el cuidadoso procesamiento. Desde los datos de relevamientos propios, como por ejemplo los que respecta a la encuesta a visitantes, los datos del monitoreo de oferta turística, los datos de la encuesta de actividad en alojamientos, hasta los datos de fuentes secundarias. Cada punto de datos se someterá a una exhaustiva revisión para garantizar que los análisis subsiguientes estén basados en información confiable y libre de sesgos.

Una vez que los datos han sido procesados, la plataforma BIN generará dashboards interactivos que ofrecerán una visión panorámica y detallada de la situación turística en el Municipio de Tigre. Estos dashboards incluirán gráficos intuitivos, mapas georeferenciados y métricas clave, proporcionando a los usuarios una herramienta visual poderosa para comprender la complejidad de los datos.

La información presentada en los dashboards servirá como punto de partida para un análisis más detallado. Se llevará a cabo un examen minucioso de las tendencias, la estacionalidad y las correlaciones entre diferentes variables. Este análisis proporcionará una comprensión profunda del turismo en Tigre, permitiendo identificar áreas de oportunidad, posibles desafíos y mejorar la toma de decisiones.

Basándonos en los resultados del análisis, se generarán informes analíticos detallados. Estos informes proporcionarán a los responsables de la toma de decisiones una perspectiva clara y fundamentada sobre la situación actual del turismo en el municipio. Además, se destacarán recomendaciones específicas para mejorar la toma de decisiones en diferentes niveles, desde la planificación estratégica hasta las iniciativas operativas.

En resumen, la analítica de datos en el OET.Tigre no se limita a la mera recopilación de información, sino que trata de un proceso integral que involucra la interpretación profunda y estratégica de esos datos para impulsar la toma de decisiones informada y eficaz. El enfoque analítico detallado asegurará que el Municipio de Tigre esté equipado con las herramientas necesarias para prosperar en la toma de decisiones del sector turístico.

## Subtarea 2.5: Definición de metodología de medición y relevamiento de datos

### 2.5.1 Subsistema de Oferta Turística

De acuerdo con la “ONU Turismo”, la oferta turística es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. Así pueden definirse estudios de oferta a aquellos realizados sobre las unidades proveedoras que ofrecen bienes y servicios, como empresas, establecimientos y/o organizaciones sin fines de lucro

Para estudiar y analizar las características y evolución de la oferta turística en el Municipio de Tigre, se consideran las siguientes variables a relevar:

- **CANTIDAD DE PRESTADORES TURÍSTICOS:** según su actividad (alojamiento, gastronomía, agencias de viajes, excursiones, transporte, alquiler de autos, organizadores profesionales de congresos y eventos, guías de turismo, etc.) y su distribución geográfica.
- **TASA DE OCUPACIÓN EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS:** indicador de nivel de actividad de una de las principales ramas características del turismo.
- **PERNOCTACIONES:** número de noches que cada viajero permanece alojado, fuera de su lugar de residencia habitual, en el lugar visitado.
- **CANTIDAD DE SERVICIOS FLUVIALES Y PASAJEROS TRANSPORTADOS:** indicadores del nivel de actividad del transporte fluvial.
- **CANTIDAD DE SERVICIOS DE ÓMNIBUS Y PASAJEROS TRANSPORTADOS:** indicadores del nivel de actividad del transporte interurbano.
- **CANTIDAD DE VISITANTES A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS:** indicador del nivel de actividad en los atractivos turísticos del municipio.
- **CANTIDAD DE REUNIONES / EVENTOS DEPORTIVOS IDENTIFICADOS:** indicador del nivel de actividad del turismo de reuniones y de deportes en el municipio y de la evolución de ambos segmentos.

Este subsistema contará con un Monitoreo de la oferta turística, que tiene como objetivo dimensionar la cantidad de prestadores turísticos, y describirlos de manera regular, a fin de tener comparaciones entre períodos; y la Encuesta de Actividad en Alojamientos, que tiene como objetivo medir el nivel de actividad del sector de alojamiento turístico.

### **Monitoreo de la oferta turística**

- **Objetivo:** se propone llevar a cabo un registro actualizado de los establecimientos que brindan servicios turísticos según el criterio de la “ONU Turismo” de “ramas características del turismo”. Esto es: establecimientos que brindan servicios de alojamiento, establecimientos gastronómicos, prestadores de servicios turísticos, alquiler de vehículos, agencias de viajes, etc.

Este registro servirá de marco muestral para el desarrollo de los distintos operativos estadísticos. El municipio será el responsable de brindar la información periódicamente (informando cuando se produzcan cambios en dichos padrones) y el OET.Tigre tendrá el registro en un formato estandarizado.

- **Período de referencia:** el relevamiento se realizará con una periodicidad mensual o al producirse cambios en el padrón municipal.
- **Unidad de relevamiento:** prestadores de servicios turísticos del Municipio de Tigre.
- **Metodología de captura de los datos:** El OET.Tigre acordará con la Dirección de Servicios Turísticos de la Subsecretaría de Turismo la metodología de relevamiento.
- **Carga de los datos:** en una base de datos que se encontrará almacenada en la plataforma BIN.
- **Procesamiento de la base:** será responsabilidad del Área de Análisis del OET.Tigre.

Estará conformado por las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Gastronomía
- Prestadores de turismo aventura
- Guías idóneos de turismo
- Entretenimiento
- Servicio de transporte turístico

- Organizador profesional de congresos y convenciones
- Actividades turísticas
- Agencias de viajes

Las variables comunes de los padrones serán:

- Designación comercial
- Razón social
- CUIT / CUIL
- Localidad
- Rubro
- Inscripción en el registro de prestadores
- Contacto telefónico
- Mail
- Domicilio
- Código postal
- Coordenadas geográficas

Las variables específicas de cada uno serán:

### **Alojamientos**

- Clase
- Categoría
- Habitaciones
- Plazas
- Unidades (cabañas)

### **Gastronomía**

- Rubro
- Cubiertos

### **Agencias de viajes**

- Tipo de Agencia de Viajes
- Modalidad
- Número de legajo

#### **Prestadores de turismo aventura**

- Tipo
- Actividades

### ***Encuesta de Actividad en Alojamientos***

El objetivo es estimar la cantidad de viajeros hospedados en los alojamientos turísticos del Municipio de Tigre, las pernoctaciones y la tasa de ocupación de los establecimientos.

Se sugiere un relevamiento de forma continua. Las mediciones continuas se realizan sistemática e ininterrumpidamente y suelen tener una cobertura total a lo largo de un año, independientemente de la periodicidad de los relevamientos (diario, semanal, quincenal, mensual, etc)

Para la puesta en funcionamiento del operativo, se establecerá un formulario único digital. Considerando las características específicas de la región, se proponen dos opciones de carga de datos para dar mayor flexibilidad al municipio: inicialmente en un formulario Excel que podrán exportar a la plataforma de inteligencia turística BIN cuando dispongan de conexión a Internet, o directamente en “tiempo real” desde la propia plataforma BIN. A medida que se genere “cultura estadística” entre los alojamientos informantes, se incorporará la opción de que el propio alojamiento cargue directamente los datos a través del formulario único digital. La planilla de relevamiento que deberá ser llenada por el encuestador tendrá un formato similar, dependiendo el tipo de operativo. Es recomendable evitar la impresión de los formularios. La carga a mano de la información agrega posibles inconvenientes y errores al proceso, ya sea por equívocos en la digitalización de los datos, pérdida de planillas, inconvenientes en la legibilidad de las mismas, etc. Asimismo, cabe destacar que en un primer momento, hasta generar la “cultura estadística” y la capacitación correspondiente, la planilla será completada por el encuestador: es recomendable evitar que, en esta etapa, sea el propio informante (el alojamiento) quién complete la información para evitar errores de interpretación en los diferentes campos. El encuestador podrá realizar la entrevista personalmente o vía telefónica, dependiendo de las condiciones en las que el trabajo sea realizado.

**Periodicidad del relevamiento:** El relevamiento será continuo a lo largo del año con las siguientes especificaciones y particularidades:

- En los meses que corresponden a las vacaciones de verano (enero y febrero) se evaluarán las dos quincenas (1° y 2°) de cada mes. Los datos corresponden al total de cada una de dichas quincenas.
- En el resto de los meses (marzo a diciembre) se elegirá aleatoriamente una semana de relevamiento que se mantendrá fija para cada uno de los meses. En el caso que dicha semana contenga algún fin de semana largo (o coincida con las vacaciones de invierno), se la reemplazará por la anterior o posterior.
- Fines de semana largos (relevamientos puntuales). En estos casos, se analizará la información correspondiente al total de dicho fin de semana.
- En el mes de vacaciones de invierno se registrará la información para cada una de las semanas correspondientes.

**Cobertura geográfica:** Municipio de Tigre.

**Unidad de relevamiento:** establecimientos turísticos que ofrecen servicio de alojamiento en el Municipio de Tigre.

**Metodología de captura:** se apunta a registrar lo ocurrido durante la totalidad del período que se está relevando (quincena en los meses de verano, semana en el período de vacaciones de invierno, semana en el resto de los meses y el fin de semana largo en su totalidad cuando corresponda), a partir de la medición de las siguientes variables, según la disponibilidad de información de cada alojamiento:

- Cantidad de plazas disponibles por noche.
- Plazas, habitaciones o unidades ocupadas en el periodo
- Tasa de ocupación

**Diseño muestral:** Dado que el universo de alojamientos es muy acotado, recomendamos intentar realizar un censo de ellos, es decir, encuestar a todos los establecimientos disponibles en cada ola de interés.

**Instrumento de medición:** formulario único digital. Se proponen dos opciones de carga de datos para dar mayor flexibilidad al municipio: en formulario Excel que podrán exportar a la plataforma de inteligencia turística BIN cuando dispongan de conexión a Internet, o directamente en “tiempo real” en la propia plataforma BIN. Los datos obtenidos se cargarán en un formulario online único, almacenado en el repositorio único de datos de la plataforma de inteligencia turística.

**Procesamiento de la base:** será responsabilidad del Área de Análisis del OET.Tigre.

**Estructura de relevamiento:** el OET.Tigre es el encargado de coordinar el operativo y fijar una única metodología para luego descentralizar la ejecución del mismo. Se sugiere un primer contacto personal para presentar el OET.Tigre, el trabajo conjunto al organismo municipal y explicar en qué consiste el relevamiento. En ese contacto personal puede adjuntarse una carta de presentación firmada por la autoridad competente. Para el caso en el que los propios alojamientos sean los que carguen su información en el formulario único digital dentro de la plataforma BIN, el Municipio de Tigre se encargará de realizar la difusión del operativo y el seguimiento de la carga de datos por parte de los alojamientos.

**Observaciones generales:** la metodología será pautada por el OET.Tigre, tanto para el diseño muestral como para la ejecución de las entrevistas y la forma en la carga de los datos. Es decir, el OET.Tigre fijará una metodología clara y uniforme con el fin de que el operativo se realice de igual manera en todo el municipio. Esto permitirá obtener resultados comparables y minimizará los errores a la hora de consolidar las planillas.

La encuesta será vía mail y vía telefónica con el fin de optimizar costos. Se recomienda que los primeros contactos sean presenciales para obtener la confianza del informante.

### 2.5.2 Subsistema de Demanda Turística

Los estudios de caracterización de la demanda turística constituyen un insumo esencial a la hora de conocer las características de los visitantes que arriban a un destino y monitorear su evolución, aportando herramientas para la generación y gestión de políticas públicas relativas al turismo. Adicionalmente, constituyen una fuente de información privilegiada para analizar el gasto turístico que realizan los diferentes tipos de visitantes, sirviendo como insumo para la estimación del impacto económico de la actividad turística.

- **CANTIDAD DE VISITANTES AL DESTINO:** estimación del total de visitantes al destino durante un determinado período (desagregado en turistas y excursionistas)
- **ESTADÍA PROMEDIO:** promedio ponderado de las permanencias en los establecimientos declaradas por los turistas
- **PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES:** permite identificar los principales mercados geográficos del Municipio de Tigre como destino turístico
- **MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE:** motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones

en las que se combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc.

- **TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO:** da cuenta de cuáles son los tipos de alojamiento más utilizados por los turistas en el Municipio de Tigre.
- **MEDIO DE ARRIBO:** hace referencia al medio de transporte utilizado por el visitante para arribar al municipio.
- **TAMAÑO Y COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE:** el grupo de viaje está constituido por los visitantes que se desplazan juntos durante la totalidad o parte del viaje y pagan la mayoría de sus gastos de viaje en base a un presupuesto común.
- **SITIOS VISITADOS:** representan aquellos atractivos, ya sea de carácter natural o cultural, visitados por los viajeros.
- **GASTO PROMEDIO DIARIO POR TURISTA Y EXCURSIONISTA:** se refiere al promedio diario de todos los gastos en bienes y servicios efectuados por un visitante durante su estadía en el Municipio de Tigre.

### ***Monitoreo de flujo de excursionistas***

Se propone realizar un relevamiento en las principales vías de acceso al Partido de Tigre, tanto vial como ferroviaria. Para poder contar con un dato sólido y confiable, se propone un acercamiento en dos fases. La primera consiste en dimensionar la cantidad de autos y pasajeros de tren que llegan al Partido de Tigre.

En el caso del flujo vial, se sugiere un conteo a través de sensores ubicados en todos los puntos de acceso detallados en el presente informe o por medio de personas que se ubiquen en dichos puntos estratégicos. Para el caso del transporte en tren, un equipo deberá contabilizar la cantidad de personas que lleguen por dicho medio de transporte, o solicitar la información a la autoridad correspondiente de la estación de tren

En una segunda fase, se deberá realizar una encuesta a una muestra coincidental de autos (en convenio con la Policía local o Agentes de Tránsito) y de pasajeros del tren con el objetivo de:

- A) confirmar que se trata de personas que no residen en el partido y cumplen los requisitos de “visitantes”,
- B) cuantificar la cantidad de personas que forman el grupo de viaje y
- C) asegurarse que no se hospedarán en Tigre.

De esta manera, el porcentaje resultante de excursionistas se aplicará al total de autos y personas contabilizadas, dimensionando así la cantidad de visitantes que no se hospedan en el municipio.

Tanto para la primera fase como para la segunda, se seleccionará una semana por mes para realizar el conteo y la medición. Dicha semana será la misma para cada mes del año y se constituirá como semana representativa para estimar el consolidado mensual.

Para ambas fases se trabajará de lunes a domingo en amplia amplitud horaria: desde la mañana hasta la noche. En cuanto a la fase dos (muestreo) se deberá encuestar a un auto/persona cada 5 que pasen.

### ***Encuesta a Visitantes***

La encuesta a visitantes tiene por objetivo caracterizar la demanda turística en función de las variables relevantes para el turismo y estimar el gasto turístico. Concretamente, las variables relevadas para caracterizar el perfil del turista son:

- Lugar de residencia habitual (nacional o extranjero)
- Medio de arribo
- Tipo de Alojamiento
- Estadía
- Tamaño de grupo de viaje
- Vínculo del grupo de viaje
- Actividades realizadas en el viaje
- Gasto
- Motivo del viaje

No debe confundirse un estudio del perfil de la demanda con un estudio sobre las valoraciones de los turistas respecto del destino. Los objetivos son distintos. Algunos estudios de demanda incorporan variables como el nivel educativo del turista o, por ejemplo, si posee prepaga, obra social o se atiende en un hospital público, para aproximar el nivel de ingresos.

Por otro lado, puede resultar de interés conocer la forma de organización del viaje y los medios de comunicación por los cuales el turista se enteró del destino o consideró realizar su viaje a ese destino.

De acuerdo con las pautas internacionalmente aceptadas para la medición del turismo, el concepto básico para la producción de estadísticas de demanda de turismo es el del visitante. En el caso particular de las encuestas de perfil, el universo teórico está siempre compuesto por visitantes. Definir correctamente lo que

es un visitante implica poder distinguirlo de otros viajeros que no lo son y de otras personas residentes en el destino que puedan realizar actividades típicamente turísticas.

La definición conceptual del visitante implica que:

- A diferencia de otros viajeros, un visitante viaja a un destino distinto de su entorno habitual. El entorno habitual es la zona geográfica donde se ubica su residencia habitual y, además de ésta, las zonas geográficas en las que se desenvuelve cotidianamente (ya sea por trabajo, estudio u otras actividades regulares)
- En segundo lugar, además de viajar fuera de su entorno habitual, el viaje debe ser de una duración inferior a un año (un viaje superior a un año supondría un movimiento migratorio, no un viaje turístico)
- En tercer, y último lugar, el viaje debe responder a cualquier finalidad principal que sea distinta de ser empleado laboralmente por una entidad residente en el lugar visitado.

Solo si un viajero cumple estas tres condiciones será considerado como visitante y su desplazamiento como un viaje turístico.

Así como las estadísticas de turismo se basan en individuos (visitantes) como unidad de análisis fundamental, es clara la relevancia del grupo de viaje como unidad de consumo turístico. La “ONU Turismo” sostiene que un **grupo de viaje** se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo. Compartir gastos implica consumir en común uno o más servicios que signifiquen una porción destacada del gasto total, es decir, compartir un presupuesto en común. Esto se relaciona fundamentalmente, con la reducción del gasto per cápita en transporte y en alojamiento, pero también con pautas de consumo que pueden verse modificadas de acuerdo al tamaño y la composición del grupo. De lo expuesto se deriva entonces que, un grupo de viaje puede ser definido como una persona o un grupo de personas que viajan juntos y comparten gastos. Adicionalmente, deben encontrarse juntos al momento de ser seleccionados para ser encuestados. Esto es para garantizar que teóricamente, dos personas no sean contabilizadas más de una vez.

El instrumento de medición (formulario) contiene una serie de preguntas que permite determinar si el encuestado es o no un visitante. Estas preguntas deberían contener información acerca de:

- El lugar de residencia habitual.
- Si el motivo del viaje es o no ser empleado por una unidad económica del destino.

- La duración del viaje.

A continuación, se definen otros conceptos y variables a utilizar en la encuesta:

**Motivo principal del viaje:** motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que se combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc. La clasificación utilizada en esta encuesta comprende:

- Vacaciones y ocio: incluye a las personas que hayan recorrido lugares de interés turístico, asistencia a eventos deportivos o culturales, uso de playas, campamentos veraniegos, luna de miel, caza y pesca, actividades deportivas no profesionales, etc.
- Visita a familiares o amigos: incluye a las personas que concurren a ver familiares o amigos por motivos de esparcimiento o festejos, asistencia a exequias, cuidado de enfermos/inválidos, etc.
- Negocios, congresos, etc.: se divide en 3 categorías: congreso/conferencia: es todo aquel pasajero que viajó para participar en un congreso o conferencia. Relación de empleo: se refiere a la relación laboral que se genera entre un empleador y un empleado pero que residen en distintos lugares. Otros negocios: son todas las demás actividades laborales.
- Otros: incluye tratamientos de salud, viajes de estudios, participación en acontecimientos religiosos, personas que vienen con el fin de comprar todo tipo de mercaderías para uso personal o para regalo (excluye compras para reventa u objetos suntuosos).

**Tipo de alojamiento utilizado:** Se define como el tipo de establecimiento en donde se hospeda el visitante. Los diferentes tipos de alojamiento utilizados son: Vivienda propia o de familiares/amigos, hotel 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, Apart-Hotel, hostel, hostería, hospedaje/residencial, departamento o casa turística, bungalow o cabañas y camping.

**Medio de arribo:** Se define como el medio utilizado por el visitante para arribar al destino.

**Actividades realizadas en el viaje:** Se considera a las actividades turísticas que realiza el visitante durante su estadía en el destino.

**Gasto turístico:** se define como la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (ONU Turismo).

Se considera que entre los bienes y servicios que forman parte del gasto turístico, se encuentran aquellos que se adquieren para satisfacer las necesidades de alimentación, indumentaria, alojamiento, salud, transporte, esparcimiento, educación, y otros bienes y servicios diversos, efectuados con motivo de la realización de los viajes o visitas de un día.

La apertura del gasto turístico en diferentes ítems es recomendable para poder relacionar la demanda de los visitantes con la oferta de la economía (tal como se presenta en la propuesta de formulario). Para ello, es deseable recopilar información vinculada con el valor total del gasto turístico, como así también sobre los componentes de ese total.

**Gasto diario promedio:** es un indicador típico de las encuestas de caracterización de la demanda, y es relevante no sólo por el tipo de información que en sí mismo aporta para describir el perfil de los turistas y su evolución en el tiempo, sino porque muchas veces constituye un insumo esencial para la estimación del volumen global del gasto de los turistas en un determinado destino. Esto suele realizarse a partir de multiplicar la cantidad de turistas que arriban al destino por la estadía promedio y por el gasto diario promedio.

Para el cálculo, se toman en cuenta tanto los integrantes de cada grupo como su estadía. La estadía promedio surge de dividir la suma de los pernóctes totales (estadía por cantidad de integrantes) de todos los grupos por la suma de los turistas de cada grupo. En tanto, el gasto promedio diario surge de dividir la suma de los gastos totales de los grupos por la suma de los pernóctes totales de los grupos.

En resumen, las encuestas para caracterizar la demanda tienen como objetivo describir un perfil del visitante, conocer las características de los viajes (motivo, duración, destinos, tipo de alojamiento utilizado), y de los viajeros (lugar de residencia, conformación del grupo de viaje, etc.), así como los gastos que realizan los viajeros en los lugares visitados. El instrumento de medición en el caso de la encuesta F2F será un formulario digital, que deberán completar los encuestadores previamente instruidos para realizar las encuestas en los puntos de mayor concentración turística del municipio. Luego el formulario será cargado en la plataforma BIN. En el caso de la encuesta vía código QR, el instrumento de medición será justamente un código QR por donde se accede al formulario digital que completará el visitante y, luego, se cargarán automáticamente los datos correspondientes a la base de datos de la plataforma BIN. Por último, en cuanto a la encuesta a visitantes en OIT, el instrumento de medición será el mismo formulario que en la encuesta F2F, solo que el cuestionario será suministrado por personal de las OIT, con la posibilidad que sea suministrado también el código QR a fin de que la encuesta la complete directamente el visitante.

## Encuesta a Visitantes F2F:

- **Objetivo:** caracterizar la demanda turística del Municipio de Tigre, en términos del perfil de los visitantes, su comportamiento de viaje y el gasto turístico efectuado en el destino.
- **Período de referencia:** períodos específicos (fines de semana largos, períodos vacacionales, etc).
- **Unidad de relevamiento:** visitantes del Municipio de Tigre
- **Metodología de captura:** se realizarán encuestas presenciales cara a cara con la asistencia de encuestadores.
- **Selección del encuestado:** Criterios a tener en cuenta:
  - Un encuestado por grupo;
  - Diversificar al participante en cuanto al sexo y edad;
  - Luego de una encuesta efectiva, no encuestar a las siguientes 3 personas que transitan por el sector / lugar.
- **Diseño de muestra:** junto con la Encuesta a Visitantes QR, deberían obtenerse al menos 400 encuestas por operativo. Se distribuyen los puntos de toma y los días y horarios de toma en el periodo de referencia para insertar variabilidad y aleatoriedad al relevamiento. Un tamaño de muestra de 400 encuestas permitirá alcanzar aproximadamente un nivel de confianza del 95%, con un margen de error de +/- 5% en las estimaciones (de todas maneras el margen es ilustrativo porque no se trata de una muestra probabilística). En caso de no alcanzar la cantidad mencionada, se podrá de todas maneras difundir datos sobre ciertos indicadores, aclarando que estos son de carácter preliminar. Es importante distribuir los casos efectivos en diferentes puntos de acceso / lugares de concentración abarcando el espectro horario más amplio posible desde la mañana a la noche.
- **Estructura del relevamiento:** con la supervisión de una persona en rol de coordinador/a que asigna las cargas de trabajo de los encuestadores, vela por el cumplimiento de la metodología y verifica la realización de la tarea. Se llevará a cabo un sorteo mensual entre los participantes de las encuestas de demanda, para estimular la participación.
- **Instrumento de medición:** el personal encuestador utilizará el cuestionario programado en la plataforma de inteligencia turística BIN o, en su defecto, en un cuestionario físico que luego será cargado a la plataforma BIN.
- **Carga de datos:** las respuestas son cargadas automáticamente o, en su defecto, de forma manual por los encuestadores y almacenadas dentro de un repositorio único de datos de la plataforma BIN.

## Encuesta a Visitantes QR:

- **Objetivo:** caracterizar la demanda turística del Municipio de Tigre, en términos del perfil de los visitantes, su comportamiento de viaje y el gasto turístico efectuado en el destino.
- **Período de referencia:** permanente
- **Unidad de relevamiento:** visitantes del Municipio de Tigre
- **Diseño de muestra:** en los inicios de la implementación del OET.Tigre la base de respuestas de esta encuesta se integrará a la base de la Encuesta F2F, ya que se requieren al menos 400 registros para el análisis.
- **Estructura del relevamiento:** se distribuirán, por un lado, afiches con el código QR en establecimientos de alojamiento turístico y gastronómicos, comercios, terminal de buses, terminal fluvial, estación de tren, oficinas de información turística y otros puntos de concentración turística, entre otros. Además, se producirá material complementario de apoyo a la difusión, para distribuir en habitaciones de hoteles.
- **Difusión del operativo:** será conveniente realizar la difusión del operativo a través de publicaciones en el sitio web de turismo oficial del Municipio de Tigre, así como en redes sociales del Municipio. Además, se llevará a cabo un sorteo mensual entre los participantes de las encuestas de demanda, para estimular la participación.
- **Instrumento de medición:** cuestionario web autoadministrado por los visitantes, al que se accede escaneando un código QR.
- **Carga de datos:** el QR está vinculado a un formulario web por lo que las respuestas quedan almacenadas en la plataforma BIN.

### Encuesta a Visitantes en OIT:

- **Objetivo:** identificar el perfil, comportamiento de viaje y gasto de los viajeros que visitan el Municipio de Tigre.
- **Período de referencia:** permanente
- **Unidad de relevamiento:** viajeros que visitan el Municipio de Tigre
- **Instrumento de medición:** cuestionario administrado por personal de las OIT (oficinas de información turística). Se utilizará el mismo formulario que en la Encuesta F2F.
- **Carga de los datos:** las respuestas son cargadas automáticamente o, en su defecto, de forma manual por los encuestadores y almacenadas dentro de un repositorio único de datos de la plataforma BIN.
- **Procesamiento:** Por el momento las respuestas se integran a las de las Encuestas QR y F2F, ya que se sugiere contar con al menos 400 registros por período para el análisis.

### 2.5.3 Subsistema de Impacto Económico

Tanto por su amplio eslabonamiento productivo, que estimula la dinamización de la matriz económica de los destinos, como por su capacidad para la promoción de ingresos de divisas y la redistribución de la riqueza nacional y, en su condición de actividad de servicios, importante generadora de empleo, el estudio del impacto del turismo en la economía resulta fundamental para la determinación de políticas públicas activas que promuevan el desarrollo económico local.

- **GASTO TURÍSTICO TOTAL:** se refiere al gasto total realizado por los visitantes que arriban al destino, en bienes o servicios turísticos. Se medirá mediante la Encuesta a Visitantes. El beneficio de utilizar esta metodología es la posibilidad de desagregación del resultado para fines específicos, como pueden ser estimar el gasto por lugar de residencia de los turistas, por motivo de viajes, etc.
- **ÍNDICE DE ACTIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO:** indicador de la evolución de la facturación de los establecimientos turísticos del Municipio de Tigre. La facturación bruta del total de los prestadores se obtendrá mediante convenios con la Subsecretaría de Programación y Fiscalización Tributaria del Municipio de Tigre, para la obtención de la información agregada según actividades económicas relacionadas con el turismo. Debe respetarse el secreto fiscal y no debe ser posible alterar la capacidad contributiva de los contribuyentes/informantes ni exponer su identidad.
- **PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PBG MUNICIPAL:** indicador que da cuenta de la incidencia y del impacto del sector turístico en el Producto Bruto Geográfico. Mediante convenios con la Secretaría de Economía y Hacienda del Municipio de Tigre. Para realizar dicha estimación se aplican los coeficientes turísticos estimados por Porto, N. (2010). Es imprescindible contar con el PBG desagregado por sector de actividad económica, ya que el turismo no impacta en igual proporción en los diferentes sectores. El principal beneficio de utilizar esta metodología es la practicidad para el cálculo, y la posibilidad de realizar comparaciones con otras actividades económicas del municipio.
- **EMPLEO EN RAMAS CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO:** cantidad de empleos generados por las empresas que forman parte de las ramas características del turismo en el Municipio de Tigre. Se medirá mediante convenios para obtener información de la Subsecretaría de Empleo, Formación y Desarrollo Emprendedor del Municipio de Tigre y mediante relevamientos a los prestadores turísticos.

### 2.5.4 Subsistema de Estudios Especiales

Adicionalmente, el OET.Tigre deberá desarrollar sus capacidades para llevar adelante y colaborar en la realización de estudios específicos sobre productos y segmentos turísticos de interés para el municipio, efectuando investigaciones de mercado, de expectativas e intereses y sobre nivel de satisfacción de los visitantes, entre otros.

- **CANTIDAD Y TIPO DE REUNIONES / EVENTOS DEPORTIVOS:** identificación y análisis de la cantidad y de los tipos de reuniones desarrolladas (congresos, convenciones, exposiciones, ferias, eventos deportivos nacionales, eventos deportivos internacionales, eventos deportivos regionales, etc.). A través de los relevamientos propios realizados a los prestadores de Turismo de Reuniones.
- **CANTIDAD DE ASISTENTES A REUNIONES / EVENTOS DEPORTIVOS:** se refiere al volumen de visitantes a las reuniones y eventos deportivos. A través de los relevamientos propios realizados a los prestadores de Turismo de Reuniones.
- **PERFIL Y COMPORTAMIENTO DE VIAJE DE LOS ASISTENTES:** caracterización de los visitantes en términos de su procedencia, edad, género, tamaño de grupo, medio de arribo, duración de la estadía, etc.). Cuantificados por los relevamientos que realice el OET.Tigre sobre Turismo de Reuniones.
- **GASTO PROMEDIO Y GASTO TOTAL DE LOS ASISTENTES:** gasto promedio o total de los visitantes que participaron de una determinada reunión o evento deportivo. Cuantificados por los relevamientos que realice el OET.Tigre sobre Turismo de Reuniones.

### Subtarea 2.6: Elaboración de cuestionarios, formularios u otros medios de relevamiento de datos.

En esta tarea se presenta la elaboración y readecuación de los medios de recopilación y procesamiento de datos del Observatorio Económico de Turismo de Tigre (OET.Tigre), utilizados en los diversos operativos a implementarse.

#### 2.6.1 Monitoreo de la Oferta Turística

- Formulario:
  1. Designación comercial ([Campo de texto](#))
  2. Razón social ([Campo de texto](#))
  3. CUIT / CUIL ([Campo de numérico](#))

4. Localidad (Lista desplegable)
  - Tigre
  - Don Torcuato
  - Ricardo Rojas
  - El Talar
  - General Pacheco
  - Benavídez
  - Troncos del Talar
  - Dique Luján
  - Rincón de Milberg
  - Nordelta
  - Delta del Paraná
5. Rubro (Lista desplegable)
  - Alojamiento
  - Entretenimiento
  - Guía de Turismo
  - Actividades turísticas
  - Gastronomía
  - Servicio de transporte turístico
  - Organizador profesional de congresos y eventos
  - Prestador turismo aventura
  - Agencia de viajes
6. ¿Está inscripto en el registro de prestadores? (Lista desplegable)
  - Sí
  - No
7. Contacto Telefónico (Campo numérico)
8. Mail (Campo de texto)
9. Domicilio (Campo de texto)
10. Código Postal (Campo de texto)
11. Coordenadas de Georreferenciación (Campo de numérico)

---

**SOLO PARA LOS QUE RESPONDIERON ALOJAMIENTO EN PREGUNTA 5 (Rubro)**

12. Clase (Lista desplegable)
  - Hotel
  - Hostel
  - Hospedaje
  - Bungalow o Cabaña
  - Departamentos turísticos
13. Categoría (Lista desplegable)
  - 1\*
  - 2\*
  - 3\*
  - 4\*
  - 5\*
  - Otra
14. Habitaciones (Campo numérico)
15. Plazas (Campo numérico)
16. Unidades (cabañas) (Campo numérico)

---

**SOLO PARA LOS QUE RESPONDIERON GASTRONOMÍA EN PREGUNTA 5 (Rubro)**

17. Rubro (Lista desplegable)

- Restaurante
- Café - Bar
- Confitería
- Rotisería
- Casa rural
- Food Truck
- Pizzería - Lomiteria
- Hamburguesería
- Bar - Cervecería
- Comedor

18. Cantidad de cubiertos (Campo numérico)

---

SOLO PARA LOS QUE RESPONDIERON **PRESTADORES DE TURISMO AVENTURA** EN PREGUNTA 5 (Rubro)

19. Tipo (Lista desplegable)

- Guía local
- Guía profesional
- Guía especializado
- Prestador de excursiones

20. Actividades (Lista desplegable de opción múltiple)

- Observación de Flora y Fauna
  - Senderismo Interpretativo
  - Avistaje de Aves
  - Safari Fotográfico
  - Visita a manifestaciones culturales y/o religiosas
  - Excursión Náutica
  - Parapente
  - Pesca Deportiva
  - Trekking
  - Kayak, Remo
  - Cabalgata
  - Cicloturismo
  - Travesía Todoterreno
  - Senderismo
  - Astroturismo
  - Tirolesa
  - Otra
- 

SOLO PARA LOS QUE RESPONDIERON **AGENCIA DE VIAJES** EN PREGUNTA 5 (Rubro)

21. Tipo (Lista desplegable)

- EVT (Empresa de Viajes y Turismo)
- AT (Agencia de Viajes)
- AP (Agencia de Pasajes)
- ESFL (Empresa sin Fines de Lucro)

22. Modalidad (Opción Múltiple)

Lista desplegable:

- Emisivo
- Receptivo
- Ambos

23. Número de Legajo  
 Campo de numérico  
 -----FIN-----

- **Instructivo:**

**La carga de datos** implicará la implementación de un formulario único con las variables establecidas por el Observatorio.

El formulario será completado por el área de relevamiento del OET.Tigre a medida que se produzcan modificaciones en la base de prestadores turísticos.

Los datos se cargarán en la plataforma BIN.

## 2.6.2 Encuesta de Actividad en Alojamientos

- **Formulario:**

1. N° Registro ([Autocompletar](#))
2. Localidad ([Autocompletar si la carga la hace el propio establecimiento o lista desplegable si la carga la hace un encuestador del municipio](#))
3. Nombre del establecimiento ([Autocompletar si la carga la hace el propio establecimiento o lista desplegable si la carga la hace un encuestador del municipio](#))
4. Fecha de carga ([Autocompletar](#))
5. Período ([Fecha desde - hasta](#)) (días)
6. Cantidad de plazas disponibles por noche ([Campo numérico](#))
7. Responde por ([Lista desplegable](#))
  - Plazas ocupadas
  - Habitaciones ocupadas
  - Unidades (cabañas) ocupadas
  - Tasa de ocupación [[salta a pregunta 9](#)]
8. Cantidad de "X" ocupadas durante el período ([Campo numérico](#))  
*ACLARACIÓN PARA EL INFORMANTE:*  
*Se calcula sumando las "X" ocupadas cada noche del período. Por ejemplo: noche 1 (3 "X" ocupadas) + noche 2 (2 "X" ocupadas) = 5 "X" ocupadas durante el período*  
 -----FIN-----
9. Cuál fue la tasa de ocupación (en %) durante el período ([Campo numérico](#))  
 -----FIN-----

- **Instructivo:**

El observatorio es el encargado de coordinar el operativo y fijar una única metodología para luego descentralizar la ejecución del mismo en las localidades participantes. El municipio se encargará de relevar la información de los alojamientos, para plasmarla en el formulario único digital mencionado

anteriormente. Para esto, será necesaria la capacitación de cada una de aquellas personas que participarán del operativo.

**La carga de datos** implicará la implementación de un formulario único establecido previamente por el Observatorio. El formulario será completado por los agentes responsables de la recolección de información, en base a los datos que se relevan en cada uno de los establecimientos seleccionados. Luego, se cargarán los datos en la plataforma BIN. A su vez, está la posibilidad de que sea el propio alojamiento el encargado de cargar los datos correspondientes en el formulario digital.

Se define considerar como momento de referencia el primer día de la semana relevada. Esto permitirá que, cuando se trate de fines de semana largos, se incluya el personal que podría contratarse a fines de cubrir las necesidades temporales que puedan surgir.

Al momento de la indagación a cada unidad seleccionada, deben tenerse en consideración que la **cantidad de plazas ocupadas** debe ser relevada en términos de cantidades y evitar la indagación respecto de porcentajes, para minimizar los márgenes de error. Cuánto más concreta y objetiva sea la pregunta, mayor será la calidad de la información obtenida.

Cabe aclarar que en establecimientos no hoteleros como complejos de cabañas, complejos de departamentos y campings, ya no se mide la ocupación y disponibilidad en habitaciones, sino en la misma unidad, por ejemplo, en los complejos de cabañas, la unidad es la misma cabaña.

Respecto de la cantidad de **habitaciones, unidades o plazas disponibles**, si bien esta información podría estar incluida en el padrón de alojamientos turísticos, la medición de estas variables, en el relevamiento, puede ser útil para contar con información actualizada al momento de realizar las estimaciones. También permitirá corregir posibles inconsistencias o actualizar la información del padrón de alojamientos.

La variable **cantidad de plazas ocupadas o cantidad de habitaciones / unidades ocupadas**, permite realizar una aproximación a la estimación de la cantidad de turistas en el destino. Al momento de indagar, una vez más, la pregunta debe ser clara y concreta y hacer referencia explícita a la contabilización de las plazas ocupadas en el período de referencia.

En una segunda etapa, una vez que se cuenta con una cultura estadística apropiada, se incorporarán al relevamiento nuevas preguntas que permitan una mayor desagregación.

### 2.6.3 Encuesta a Visitantes

- Formulario F2F:

**Fecha:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ (SE AUTOCOMPLETA CON LA FECHA EN LA QUE SE REALIZA LA CARGA)

**N° de Registro:** \_\_\_\_\_ (SE AUTOCOMPLETA CON UN NÚMERO CORRELATIVO)

**Localidad de toma:** (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)

- Benavidez
- Delta del Paraná
- Dique Luján
- Don Torcuato
- El Talar
- General Pacheco
- Nordelta
- Ricardo Rojas
- Rincón de Milberg
- Tigre
- Troncos del Talar

**Lugar de toma:** *(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)*

- Estación de tren
- Estación fluvial
- Puerto de frutos
- Terminal de ómnibus
- Alojamiento
- Paseo Victorica
- Torrepueblo
- Oficina de informes
- Otro

**PREGUNTA FILTRO**

**¿Cuál de estas afirmaciones es correcta?** *(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)*

- Resido en el Partido de Tigre o en una localidad a menos de 40 km y visité el Partido todas las semanas
- Resido en una localidad a más de 40 km de distancia

1. ¿Cuántos años tiene? \_\_\_\_\_ *(CAMPO NUMÉRICO)*

2. Si reside en ARGENTINA, ¿en qué provincia? *(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)*

- |                            |             |                 |
|----------------------------|-------------|-----------------|
| • Gran Buenos Aires        | • Formosa   | • Salta         |
| • Interior de Buenos Aires | • Jujuy     | • San Juan      |
| • CABA                     | • La Pampa  | • San Luis      |
| • Catamarca                | • La Rioja  | • Santa Cruz    |
| • Chaco                    | • Mendoza   | • Santa Fe      |
| • Chubut                   | • Misiones  | • S. del Estero |
| • Córdoba                  | • Neuquén   | • T. del Fuego  |
| • Corrientes               | • Río Negro | • Tucumán       |
| • Entre Ríos               |             |                 |

*(Pasa a pregunta 4)*

3. Si reside en el EXTRANJERO, ¿En qué país? *(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)*

- |            |           |               |
|------------|-----------|---------------|
| • Alemania | • España  | • México      |
| • Brasil   | • Francia | • Paraguay    |
| • Canadá   | • Holanda | • Perú        |
| • Colombia | • Israel  | • Reino Unido |
| • Chile    | • Italia  | • Suiza       |
| • EE.UU.   | • Japón   | • Uruguay     |
| • Otro:    | _____     |               |

4. ¿Cuántas noches durará en total su visita a Tigre? *(CAMPO NUMÉRICO)* \_\_\_\_\_

5. ¿En qué lugar se hospeda? *(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)*

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| • Hotel                                  | • Hostería              |
| • Hospedaje / Residencial                | • Dpto o casa turística |
| • Cabañas                                | • Apart Hotel           |
| • Hostel                                 | • Camping               |
| • Vivienda propia o de familiares/amigos | • NS / NC               |

- NINGUNO
6. ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntese usted y todas aquellas personas que comparten un mismo presupuesto de viaje **(CAMPO NUMÉRICO)** \_\_\_\_\_
7. ¿Qué vínculo tienen las personas que integran su grupo de viaje? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**
- Solo/a
  - Familia con hijos/as
  - Con su pareja
  - Con amigos
  - Otros vínculos familiares
  - Otro vínculo
8. ¿Qué medio de transporte utilizó para realizar este viaje? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**
- Auto
  - Colectivo
  - Avión
  - Motocicleta
  - Bus organizado
  - Motorhome
  - Tren
  - Bicicleta
  - NS / NC
9. ¿Cuál es el motivo principal de su viaje? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**
- Negocios/Contrato laboral
  - Reuniones/Eventos
  - Pasear/ Recreación
  - Educación
  - Visita a amigos/familiares
  - Salud
  - NS / NC
10. ¿Cuáles de las siguientes actividades realizó o realizará en este viaje? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN MÚLTIPLE)**
- Visitar el Delta
  - Visitar el Parque de la Costa
  - Espectáculos y festivales populares
  - Visitar el Puerto de Frutos
  - Eventos deportivos
  - Visitar el Paseo Victorica
  - Visitar sitios arqueológicos
  - Visitar museos
  - Visita paseos gastronómicos
  - Eventos religiosos / visitar iglesias
  - Turismo de reuniones
  - Actividades náuticas
  - Pasear por espacios verdes
  - Ninguna
  - NS / NC
11. En líneas generales, ¿usted está muy, bastante, poco o nada satisfecho con su viaje al Municipio de Tigre? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**
- Muy satisfecho
  - Bastante satisfecho
  - Poco satisfecho
  - Nada satisfecho
12. De los siguientes aspectos, ¿cuál cree usted que es el principal aspecto que se debería mejorar en el Municipio de Tigre para el turista?. **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN MÚLTIPLE)**
- La oferta de alojamiento
  - La información turística disponible
  - La atención recibida
  - La oferta gastronómica
  - Señal de celular
  - Condiciones de ruta
  - Limpieza del municipio
  - Seguridad ciudadana
  - La oferta de entretenimientos
  - La oferta nocturna
  - Cartelería
  - Oferta de transporte
  - Los precios
  - Otro \_\_\_\_\_
13. ¿Cuál es el GASTO TOTAL que realizó/realizará en este viaje? (en pesos) **(CAMPO NUMÉRICO)**
- \_\_\_\_\_

... O, si prefiere, indique ¿En cuál de estos rangos se ubica el GASTO PROMEDIO DIARIO de este viaje (incluye alojamiento, comidas, excursiones y compras)? (en pesos) **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**

- \$1 a \$20.000
- \$20.001 a \$40.000
- \$40.001 a \$60.000
- \$60.001 a \$80.000
- \$80.001 a \$100.000
- \$100.001 a \$120.000
- \$120.001 a \$140.000
- \$140.001 a \$160.000
- \$160.001 a \$180.000
- \$180.001 a \$200.000
- \$200.001 a \$300.000
- \$300.001 a \$400.000
- \$400.001 a \$500.000
- Más de \$500.000 ¿Cuánto? \_\_\_\_\_

14. Para participar del sorteo por premios, por favor, indique su correo electrónico **(CAMPO DE TEXTO)**

\_\_\_\_\_

15. Observaciones **(CAMPO DE TEXTO)**

\_\_\_\_\_

- Formulario OIT y QR:

**PREGUNTA FILTRO**

¿Cuál de estas afirmaciones es correcta? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**

- Resido en el Partido de Tigre o en una localidad a menos de 40 km y visito el Partido todas las semanas
- Resido en una localidad a más de 40 km de distancia

1. ¿Cuántos años tiene? \_\_\_\_\_ **(CAMPO NUMÉRICO)**

2. Si reside en ARGENTINA, ¿en qué provincia? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**

- |                            |             |                 |
|----------------------------|-------------|-----------------|
| • Gran Buenos Aires        | • Formosa   | • Salta         |
| • Interior de Buenos Aires | • Jujuy     | • San Juan      |
| • CABA                     | • La Pampa  | • San Luis      |
| • Catamarca                | • La Rioja  | • Santa Cruz    |
| • Chaco                    | • Mendoza   | • Santa Fe      |
| • Chubut                   | • Misiones  | • S. del Estero |
| • Córdoba                  | • Neuquén   | • T. del Fuego  |
| • Corrientes               | • Río Negro | • Tucumán       |
| • Entre Ríos               |             |                 |

**(Pasa a pregunta 6)**

3. Si reside en el EXTRANJERO, ¿En qué país? **(LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)**

- |            |           |               |
|------------|-----------|---------------|
| • Alemania | • España  | • México      |
| • Brasil   | • Francia | • Paraguay    |
| • Canadá   | • Holanda | • Perú        |
| • Colombia | • Israel  | • Reino Unido |
| • Chile    | • Italia  | • Suiza       |
| • EE.UU.   | • Japón   | • Uruguay     |
| • Otro:    | _____     |               |

4. ¿Cuántas noches durará en total su visita a Tigre? (CAMPO NUMÉRICO) \_\_\_\_\_
5. ¿En qué lugar se hospeda? (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)
- Hotel
  - Hospedaje / Residencial
  - Cabañas
  - Hostel
  - Vivienda propia o de familiares/amigos
  - NINGUNO
  - Hostería
  - Dpto o casa turística
  - Apart Hotel
  - Camping
  - NS / NC
6. ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntese usted y todas aquellas personas que comparten un mismo presupuesto de viaje (CAMPO NUMÉRICO) \_\_\_\_\_
7. ¿Qué medio de transporte utilizó para realizar este viaje? (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)
- Auto
  - Colectivo
  - Avión
  - Motocicleta
  - Bus organizado
  - Motorhome
  - Tren
  - Bicicleta
  - NS / NC
8. ¿Cuál es el motivo principal de su viaje? (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)
- Negocios/Contrato laboral
  - Reuniones/Eventos
  - Pasear/ Recreación
  - Educación
  - Visita a amigos/familiares
  - Salud
  - NS / NC
9. ¿Cuáles de las siguientes actividades realizó o realizará en este viaje? (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN MÚLTIPLE)
- Visitar el Delta
  - Visitar el Parque de la Costa
  - Espectáculos y festivales populares
  - Visitar el Puerto de Frutos
  - Eventos deportivos
  - Visitar el Paseo Victorica
  - Visitar sitios arqueológicos
  - Visitar museos
  - Visita paseos gastronómicos
  - Eventos religiosos / visitar iglesias
  - Turismo de reuniones
  - Actividades náuticas
  - Pasear por espacios verdes
  - Ninguna
  - NS / NC
10. En líneas generales, ¿usted está muy, bastante, poco o nada satisfecho con su viaje al Municipio de Tigre? (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)
- Muy satisfecho
  - Bastante satisfecho
  - Poco satisfecho
  - Nada satisfecho
11. ¿Cuál es el GASTO TOTAL que realizó/realizará en este viaje? (en pesos) (CAMPO NUMÉRICO)
- 

... O, si prefiere, indique ¿En cuál de estos rangos se ubica el GASTO PROMEDIO DIARIO de este viaje (incluye alojamiento, comidas, excursiones y compras)? (en pesos) (LISTADO DESPLEGABLE DE OPCIÓN SIMPLE)

- \$1 a \$20.000
- \$20.001 a \$40.000
- \$40.001 a \$60.000
- \$60.001 a \$80.000
- \$80.001 a \$100.000
- \$100.001 a \$120.000
- \$120.001 a \$140.000
- \$140.001 a \$160.000
- \$160.001 a \$180.000
- \$180.001 a \$200.000
- \$200.001 a \$300.000
- \$300.001 a \$400.000
- \$400.001 a \$500.000
- Más de \$500.000 ¿Cuánto? \_\_\_\_\_

12. Para participar del sorteo por premios, por favor, indique su correo electrónico (**CAMPO DE TEXTO**) \_\_\_\_\_

13. Observaciones (**CAMPO DE TEXTO**) \_\_\_\_\_

### **Instructivos:**

Para poder realizar el relevamiento se debe contar con un equipo de trabajo, idealmente con seis encuestadores. Los encuestadores pueden ir rotando, no necesariamente deben ser los mismos a la mañana que a la tarde, ni los que van a la terminal de ómnibus ser los mismos que van a la estación de tren. El coordinador del observatorio y el supervisor serán los encargados de las capacitaciones y las supervisiones durante el trabajo de campo.

Los encuestadores cargarán los datos en la plataforma de inteligencia turística BIN en el caso de la Encuesta de Visitantes F2F y la Encuesta de Visitantes en OIT. En el caso de la Encuesta de Visitantes QR, esta será completada directamente por el visitante. Luego, automáticamente, la plataforma de inteligencia turística BIN, en conjunto con los analistas del OET.Tigre, procesarán los formularios con la información relevada a fin de lograr un correcto proceso de consistencia de la información y se tratarán los valores faltantes con el fin de generar una base de datos usuaria para el posterior armado de informes.

Una vez que el observatorio haya finalizado con la creación de la base de datos, se procede a la elaboración de los informes que serán por temporada (verano e invierno) y fines de semana largo. Se creará adicionalmente un informe anual que será el que reúna y compare la información publicada para ambas temporadas y años anteriores.

### **Subtarea 2.7: Elaboración del manual metodológico**

A continuación, se comparte el enlace al Manual Metodológico correspondiente:

[https://drive.google.com/drive/folders/1i-8G4Da4iFwE4j8QR8\\_0tT6tXVf2Z5VK](https://drive.google.com/drive/folders/1i-8G4Da4iFwE4j8QR8_0tT6tXVf2Z5VK)

## TAREA 3. IMPLEMENTACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO (OET.TIGRE)

En esta tarea se presentan las actividades realizadas inherentes a la organización y coordinación de la prueba piloto de 5 operativos de relevamiento de datos.

- Encuesta de Actividad en Alojamientos
- Encuesta a Visitantes F2F
- Encuesta a Visitantes en CIT
- Encuesta a Visitantes QR
  
- Monitoreo de Flujo de Excursionistas y Conteo

Se realizó una taller presencial de capacitación el día 30/04/2024 con los referentes municipales, a fin de coordinar el inicio de los operativos y capacitar a los actores que participan en los mismos, tanto para la coordinación de los operativos, como para encuestar y para la carga de datos.

### [Taller de capacitación Guía Relevamientos Prueba Piloto](#)

Los operativos de relevamiento de datos se realizaron entre los días 06/05/2024 y 31/05/2024.

### **3.1 Encuesta de Actividad en Alojamientos**

Para el relevamiento de los establecimientos que ofrecen alojamiento turístico, se llevó a cabo la prueba piloto con el objetivo de realizar los ajustes necesarios para lograr un instrumento de recolección metodológicamente sólido y eficaz en términos operativos.

El operativo se realizó de forma semanal durante todas las semanas del periodo de prueba piloto.

Para la prueba piloto se distribuyó una planilla excel, para completar los datos solicitados. Para la muestra de los alojamientos a encuestar se seleccionaron todos los alojamientos registrados.

La planilla está compuesta por las siguientes columnas:

- N° Registro
- Nombre del establecimiento
- Fecha de carga
- Periodo desde

- Periodo hasta
- Cantidad de plazas disponibles por noche
- Responde por:
  - Plazas ocupadas
  - Habitaciones ocupadas
  - Unidades/cabañas ocupadas
  - Tasa de ocupación
- Valor:
  - Plazas ocupadas
  - Habitaciones ocupadas
  - Unidades/cabañas ocupadas
  - Tasa de ocupación (en porcentaje)

| N° Registro | Nombre del establecimiento | Fecha de carga | Período (Fecha de inicio) | Período (Fecha final) | Cantidad de plazas disponibles por noche (Campo numérico) | Responde por | Cantidad de PLAZAS ocupadas durante el período (Campo numérico) | Cantidad de HABITACIONES ocupadas durante el período (Campo numérico) | Cantidad de UNIDADES ocupadas durante el período (Campo numérico) | Cuál fue la tasa de ocupación (en %) durante el período (Campo numérico) |
|-------------|----------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------|---|--------------|---|---|---|--|
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |
|             |                            |                |                           |                       |   |              |   |   |   |  |

Figura 105: Encuesta de Actividad en Alojamientos

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2 Encuesta a Visitantes F2F

Durante el periodo de prueba piloto, la Encuesta a Visitantes F2F (presencial) se realizó en puntos de concentración turística como la estación de tren, estación fluvial, Puerto de Frutos, terminal de ómnibus, Paseo Victorica, oficina de informes, etc.

Inicialmente, se formuló un cuestionario en PDF, el cual fue validado entre los integrantes del equipo técnico del OET.Tigre.

El cuestionario fue impreso y se distribuyeron las planillas entre el personal encuestador. Posteriormente se cargaron las respuestas obtenidas en un formulario en Google Forms, el cual se utilizó como base para el procesamiento y análisis correspondiente.

[Formulario preliminar](#)

A partir de la realización de las encuestas en la prueba piloto, se llevaron a cabo análisis de los resultados obtenidos y se identificaron áreas que requieren ajustes y mejoras en el formulario. Se tomaron en consideración comentarios y sugerencias de los encuestadores, como del equipo técnico de la Subsecretaría de Turismo de Tigre. A su vez, se evaluó la efectividad de cada pregunta en la obtención de la información deseada. Como resultado de este proceso de revisión, se realizaron modificaciones en el formulario, tales como la clarificación de preguntas ambiguas, la eliminación de preguntas redundantes y la adición de nuevos ítems que permitan una recopilación más completa y precisa de los datos.

Estos ajustes dieron lugar a un formulario optimizado para facilitar la obtención de la información relevante.

#### [Formulario F2F definitivo](#)

A su vez, a partir de la confección del formulario definitivo, se habilitó la opción de la carga de datos en la plataforma BIN.

### **3.3 Encuesta a Visitantes OIT**

Durante la prueba piloto, el formulario de Encuesta a Visitantes en OIT fue el mismo que el que se utilizó para las encuestas F2F, con la salvedad de realizar el cuestionario más corto y puntual con las preguntas más relevantes para dinamizarlo. Este tipo de encuesta era suministrado por personal en las Oficinas de Información Turística de Tigre. La metodología fue la misma, se les distribuyó el formulario impreso y luego los datos obtenidos eran cargados en un Google Forms. Una vez que se confeccionó el formulario definitivo, la carga de datos se habilitó en la plataforma BIN.

#### [Formulario en OIT preliminar](#)

A partir de ello, se realizaron los ajustes correspondientes con el fin de lograr una mejor recopilación de datos.

#### [Formulario en OIT definitivo](#)

### **3.4 Encuesta a Visitantes QR**

En cuanto a la Encuesta a Visitantes QR, el formulario se adaptó para configurar una versión que sea autoadministrada, accediendo online, en formato Google Forms, a través de un código QR localizado en afiches diseñados por la Subsecretaría de Turismo de Tigre y distribuidos por sitios con afluencia de

visitantes. El formulario está configurado en tres idiomas, español, inglés y portugués.

Cabe destacar que el formulario de la Encuesta a Visitantes QR cuenta con las mismas preguntas que la Encuesta a Visitantes en OIT.

La prueba piloto permitió identificar la necesidad de una mayor difusión del código QR entre los establecimientos turísticos y centros de aforo, para poder obtener un mayor caudal de respuestas.

[Encuesta a Visitantes QR.](#)

### **3.5 Monitoreo de Flujo de Excursionistas**

En cuanto al Monitoreo de Flujo de Excursionistas, se configuró un formulario autoadministrado, que posteriormente se carga en Google Forms. Cabe destacar que el formulario utilizado para la prueba piloto no sufrió modificación respecto al formulario definitivo.

[Monitoreo de Flujo de Excursionistas definitivo](#)

Los datos recolectados se continúan cargando en un Google Forms.

### **3.6 Procesamiento de Datos Prueba Piloto**

El día 14/06 se realizó, en formato virtual vía Google Meets, la presentación de los primeros resultados de la prueba piloto, a fin de realizar una puesta en común de los operativos y del procesamiento y de validar los resultados de la prueba piloto, para posteriormente identificar los puntos a mejorar de los operativos. De la reunión participaron:

Tabla 9: Participantes de la reunión de resultados Prueba piloto

| NOMBRE                   | CARGO   |
|--------------------------|---|
| Alejandro Suarez Pieszko | Director General de Turismo   |
| Isis Tosi                | Responsable de Estadísticas - Subsecretaría de Turismo de Tigre       |
| Juan Santiago Grillone   | Encargado Operativos estadísticos - Subsecretaría de Turismo de Tigre |
| Luca Alejandro Singerman | Equipo Técnico Metrix   |
| Lautaro De Laurentiis    | Equipo Técnico Metrix   |
| Lucas Klobovs            | Equipo Técnico Metrix   |

Los resultados principales alcanzados a partir del procesamiento correspondiente a la prueba piloto fueron los siguientes:

Tabla 10: Resultados principales prueba piloto

| <b><u>TOTAL EXCURSIONISTAS</u></b>      | <b><u>TOTAL TURISTAS</u></b>        | <b><u>TOTAL VISITANTES</u></b>                      | <b><u>PERNOCTACIONES</u></b>     |
|---|-------------------------------------|---|----------------------------------|
| <b>108.286</b>                          | <b>4.102</b>                        | <b>112.388</b>                                      | <b>11.539</b>                    |
| <b><u>ESTADÍA PROMEDIO TURISTAS</u></b> | <b><u>GASTO PROMEDIO DIARIO</u></b> | <b><u>IMPACTO ECONÓMICO (en millones de \$)</u></b> | <b><u>OCUPACIÓN HOTELERA</u></b> |
| <b>2,8</b>                              | <b>\$39.888</b>                     | <b>\$4.065</b>                                      | <b>22,6%</b>                     |

Fuente: elaboración propia en base a OET.TIGRE

#### [PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO PRUEBA PILOTO](#)

A continuación se comparte la minuta de la reunión virtual realizada el 14/06 con las principales conclusiones del procesamiento de resultados de la prueba piloto.

#### [MINUTA RESULTADOS PRUEBA PILOTO](#)

## **TAREA 4. DIAGNÓSTICO Y CONFIGURACIÓN DE LA PLATAFORMA DE GESTIÓN, PROCESAMIENTO Y ANALÍTICA DE DATOS TURÍSTICOS**

### **Subtarea 4.1: Relevamiento de las capacidades y herramientas actuales del destino.**

Se realizó una reunión virtual, en formato ZOOM el día 19/03/2024 a fin de dar cuenta de las capacidades y herramientas actuales del destino para la captación y procesamiento de datos. De la reunión participaron:

Tabla 11: Participantes de la reunión de resultados Prueba piloto

| NOMBRE                   | CARGO   |
|--------------------------|---|
| Alejandro Suarez Pieszko | Director General de Turismo   |
| Lucía Sosa               | Area estadísticas - Subsecretaría de Turismo de Tigre                         |
| Isis Tosi                | Responsable de Estadísticas - Subsecretaría de Turismo de Tigre               |
| Guido Baldasarre         | Responsable del Área Circuitos Turísticos - Subsecretaría de Turismo de Tigre |
| Luca Alejandro Singerman | Equipo Técnico Metrix   |
| Lautaro De Laurentiis    | Equipo Técnico Metrix   |
| Camilo Makón             | Equipo Técnico Metrix   |

Capacidades y herramientas del destino

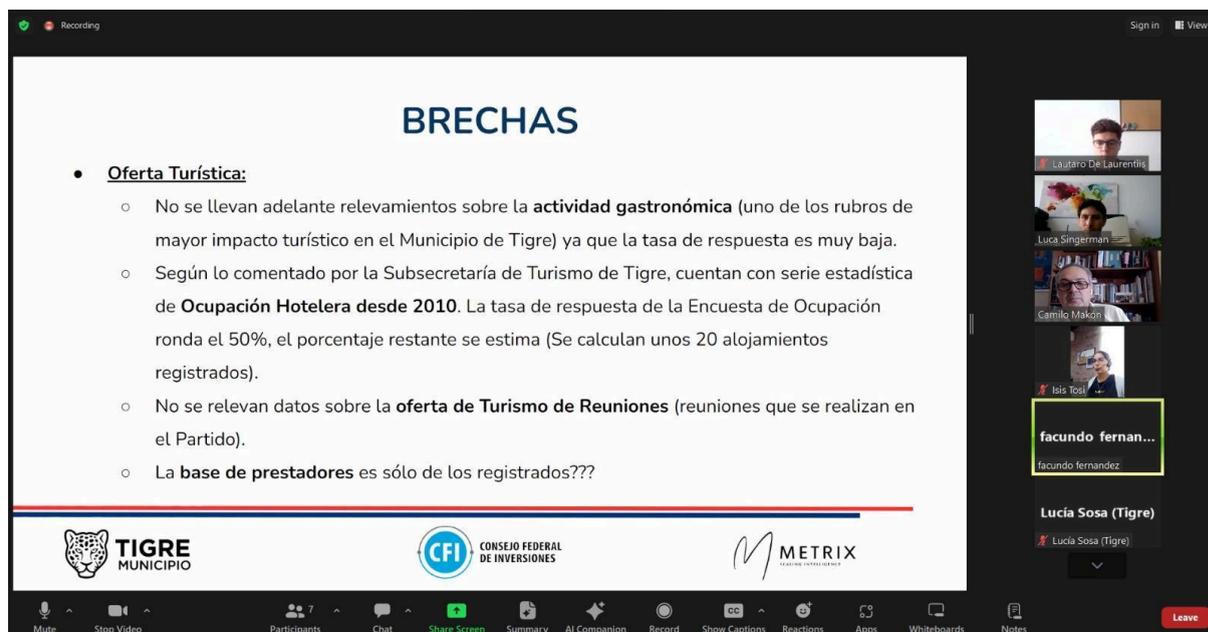


Figura 106: Reunión sobre las capacidades y herramientas actuales del destino

Fuente: elaboración propia

A continuación se comparte la minuta de la reunión virtual realizada el 19/03 con las principales conclusiones del relevamiento de las capacidades y herramientas actuales del destino.

[Minuta Relevamiento de Capacidades del destino](#)

#### **Subtarea 4.2: Configuración de datos para la plataforma**

Para la integración de las fuentes de datos a la plataforma, las mismas fueron normalizadas, lo cual significó el estandarizar la información estadística provista por diferentes fuentes de datos de manera tal que se logre compatibilizar los mismos con los formatos admitidos por la plataforma.

Las series de fuentes de datos (tanto propias como secundarias) que resultan útiles a los fines estadísticos del OET.TIGRE fueron seleccionadas en conjunto con la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

A continuación, se comparten las fuentes de datos mencionadas y normalizadas para su posterior integración en la plataforma BIN:

[Fuentes de datos para la plataforma BIN](#)

## **TAREA 5. IMPLANTACIÓN DE PLATAFORMA DE GESTIÓN, PROCESAMIENTO Y ANALÍTICA DE DATOS TURÍSTICOS**

Se llevó a cabo la activación de la plataforma tecnológica de recolección, gestión, procesamiento y analítica de datos BIN, la cual incluyó la customización y despliegue productivo de la plataforma. Esta tarea resultó crucial para habilitar la funcionalidad completa de la plataforma y garantizar su correcto funcionamiento para permitirle al OET.Tigre llevar a cabo las tareas de captura, almacenamiento, procesamiento y presentación de los resultados.

### **5.1 Activación de servicios y Usuarios**

Se procedió a activar todos los servicios necesarios para el funcionamiento de la plataforma, asegurando que estén configurados correctamente para poder cumplir con los requisitos del sistema. Además se llevaron a cabo los procesos de creación de usuarios, asignando roles y permisos según las necesidades específicas de cada usuario dentro de la plataforma y de la Subsecretaría de Turismo de Tigre.

Los roles y permisos dentro de la plataforma se distribuyen de la siguiente forma:

Tabla 12: Roles y permisos de los usuarios de la plataforma BIN

| ROLES                              | Monitoreo de la Oferta Turística | Encuesta de Actividad en Alojamientos | Encuesta de Visitantes F2F | Encuesta de Visitantes QR | Encuesta de Visitantes en OIT | Dashboard | Administración Usuarios |
|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------------|-----------|-------------------------|
| <b>Administrador</b>               | ABM                              | ABM                                   | ABM                        | ABM                       | ABM                           | Ver       | ABM                     |
| <b>Referente Municipal</b>         | X                                | X                                     | X                          | X                         | X                             | Ver       | X                       |
| <b>Referente Técnico Municipal</b> | ABM                              | ABM                                   | ABM                        | ABM                       | ABM                           | Ver       | X                       |
| <b>Encuestador</b>                 | X                                | ABM (sólo sus encuestas)              | ABM (sólo sus encuestas)   | X                         | ABM (sólo sus encuestas)      | X         | X                       |
| <b>Prestador</b>                   | X                                | ABM (sólo sus encuestas)              | X                          | X                         | X                             | Ver       | X                       |
| <b>Visitante</b>                   | X                                | X                                     | X                          | Alta                      | X                             | X         | X                       |

Fuente: Elaboración propia.

## 5.2 Seteo de formularios de carga de datos

Se realizó la configuración de los formularios de carga de datos, los cuales permiten la recopilación de la información proveniente de fuentes propias del OET.Tigre. Esto incluye la personalización de los formularios según el relevamiento a realizar y los tipos de datos a recolectar, así como la validación de los datos ingresados para garantizar su integridad y precisión.

Se dispone de la opción de exportar la base de datos, en formato CSV o Excel, de cada formulario (se podrán ver únicamente los datos que correspondan al rol del usuario).

A su vez, se configuraron, en cada sección de carga de datos, los filtros de búsqueda y las tablas para realizar las Altas, Bajas y Modificaciones de las encuestas cargadas.

### 5.2.1 Monitoreo de Oferta Turística

En cuanto al seteo del formulario de carga de datos de Monitoreo de Oferta Turística, cabe destacar que según la opción elegida en el tipo de prestador, se habilitan campos referidos únicamente a dicho tipo de prestador turístico.

Para la búsqueda de prestadores se proponen los siguientes filtros según:

- Nombre del prestador
- CUIT del prestador
- Tipo de prestador
- Categoría, según tipo de prestador

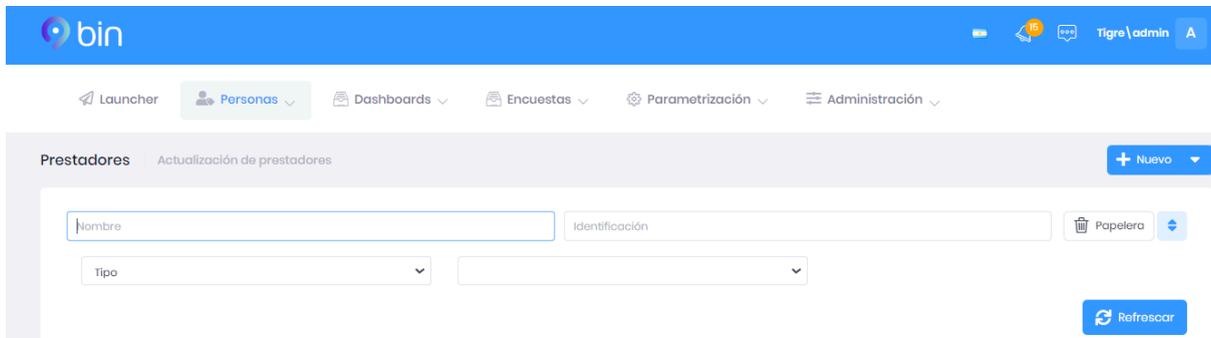
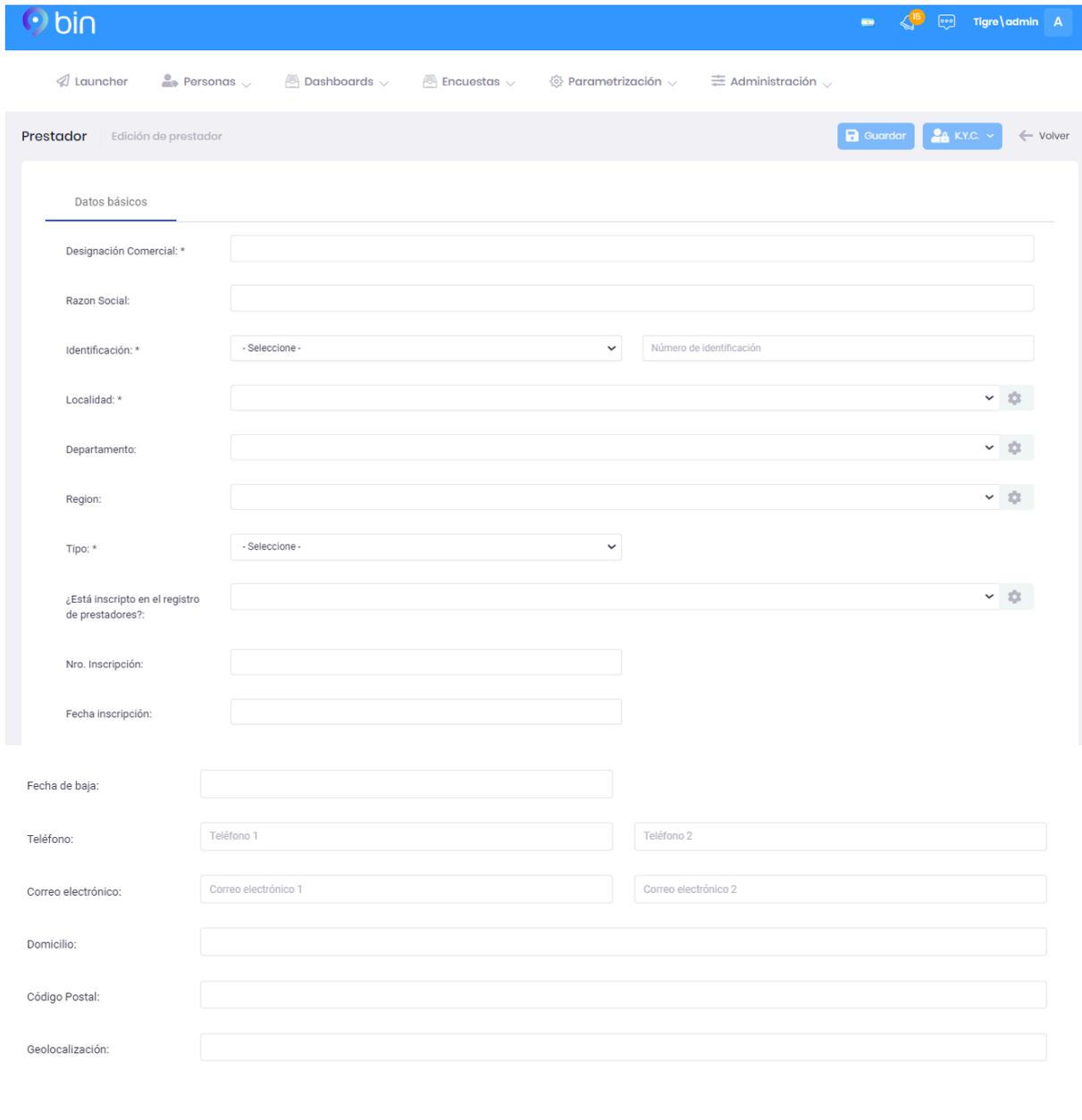


Figura 107: ABM Monitoreo de oferta turística

Fuente: *Elaboración propia.*



The screenshot shows a web application interface for editing a provider. At the top, there is a navigation bar with the 'bin' logo and user information 'Tigre | admin'. Below this is a menu with options: Launcher, Personas, Dashboards, Encuestas, Parametrización, and Administración. The main content area is titled 'Prestador Edición de prestador' and includes buttons for 'Guardar', 'K.Y.C.', and 'Volver'. The form is organized into a 'Datos básicos' section with the following fields:

- Designación Comercial: \*
- Razon Social:
- Identificación: \* (dropdown menu with '- Seleccione -' and a 'Número de identificación' input field)
- Localidad: \* (dropdown menu with a settings gear icon)
- Departamento: (dropdown menu with a settings gear icon)
- Region: (dropdown menu with a settings gear icon)
- Tipo: \* (dropdown menu with '- Seleccione -')
- ¿Está inscripto en el registro de prestadores?: (dropdown menu with a settings gear icon)
- Nro. Inscripción:
- Fecha inscripción:
- Fecha de baja:
- Teléfono: (Teléfono 1 and Teléfono 2 input fields)
- Correo electrónico: (Correo electrónico 1 and Correo electrónico 2 input fields)
- Domicilio:
- Código Postal:
- Geolocalización:

Figura 108: Formulario Monitoreo de oferta turística

Fuente: Elaboración propia.

### 5.2.2 Encuesta de Actividad en Alojamientos

En cuanto al seteo del formulario de carga de datos de la Encuesta de Actividad en Alojamientos, los filtros que podrá seleccionar cada usuario para una correcta búsqueda de la encuesta cargada son:

- Nro de registro
- Nombre del establecimiento
- Fecha desde (se refiere a la fecha relevada)

- Localidad del alojamiento
- Si responde por:
  - Plazas ocupadas
  - Habitaciones ocupadas
  - Unidades/Cabañas ocupadas
  - Tasa de ocupación
- Categoría del alojamiento

Figura 109: ABM Encuesta de actividad en alojamientos

Fuente: Elaboración propia.

Figura 110: Formulario Encuesta de Actividad en Alojamientos

Fuente: Elaboración propia.

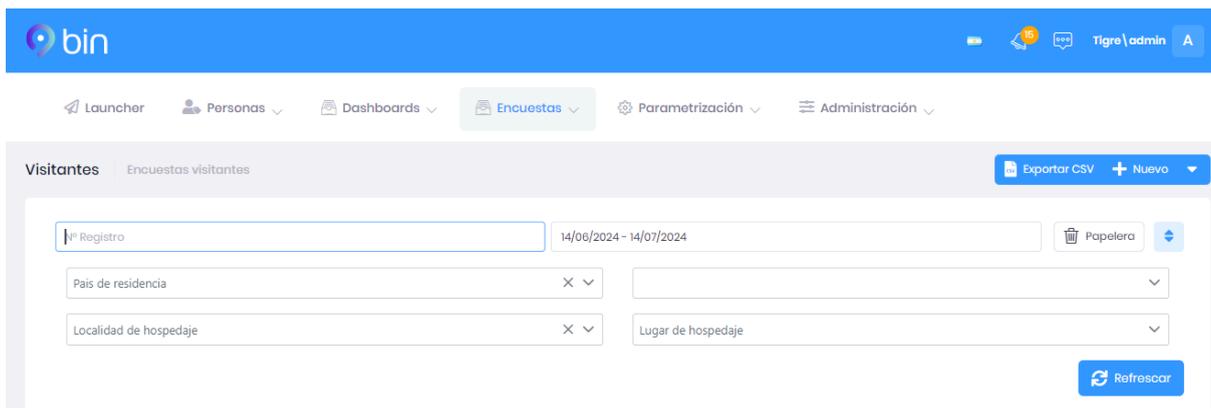
### 5.2.3 Encuesta a Visitantes F2F

El seteo para la Encuesta a Visitantes se configuró en 2 formularios, una encuesta para el formato F2F y otra para la encuesta en OIT. El formulario F2F se configuró para ser más extenso.

Cabe destacar que la configuración está especialmente diseñada para que se habiliten determinados campos de respuesta, según la opción marcada en respuestas anteriores.

Para filtrar según determinadas encuestas, se customizan los siguientes filtros:

- Nro de registro
- Fecha desde - Fecha hasta (indica la fecha en que se realizó la encuesta)
- Condición de residencia
- Provincia o país de residencia (según la opción seleccionada anteriormente)
- Localidad de hospedaje
- Lugar de hospedaje



The screenshot displays the 'Encuestas visitantes' section of the system. It includes a search input for 'Registro', a date range filter set to '14/06/2024 - 14/07/2024', and three dropdown filters: 'Pais de residencia', 'Localidad de hospedaje', and 'Lugar de hospedaje'. Action buttons for 'Exportar CSV', '+ Nuevo', 'Papelera', and 'Actualizar' are also visible.

Figura 111: ABM Encuesta a visitantes F2F

Fuente: Elaboración propia.

bin

Tigre | admin

Launcher Personas Dashboards Encuestas Parametrización Administración

Visitante Encuesta visitante

Configurar datos propios Guardar Volver

Datos básicos

Fecha de carga: 14/07/2024

N° Registro: 12517

Fecha de encuesta:

Lugar de toma: - Seleccione -

¿Cuántos años tiene?: 0

¿Cuál es su lugar de residencia habitual?: - Seleccione -

¿En qué lugar se hospeda?: - Seleccione -

¿Cuántas noches durará en total este viaje?: 0

¿Cuántas personas realizan este viaje?: 0

Figura 112: Formulario Encuesta a visitantes F2F

Fuente: Elaboración propia.

¿Cuántas personas realizan este viaje?:

¿Qué vínculo tienen las personas que integran su grupo de viaje?:

¿Qué medio de transporte utilizó para realizar este viaje?:

¿Cuál es el motivo principal de su viaje?:

¿Cuáles de las siguientes actividades realizó o realizará en este viaje?:

- Actividades náuticas
- Espectáculos y festivales populares
- Eventos deportivos
- Eventos religiosos / iglesias
- Excursión fluvial
- Ninguna
- NS / NC
- Pasear por espacios verdes
- Turismo de reuniones
- Visitar el Delta
- Visitar el Parque de la Costa
- Visitar el Paseo Victorica
- Visitar el Puerto de Frutos
- Visitar museos
- Visitar paseos gastronómicos
- Visitar sitios arqueológicos

¿Usted está muy, bastante, poco o nada satisfecho con su viaje a este destino?:

Figura 113: Formulario Encuesta a visitantes F2F

Fuente: Elaboración propia.

De los siguientes aspectos: ¿Cuál cree usted que es el principal aspecto que se debería mejorar en el destino?

- Cartelería
- Condiciones de ruta
- La atención recibida
- La información turística disponible
- La oferta de alojamientos
- La oferta de entretenimientos
- La oferta gastronómica
- La oferta nocturna
- Limpieza del municipio
- Los precios
- Ninguna
- NS / NC
- Oferta de transporte
- Otro
- Seguridad ciudadana
- Señal de celular

¿Cual es el GASTO TOTAL que realizó / realizará en este viaje?:

... O, si prefiere, indique ¿En cuál de estos rangos se ubica el GASTO PROMEDIO DIARIO de este viaje?:

Para participar del sorteo por premios, por favor, indique su correo electrónico:

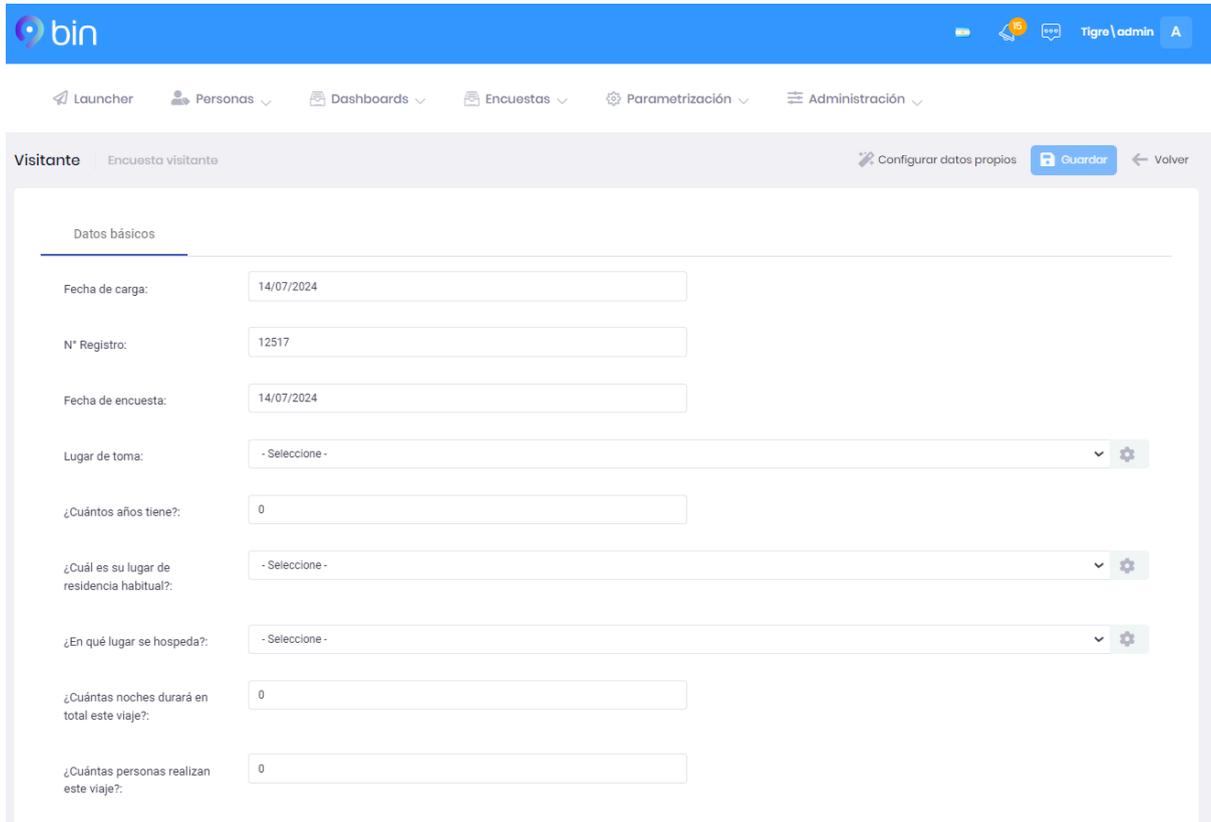
Observaciones:

Figura 114: Formulario Encuesta a visitantes F2F

Fuente: Elaboración propia.

### 5.2.3 Encuesta a Visitantes OIT

En relación a la Encuesta a Visitantes en OIT, el formulario se configuró para que sea más corto que el formulario F2F, mientras que los filtros son los mismos que la encuesta F2F.



**bin** Tigre \admin

Launcher Personas Dashboards Encuestas Parametrización Administración

**Visitante** Encuesta visitante Configuración de datos propios Guardar Volver

Datos básicos

Fecha de carga: 14/07/2024

N° Registro: 12517

Fecha de encuesta: 14/07/2024

Lugar de toma: - Seleccione -

¿Cuántos años tiene?: 0

¿Cuál es su lugar de residencia habitual?: - Seleccione -

¿En qué lugar se hospeda?: - Seleccione -

¿Cuántas noches durará en total este viaje?: 0

¿Cuántas personas realizan este viaje?: 0

Figura 115: Formulario Encuesta a visitantes OIT

Fuente: *Elaboración propia.*

¿Qué medio de transporte utilizó para realizar este viaje?:

¿Cuál es el motivo principal de su viaje?:

¿Cuáles de las siguientes actividades realizó o realizará en este viaje?:

- Actividades náuticas
- Espectáculos y festivales populares
- Eventos deportivos
- Eventos religiosos / iglesias
- Excursión fluvial
- Ninguna
- NS / NC
- Pasear por espacios verdes
- Turismo de reuniones
- Visitar el Delta
- Visitar el Parque de la Costa
- Visitar el Paseo Victorica
- Visitar el Puerto de Frutos
- Visitar museos
- Visitar paseos gastronómicos
- Visitar sitios arqueológicos

¿Usted está muy, bastante, poco o nada satisfecho con su viaje a este destino?:

¿Cual es el GASTO TOTAL que realizó / realizará en este viaje?:

... O, si prefiere, indique ¿En cuál de estos rangos se ubica el GASTO PROMEDIO DIARIO de este viaje?:

Para participar del sorteo por premios, por favor, indique su correo electrónico:

Figura 116: Formulario Encuesta a visitantes OIT

Fuente: Elaboración propia.

### 5.3 Seteo de tablero de datos

Se llevó a cabo la configuración y customización de los tableros de datos, que proporcionan una visualización intuitiva y personalizada de los datos recolectados, tanto de fuentes propias como de fuentes secundarias. Estos tableros fueron diseñados para ofrecer a los usuarios una vista clara y en tiempo real de los indicadores clave y las tendencias relevantes para la toma de decisiones.

Panel Tablero general

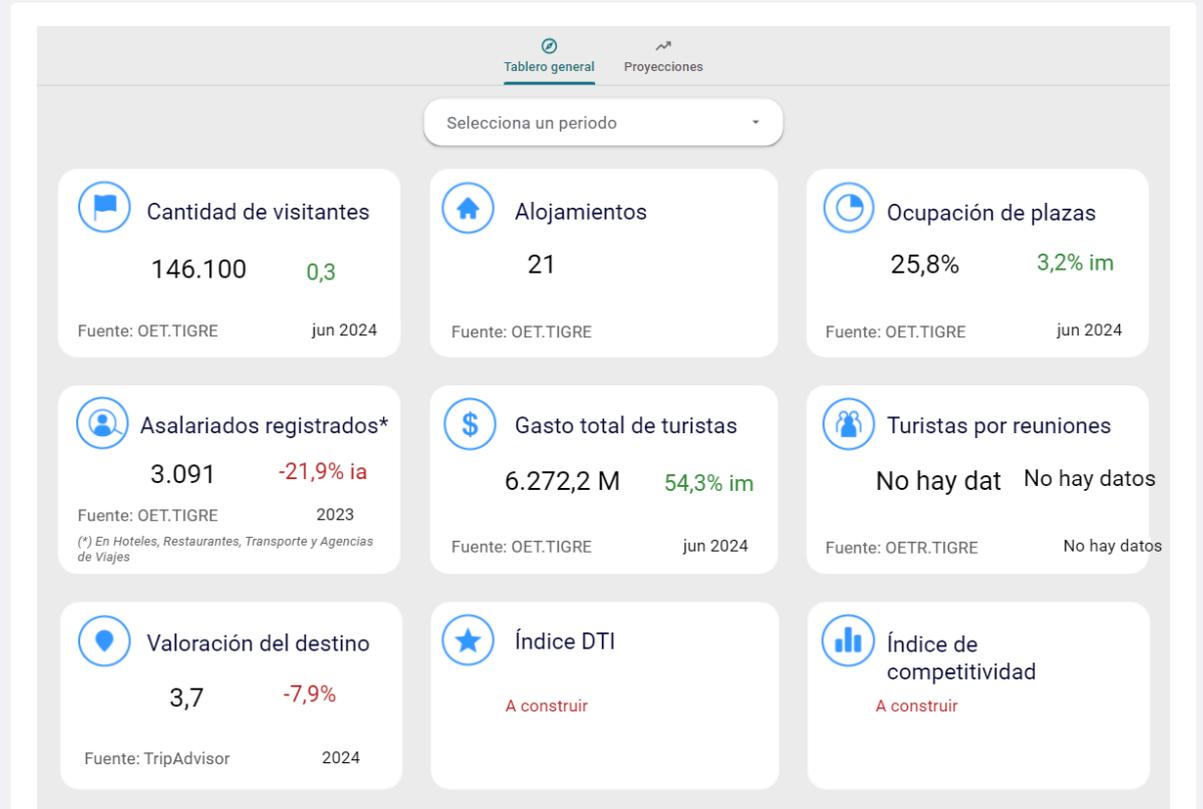


Figura 117: Panel - Tablero General - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

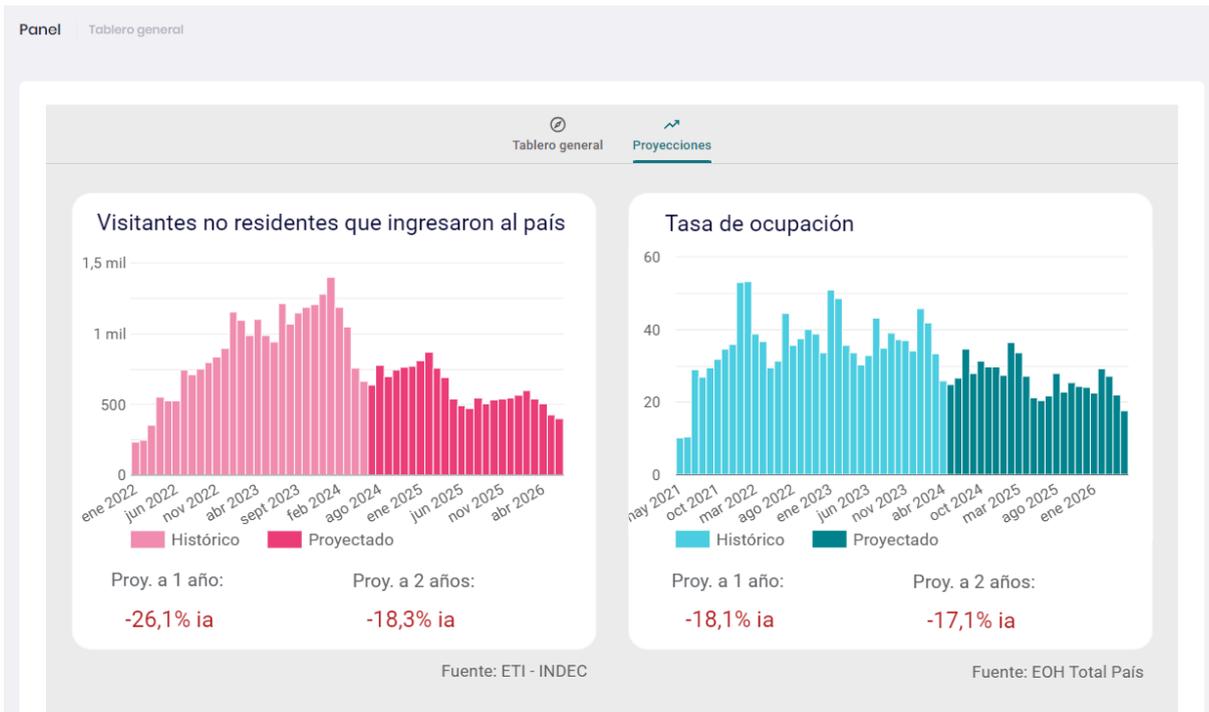


Figura 118: Panel - Proyecciones - Plataforma BIN

Fuente: *Elaboración propia.*

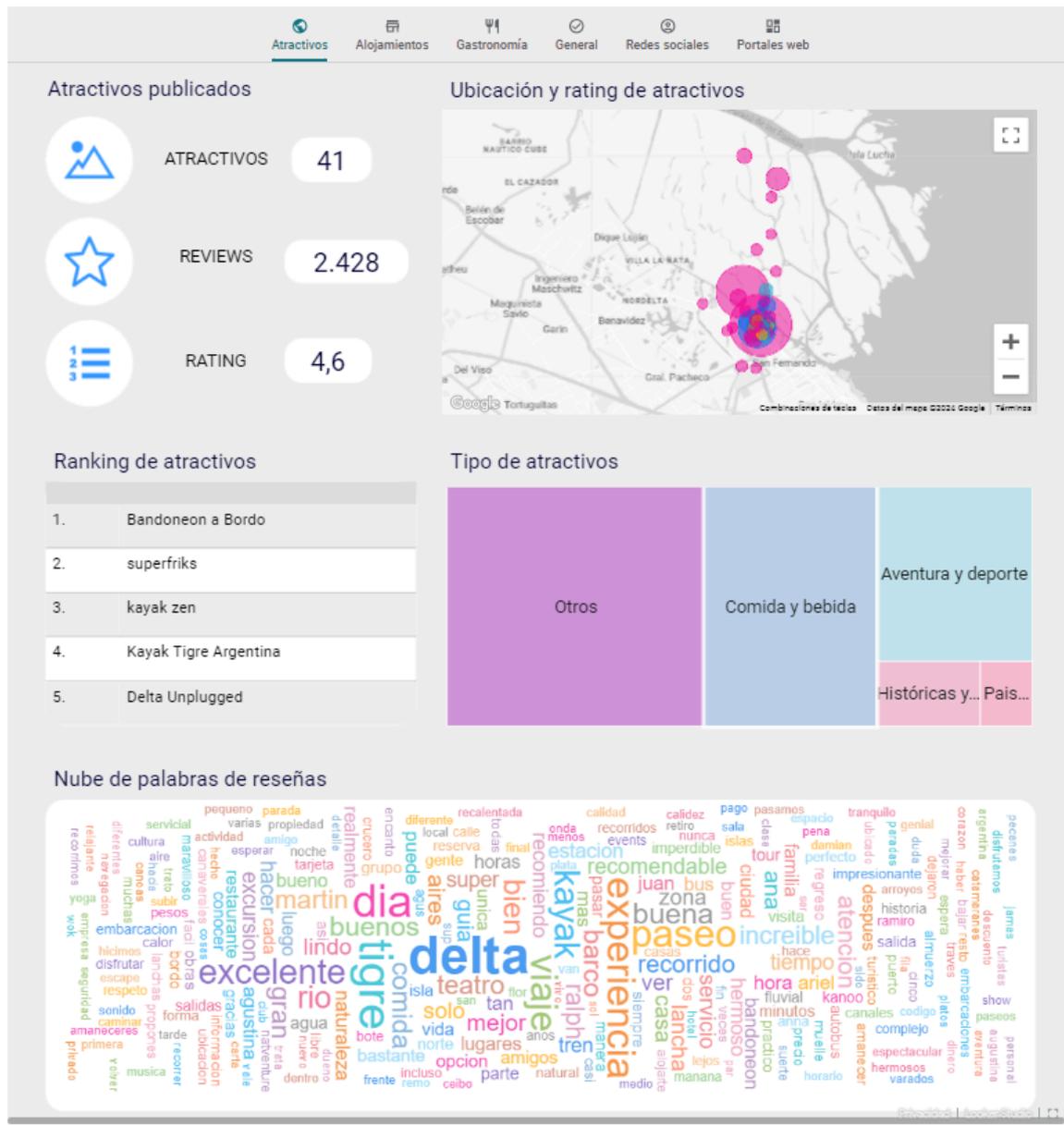


Figura 119: Panel - Atractivos - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.



Panel | Valoración del Destino

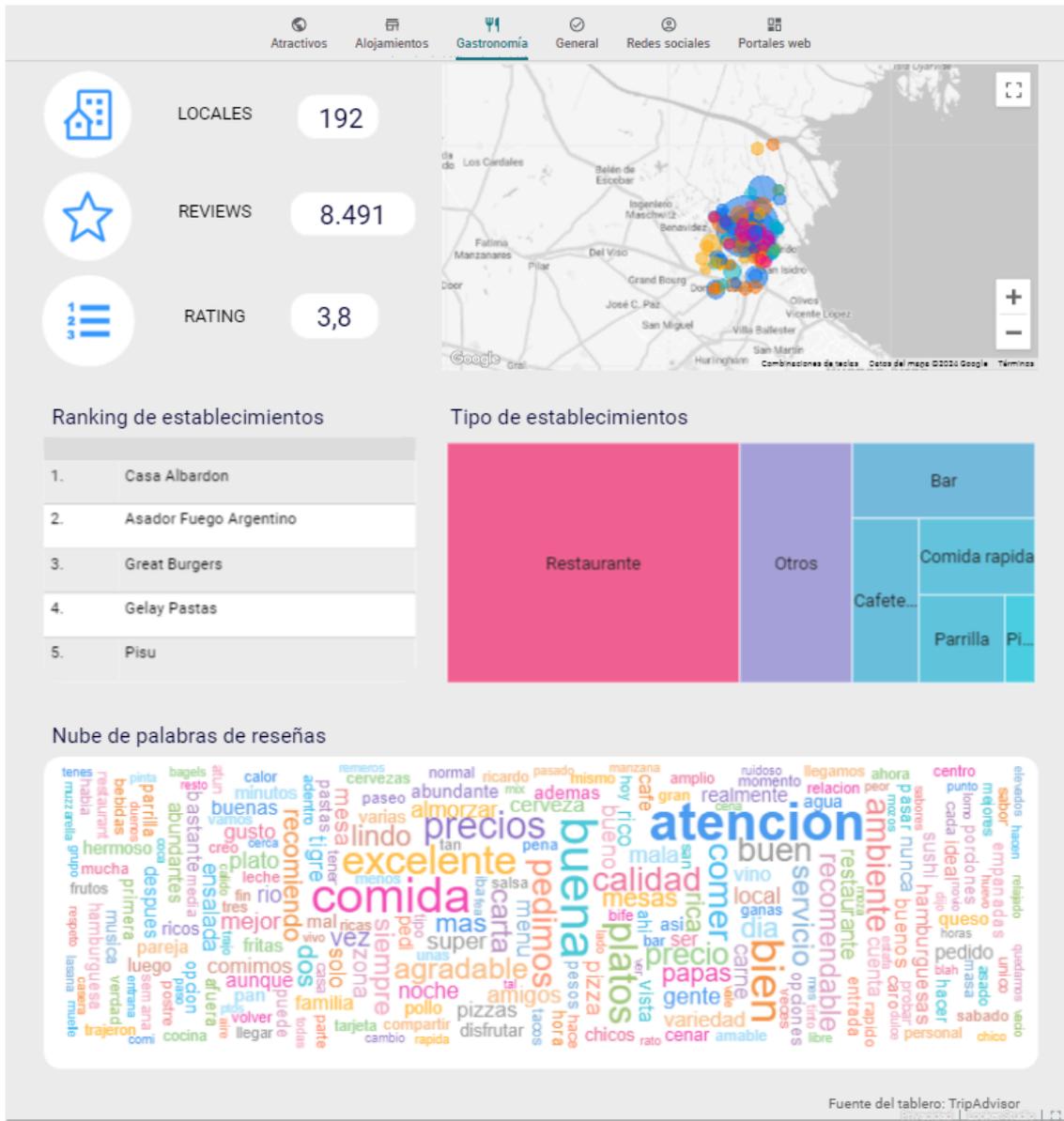


Figura 121: Panel - Gastronomía - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

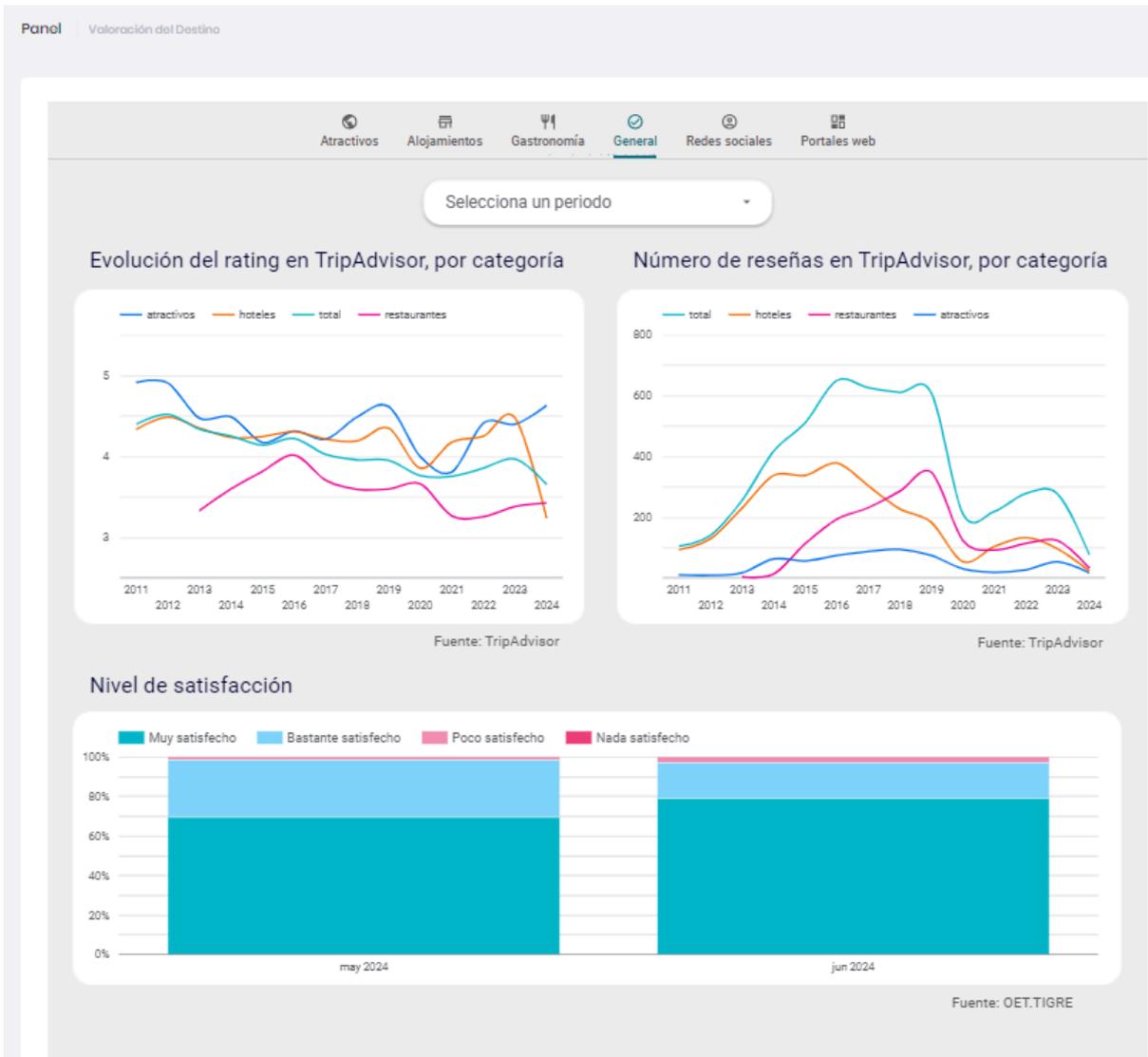


Figura 122: Panel - Valoración del destino - General - Plataforma BIN

Fuente: *Elaboración propia.*

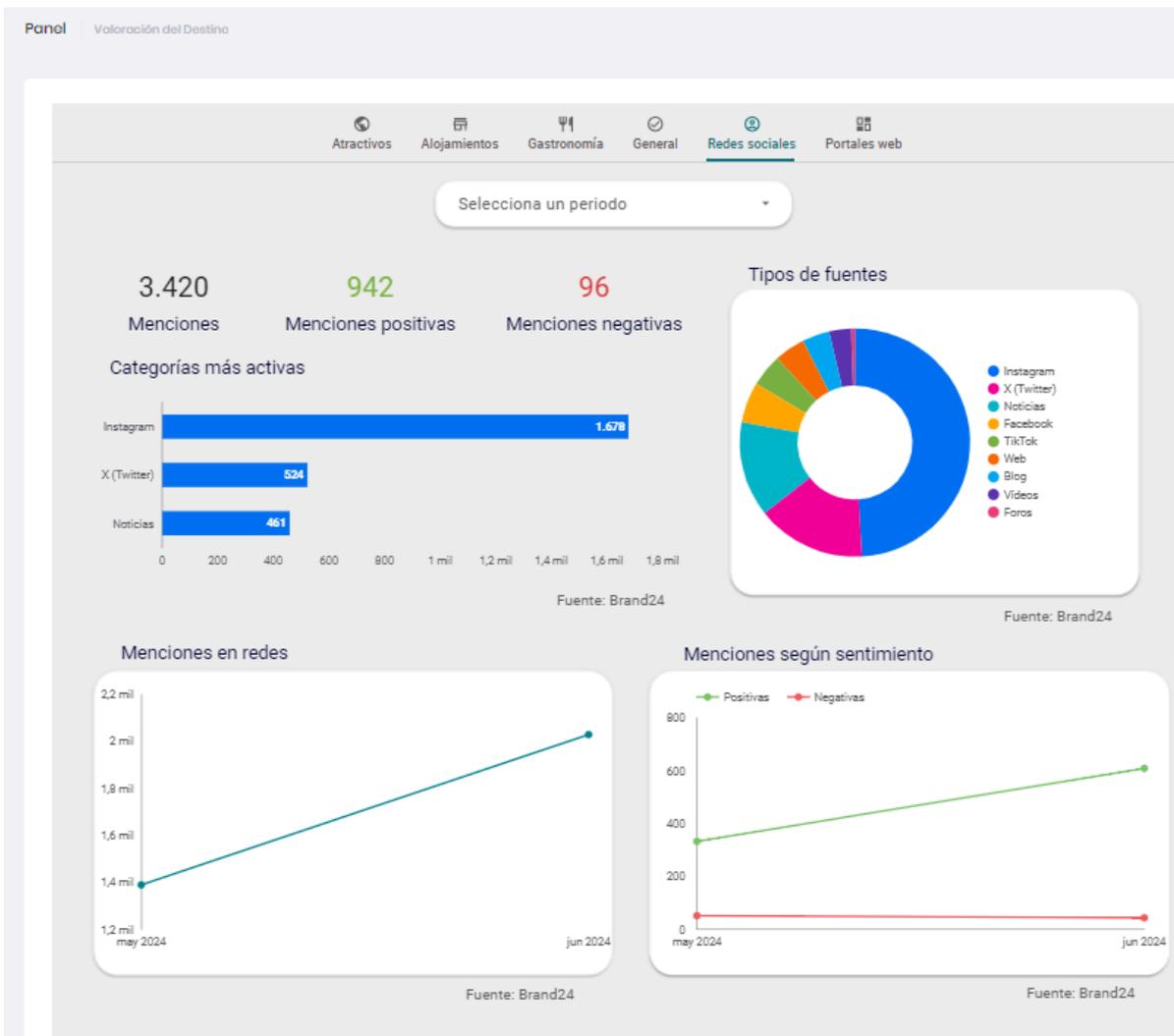


Figura 123: Panel - Redes Sociales - Plataforma BIN

Fuente: *Elaboración propia.*

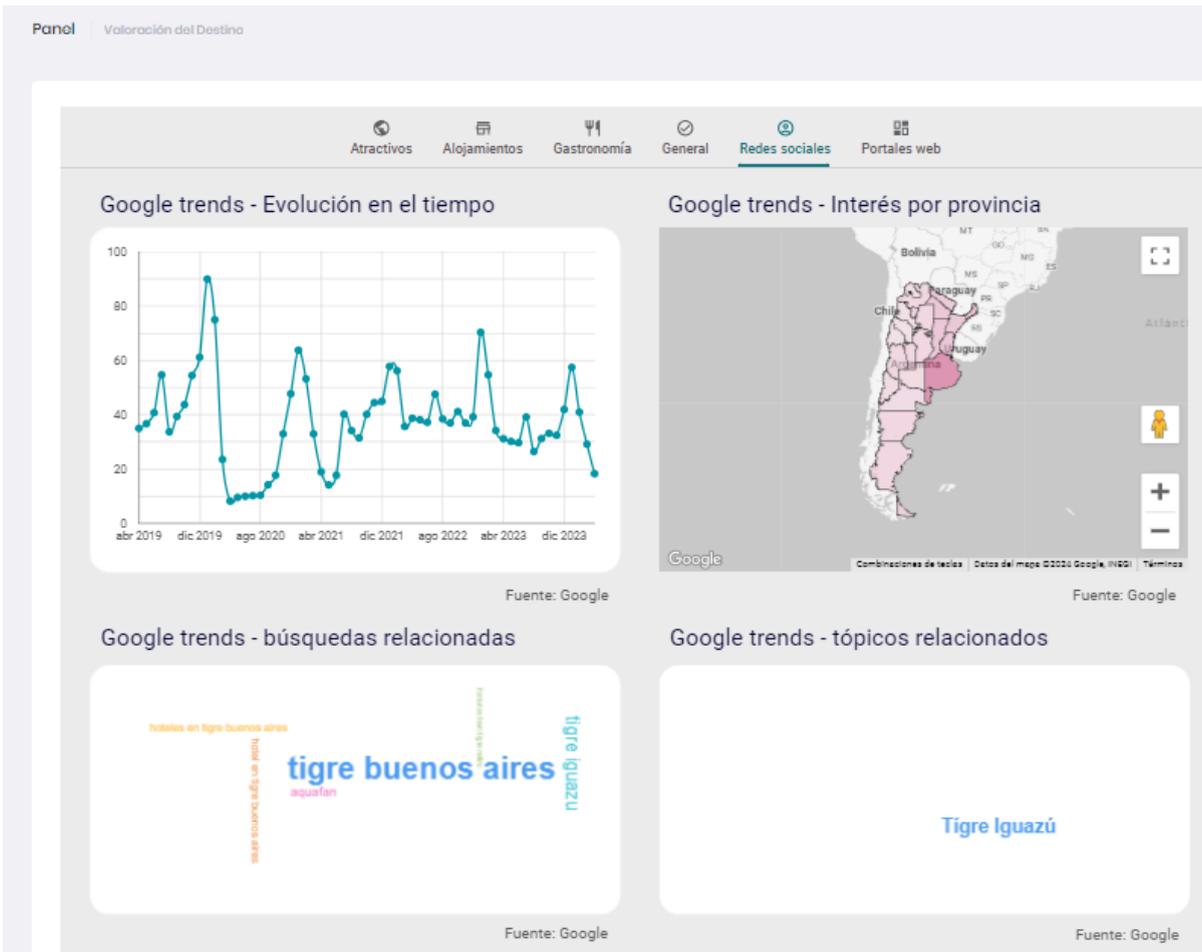


Figura 124: Panel - Redes Sociales - Plataforma BIN

Fuente: *Elaboración propia.*

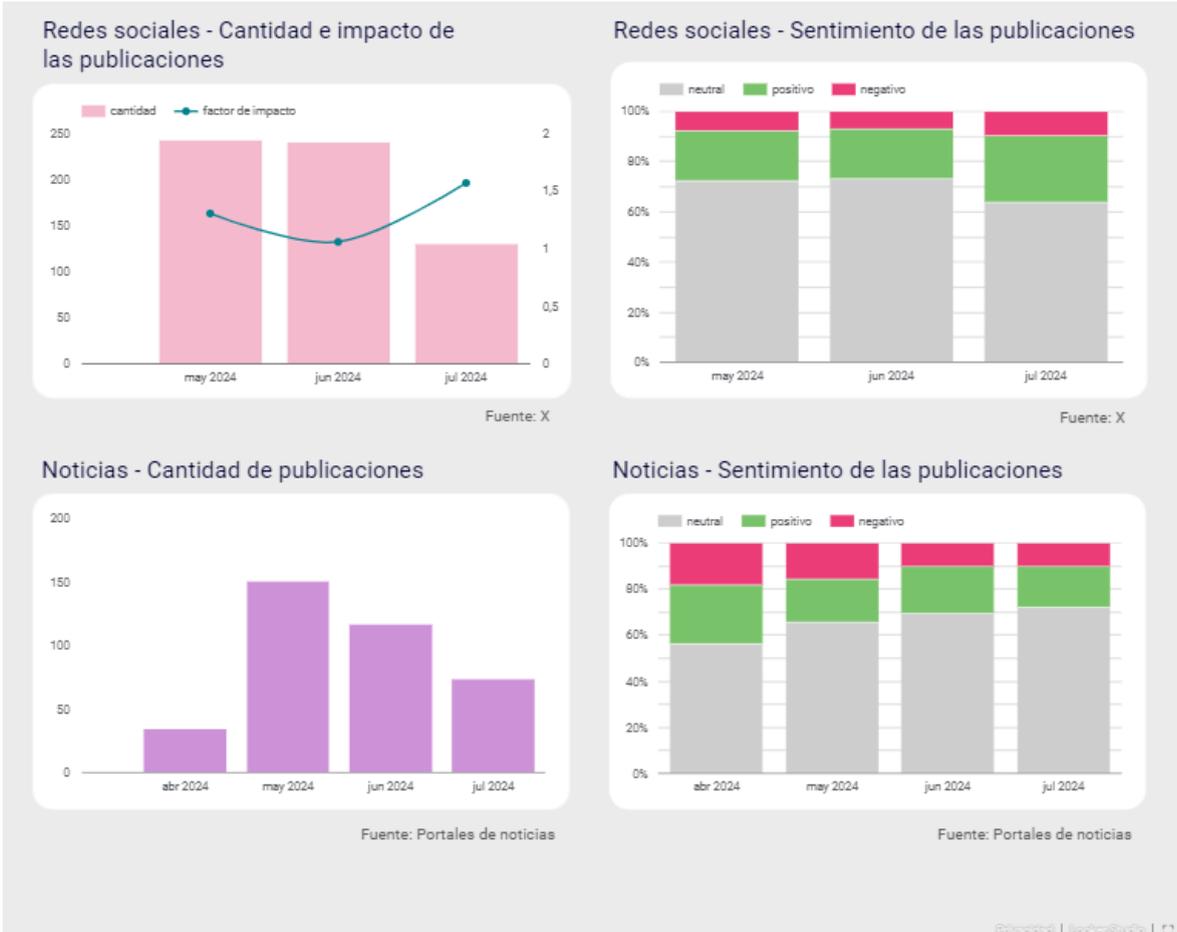


Figura 125: Panel - Redes Sociales - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

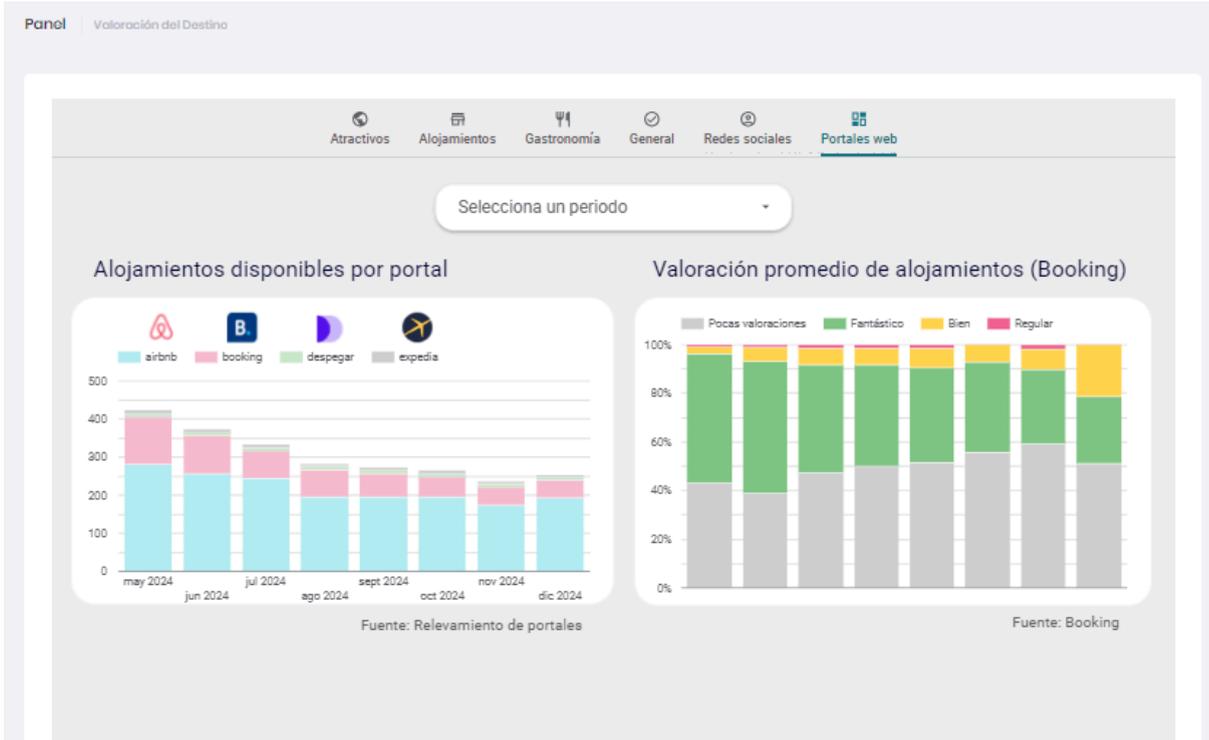


Figura 126: Panel - Portales Web - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

Panel Perfil del visitante



Figura 127: Perfil del visitante - Alojamiento - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

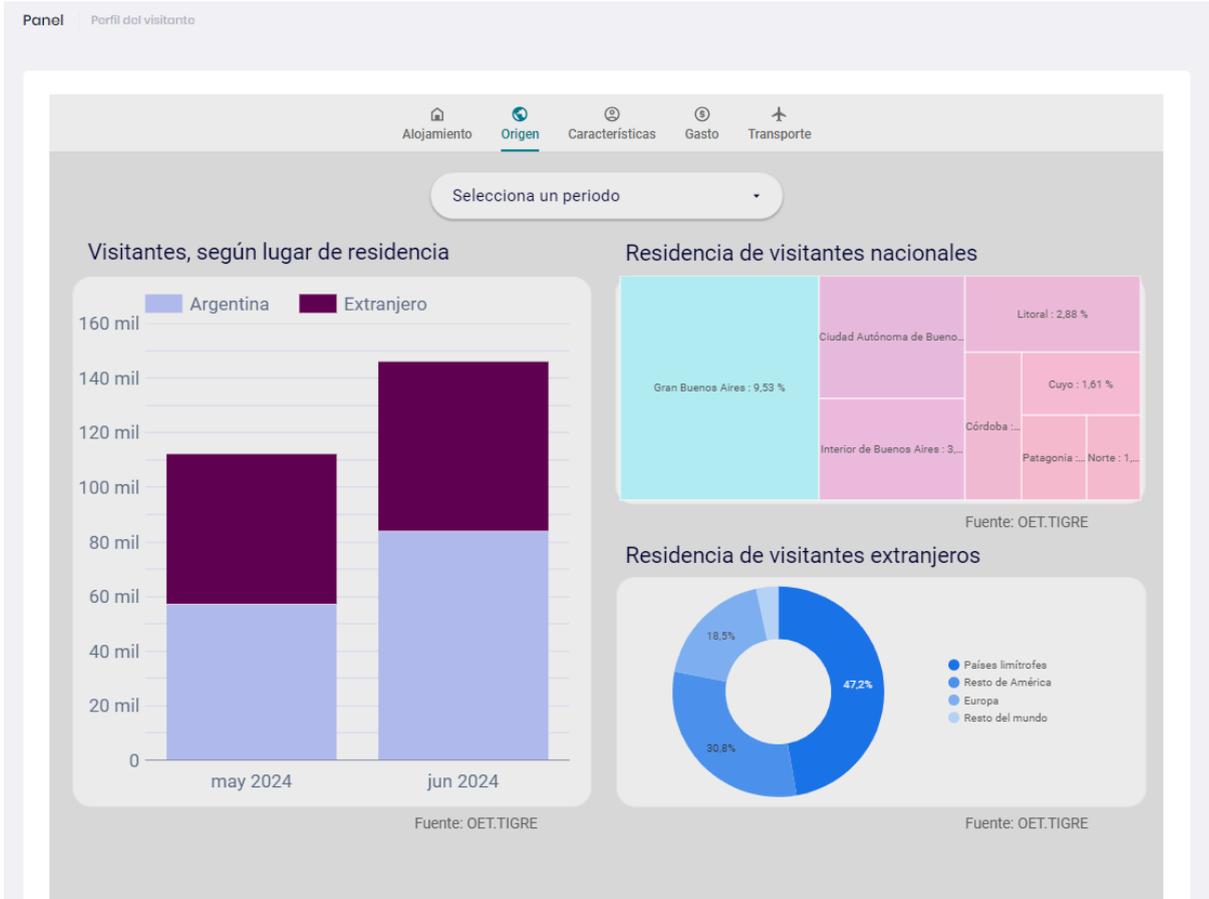


Figura 128: Perfil del visitante - Origen - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

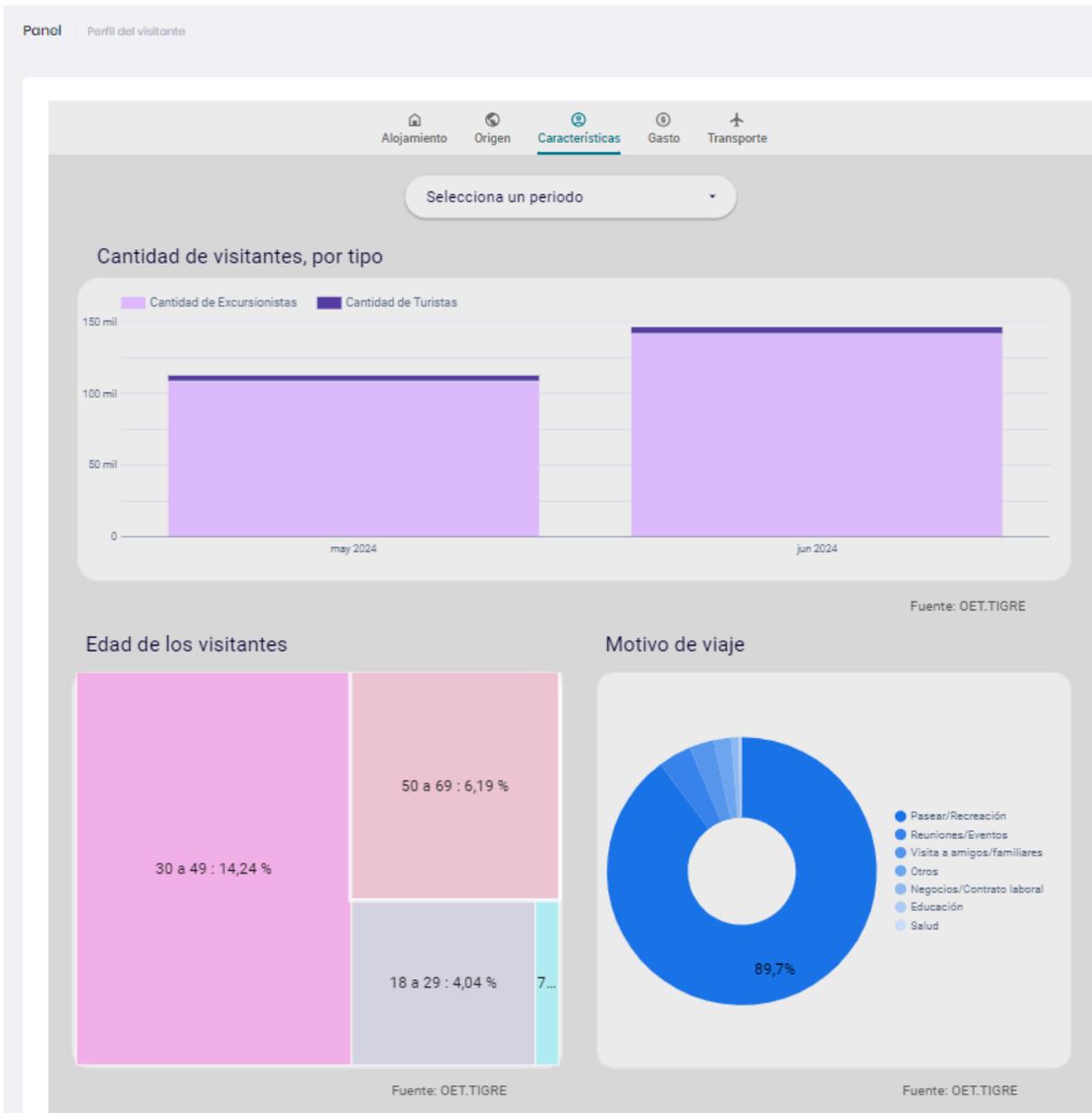


Figura 129: Perfil del visitante - Características - Plataforma BIN

Fuente: *Elaboración propia.*

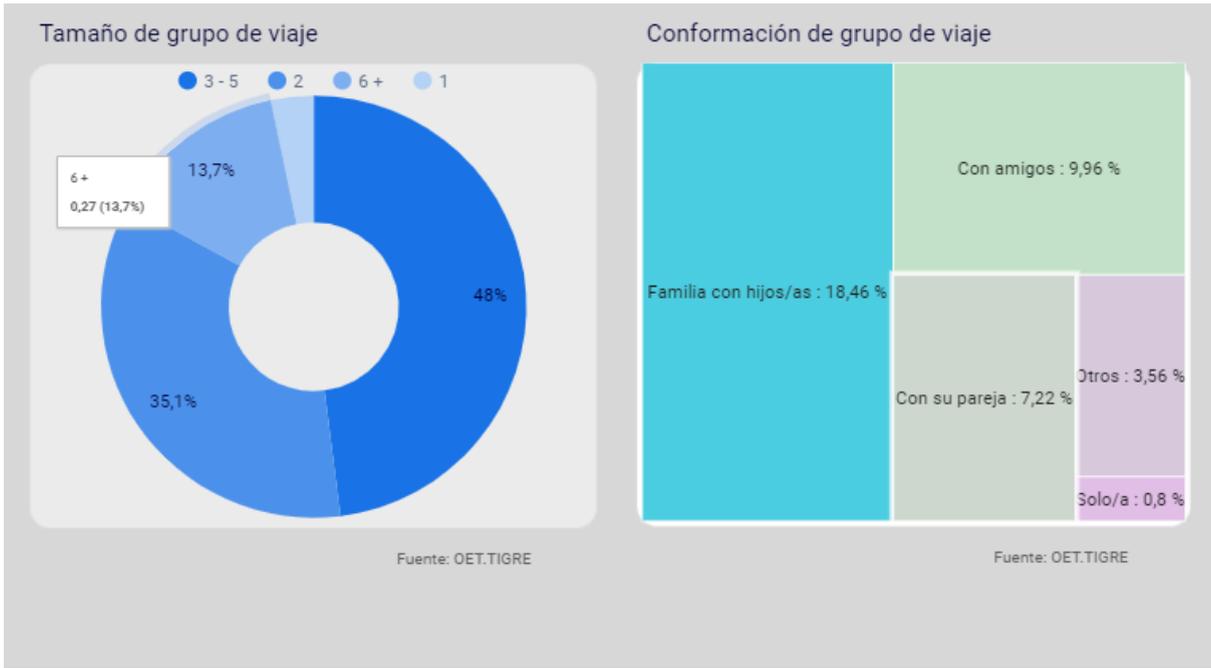


Figura 130: Perfil del visitante - Características - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

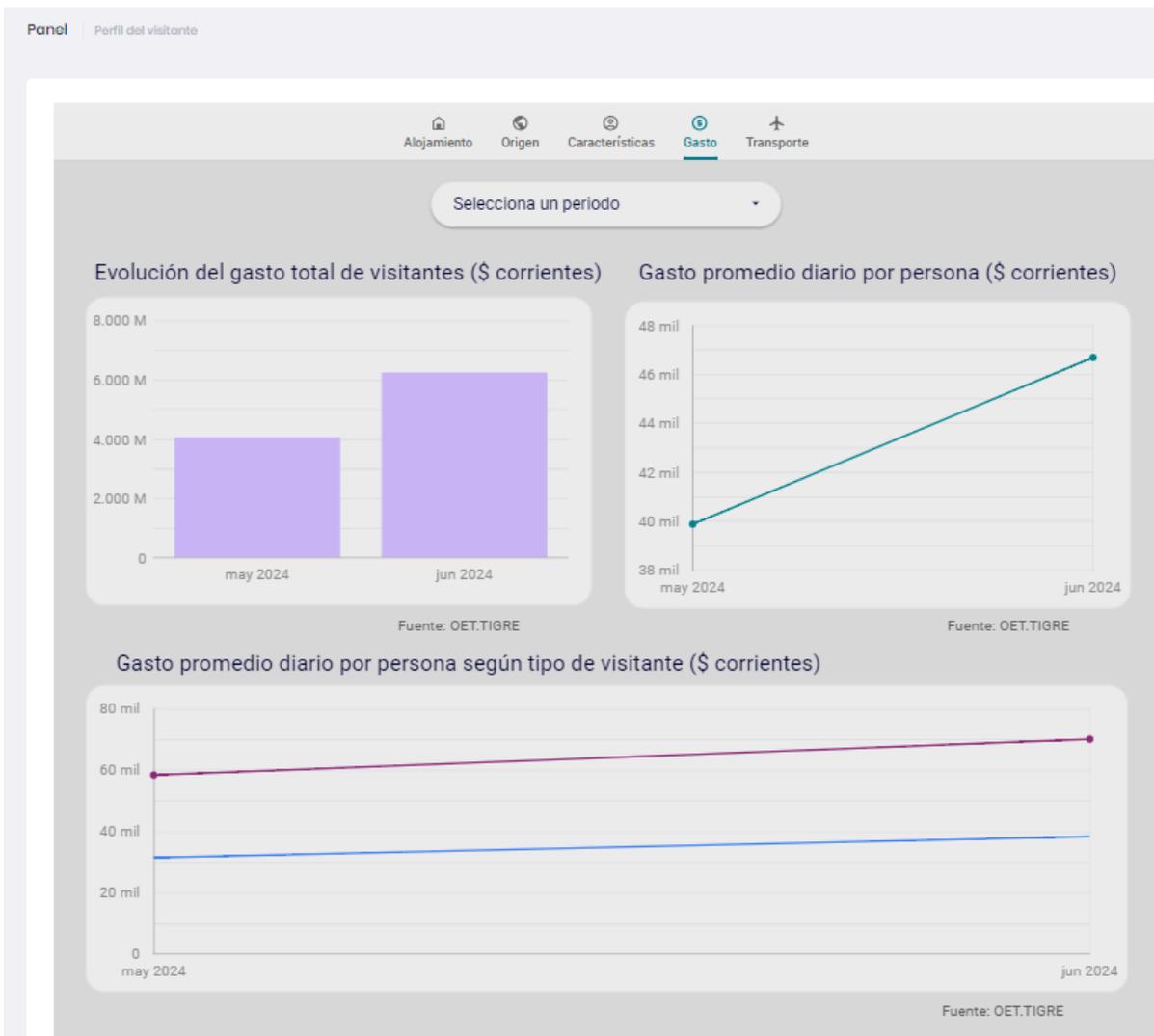


Figura 131: Perfil del visitante - Gasto - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

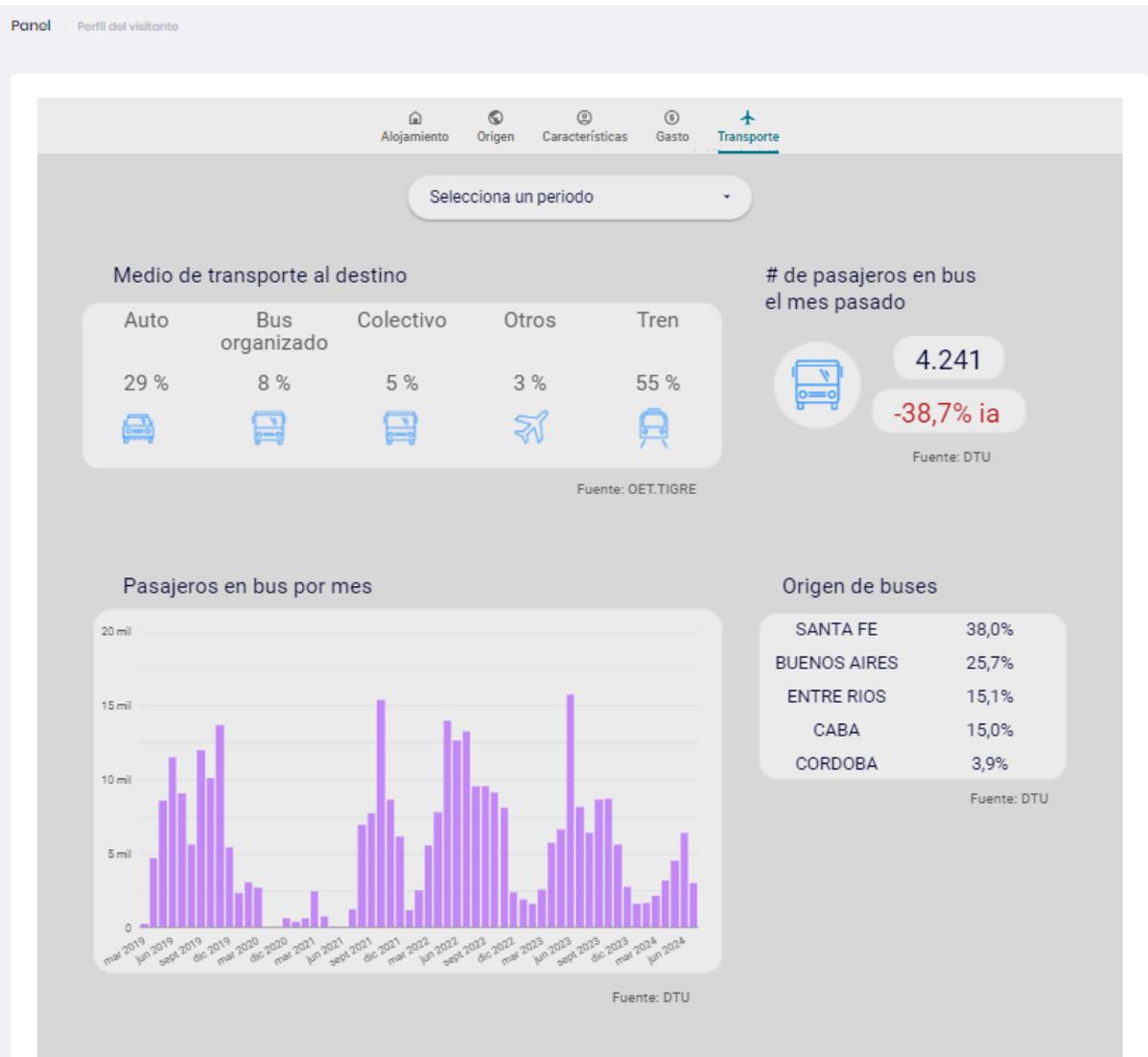


Figura 132: Perfil del visitante - Transporte- Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

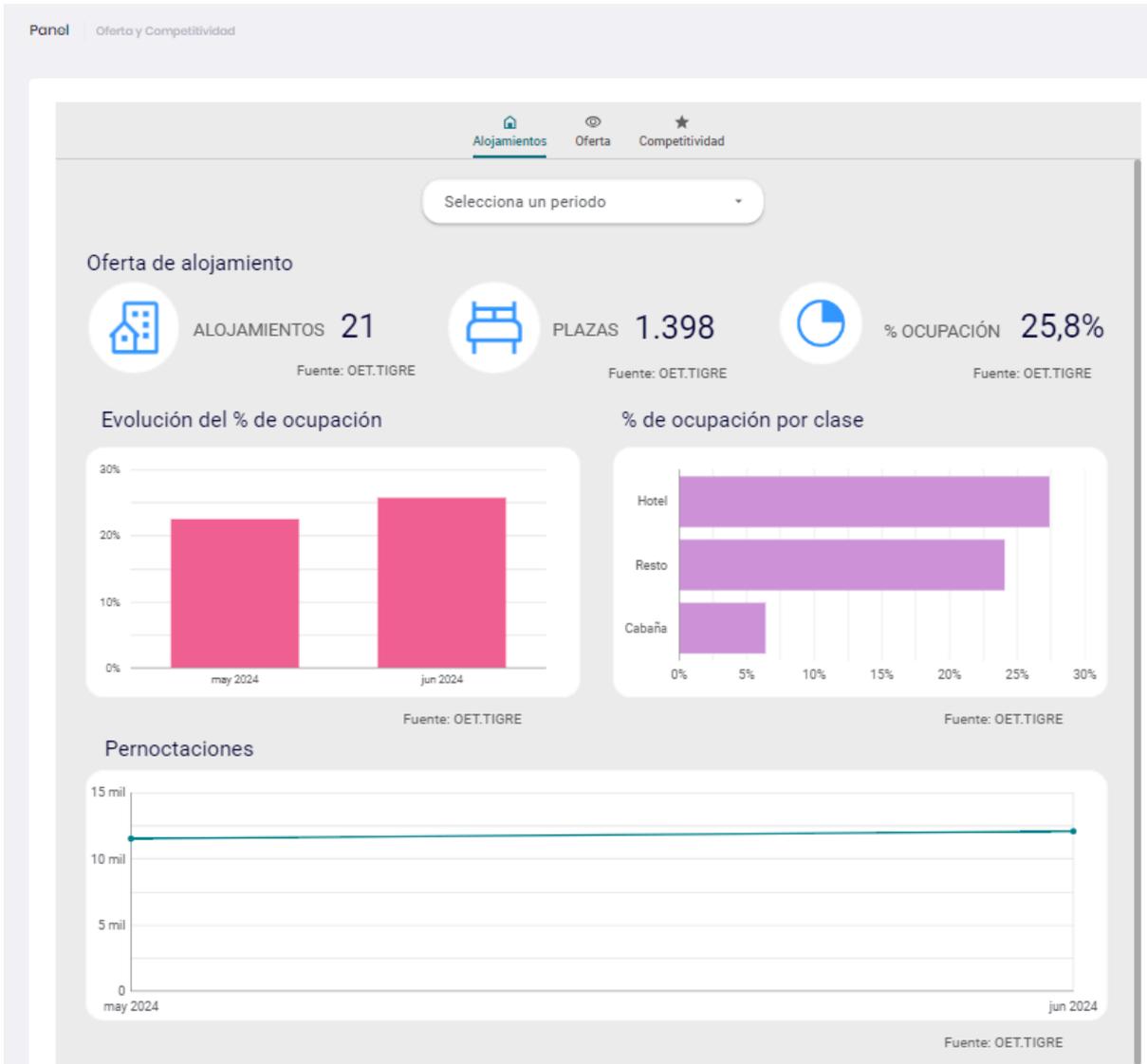


Figura 133: Oferta y competitividad - Alojamientos - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.



Figura 134: Oferta y competitividad - Alojamientos - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

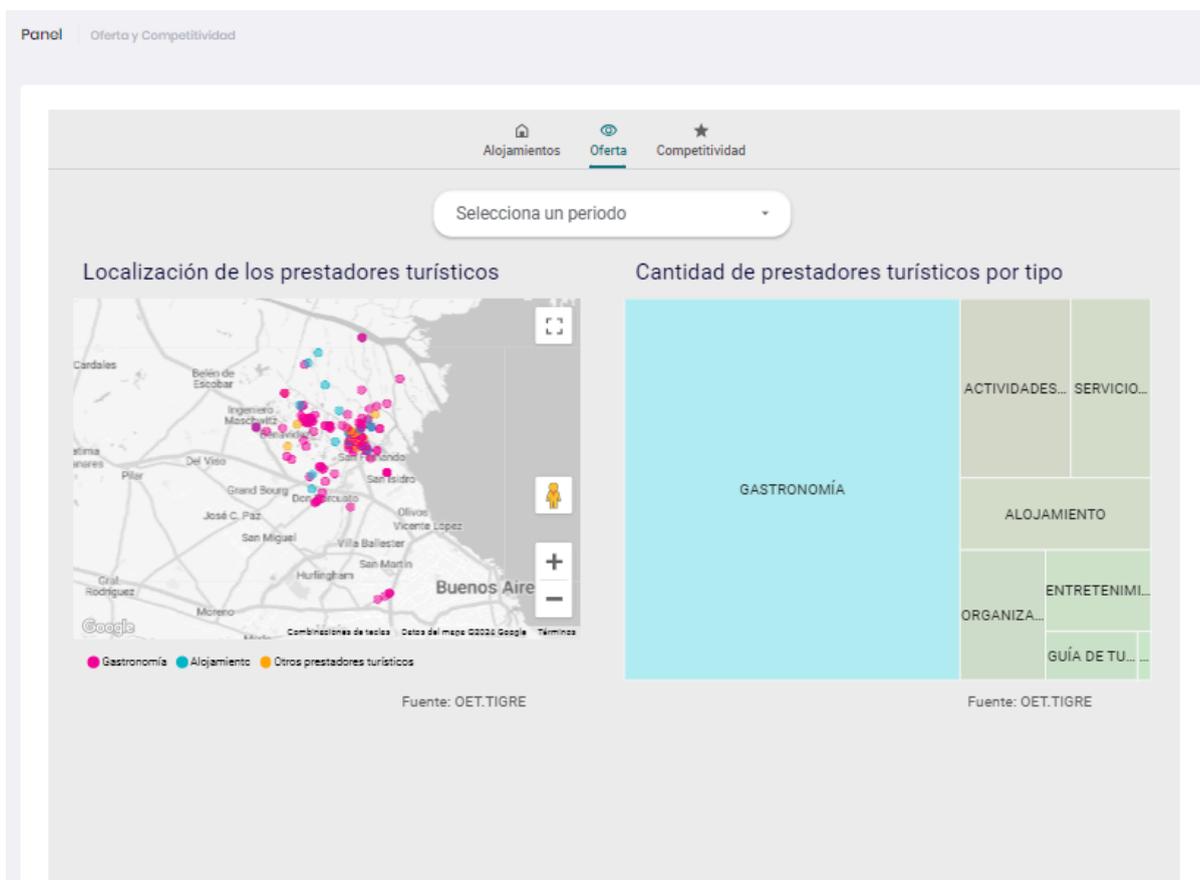


Figura 135: Oferta y competitividad - Oferta - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

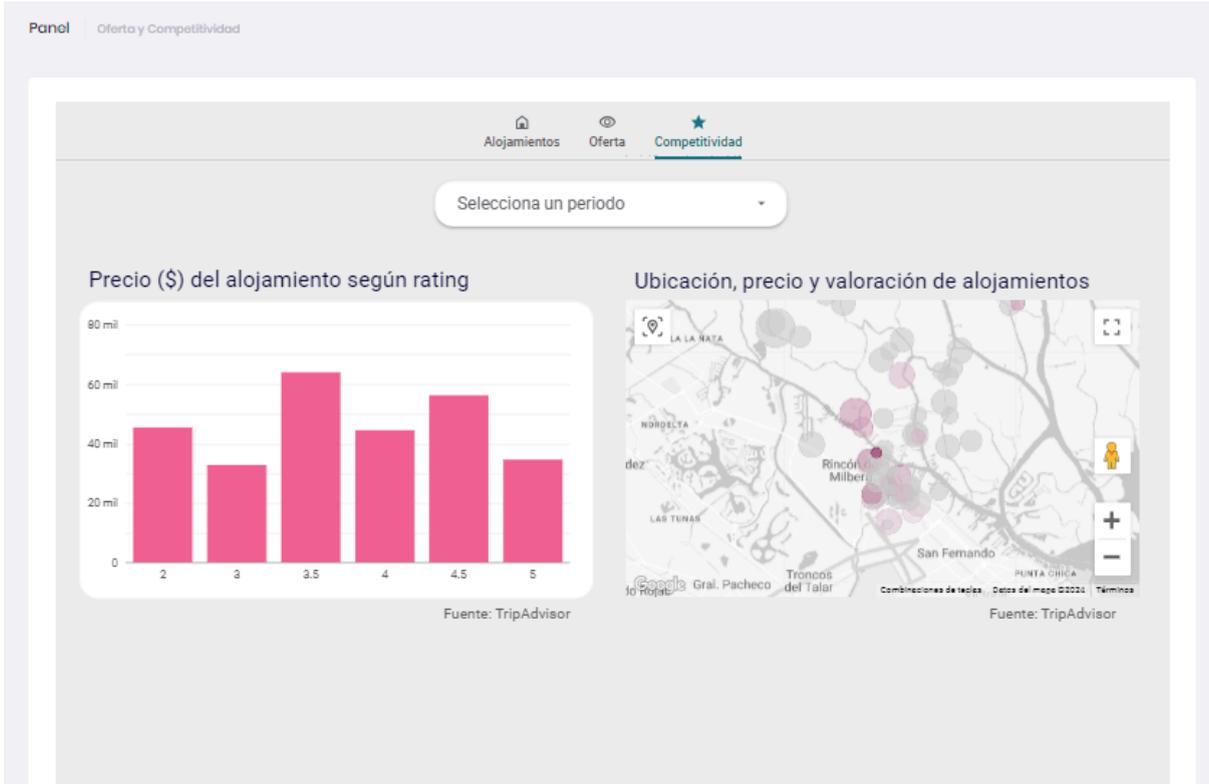


Figura 136: Oferta y competitividad - Competitividad - Plataforma BIN

Fuente: *Elaboración propia.*

Panel Economía

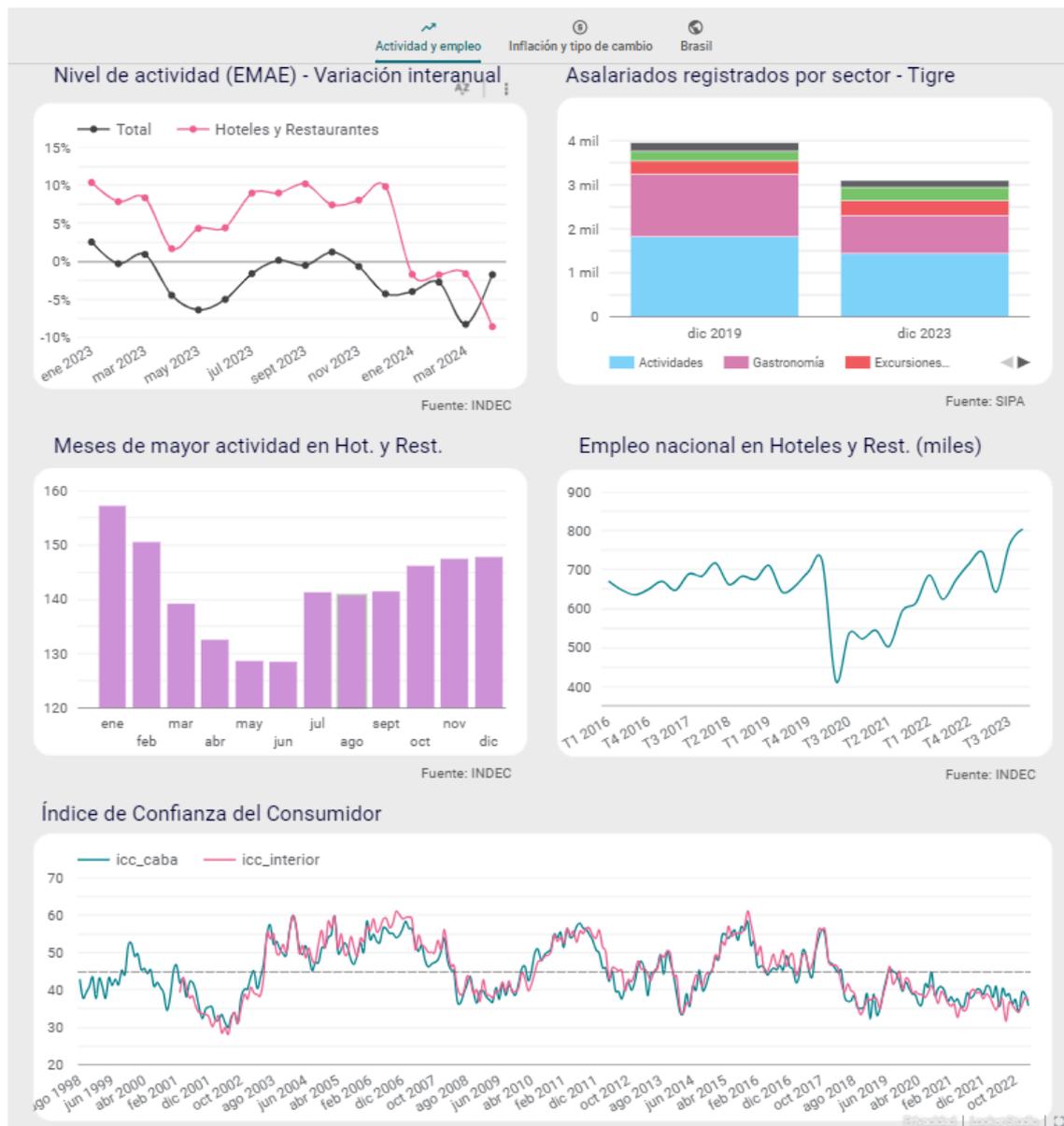


Figura 137: Economía - Actividad y Empleo - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

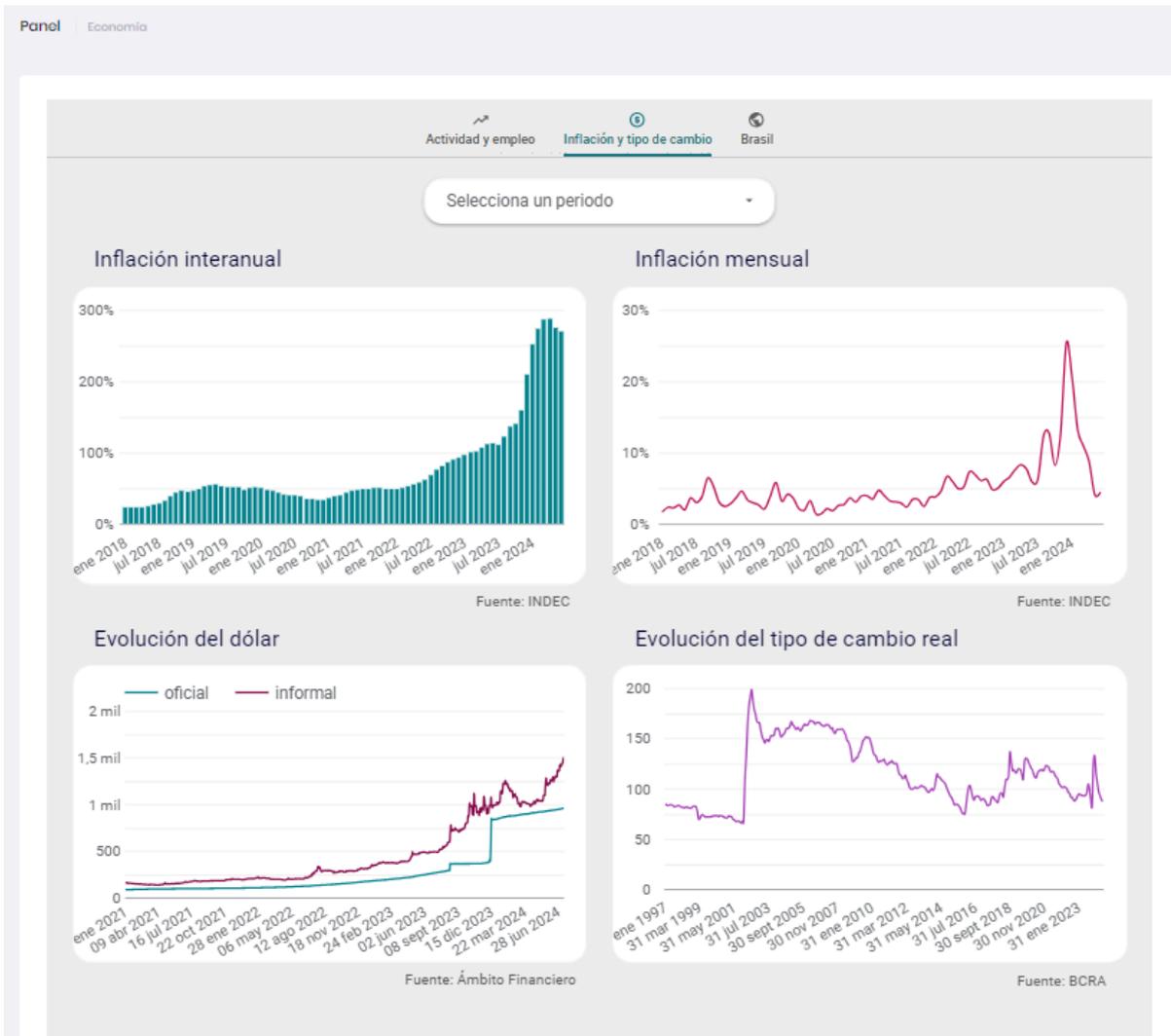


Figura 138: Economía - Inflación y tipo de cambio - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

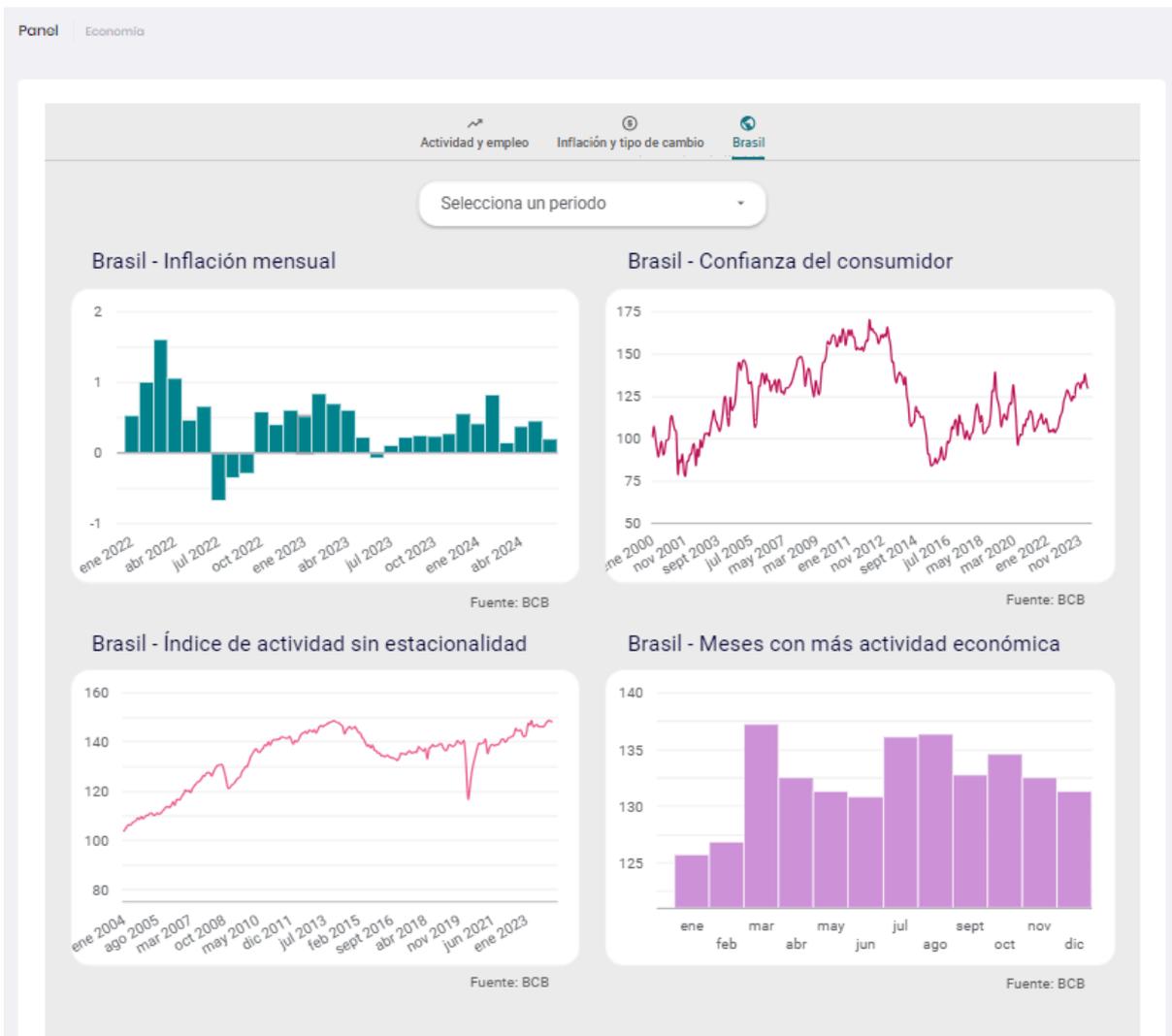


Figura 139: Economía - Brasil - Plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

## 5.4 Capacitación de usuarios y entrega del manual de uso

Se realizó una sesión virtual de capacitación para todos los usuarios de la plataforma, proporcionando instrucciones detalladas sobre su funcionamiento y características principales. Además, se entregó un manual de uso completo que incluye guías paso a paso, consejos útiles y solución de problemas comunes para garantizar que los usuarios puedan aprovechar al máximo todas las funcionalidades de la plataforma.

[Manual de Uso BIN](#)

[Guía Paso a Paso](#)

## ROLES Y PERMISOS DE USUARIOS

| ROLES                       | Monitoreo de la Oferta Turística | Encuesta de Actividad en Alojamientos | Encuesta de Visitantes FZF | Encuesta de Visitantes QR | Encuesta de Visitantes en OIT | Dashboard | Administración Usuarios |
|-----------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------------|-----------|-------------------------|
| Administrador               | ABM                              | ABM                                   | ABM                        | ABM                       | ABM                           | Ver       | ABM                     |
| Referente Municipal         | X                                | X                                     | X                          | X                         | X                             | Ver       | X                       |
| Referente Técnico Municipal | ABM                              | ABM                                   | ABM                        | ABM                       | ABM                           | Ver       | X                       |
| Encuestador                 | X                                | ABM (sólo sus encuestas)              | ABM (sólo sus encuestas)   | X                         | ABM (sólo sus encuestas)      | X         | X                       |
| Prestador                   | X                                | ABM (sólo sus encuestas)              | X                          | X                         | X                             | Ver       | X                       |
| Visitante                   | X                                | X                                     | X                          | Alta                      | X                             | X         | X                       |

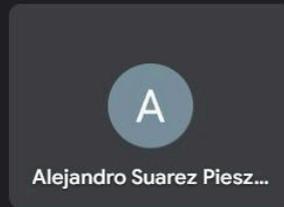


Figura 140: Capacitación sobre plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

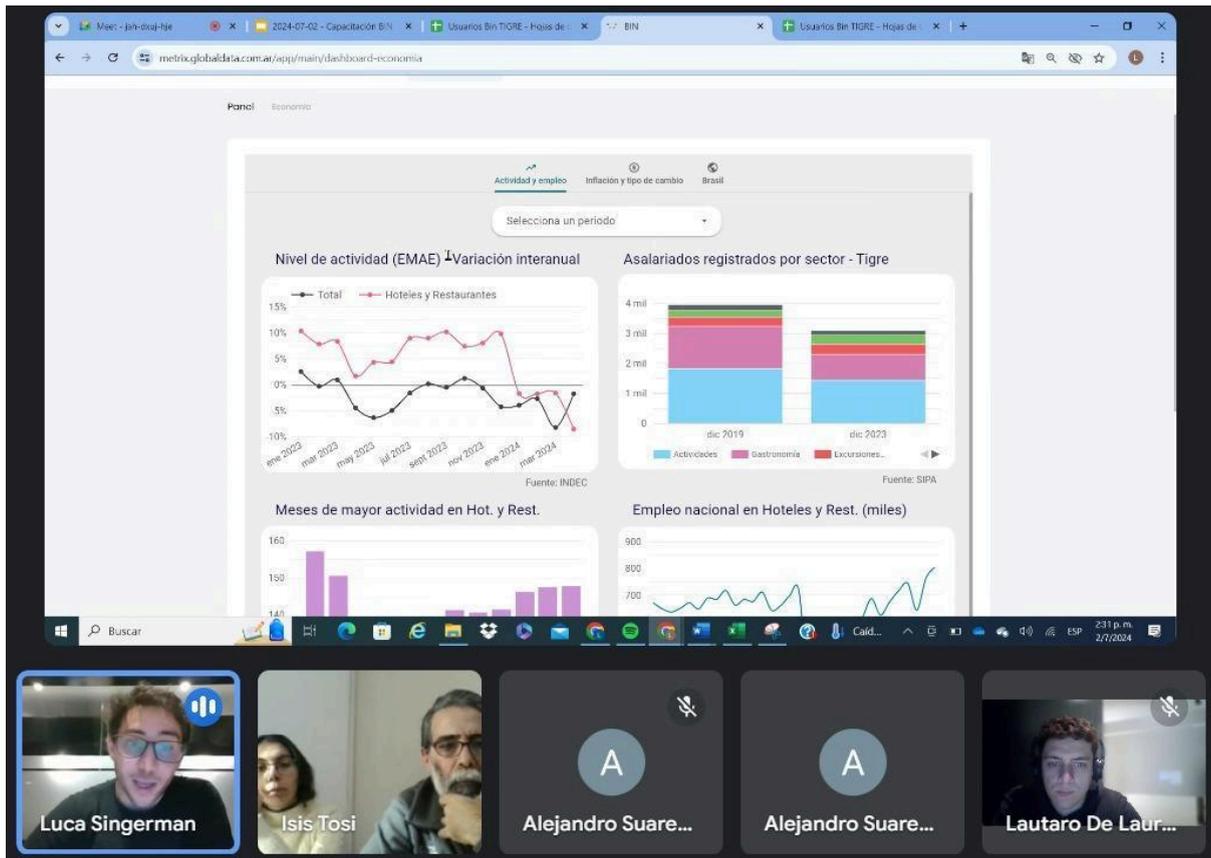


Figura 141: Capacitación sobre plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

### 5.5: Presentación pública de la plataforma

El día 5 de julio de 2024 se llevó a cabo la presentación pública de la plataforma BIN mediante una reunión en formato virtual, vía la plataforma Google Meets en conjunto con la Subsecretaría de Turismo de Tigre. Durante esta reunión se dio a conocer el funcionamiento y los beneficios de la plataforma a los asistentes.

Tabla 13: Participantes de la reunión de presentación de la plataforma BIN

| NOMBRE                   | CARGO   |
|--------------------------|---|
| Alejandro Suarez Pieszko | Director General de Turismo   |
| Isis Tosi                | Responsable de Estadísticas - Subsecretaría de Turismo de Tigre               |
| Guido Baldassarre        | Responsable del Área Circuitos Turísticos - Subsecretaría de Turismo de Tigre |
| Juan Santiago Grillone   | Encargado Operativos estadísticos -   |

|                          |                                   |
|--------------------------|-----------------------------------|
|                          | Subsecretaría de Turismo de Tigre |
| Luca Alejandro Singerman | Equipo Técnico Metrix             |
| Lautaro De Laurentiis    | Equipo Técnico Metrix             |

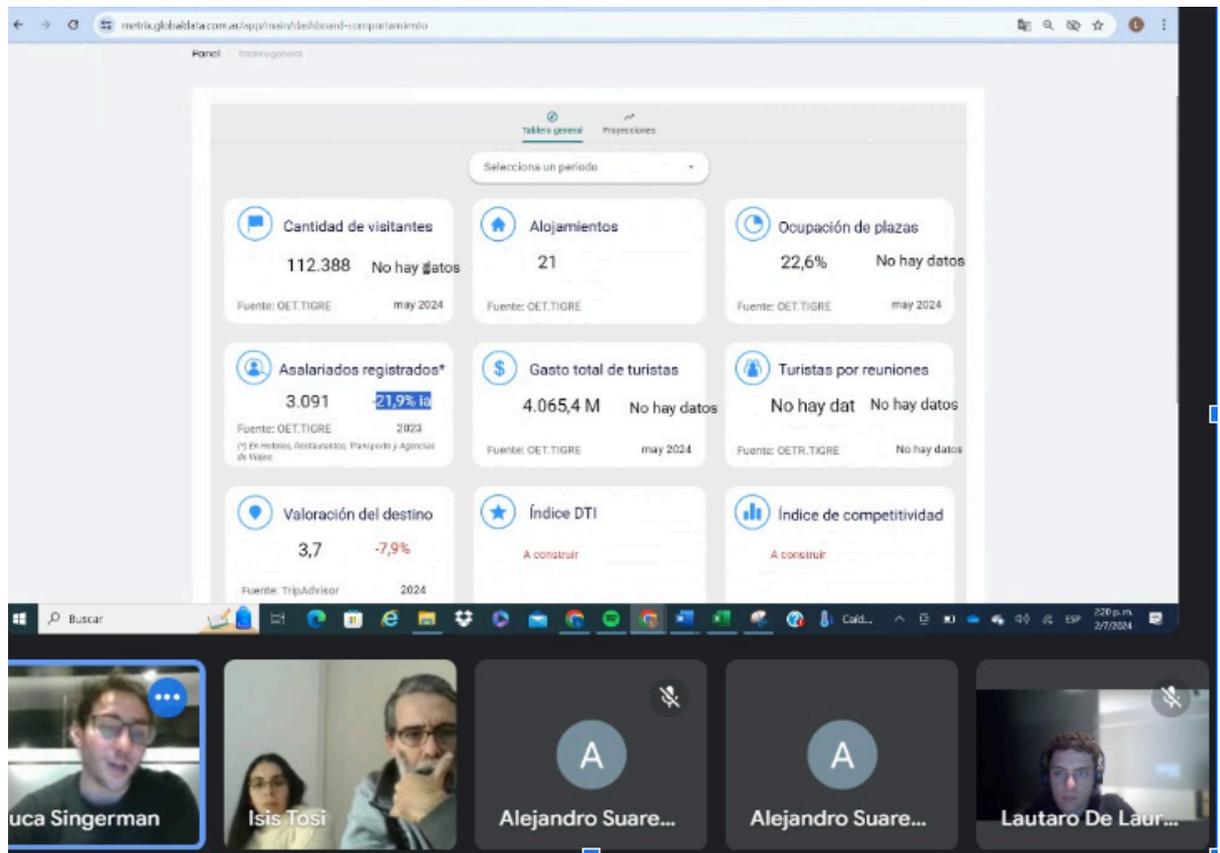


Figura 142: Presentación plataforma BIN

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que, por cuestiones propias del municipio, la presentación pública en el destino, junto con el sector privado se realizará una vez se haya entregado el presente informe, permitiendo así una integración más completa y detallada de todos los actores involucrados en el OET.Tigre. Se esperan al menos 35 participantes del sector privado.

## TAREA 6. IMPLEMENTACIÓN DEFINITIVA DEL OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO (OET.TIGRE)

El día 15/07/2024 se realizó una reunión, en formato virtual vía la plataforma Google Meet, con los actores de la Subsecretaría de Turismo de Tigre involucrados en el OET.Tigre. Se realizó la difusión pública de los primeros resultados estadísticos definitivos, obtenidos por el OET.Tigre, a partir de los resultados alcanzados en la prueba piloto, siendo de gran importancia consolidar este instrumento de producción de información para el sector.

La presentación consistió en una descripción de los resultados principales del OET.Tigre, obtenidos hasta el momento.

A continuación se detallan algunos de los resultados presentados públicamente:

- Tasa de ocupación de la provincia
- Estadía promedio
- Total turistas que visitaron la provincia
- Total de excursionistas que visitaron la provincia
- Total de visitantes que visitaron la provincia
- Gasto promedio diario
- Impacto económico
  
- Pernoctaciones
  
- Perfil del visitante

### [Resultados definitivos OET.Tigre](#)

Tabla 14: Participantes de la reunión de presentación de la plataforma BIN

| NOMBRE                   | CARGO   |
|--------------------------|---|
| Alejandro Suarez Pieszko | Director General de Turismo   |
| Isis Tosi                | Responsable de Estadísticas - Subsecretaría de Turismo de Tigre       |
| Juan Santiago Grillone   | Encargado Operativos estadísticos - Subsecretaría de Turismo de Tigre |
| Luca Alejandro Singerman | Equipo Técnico Metrix   |
| Lautaro De Laurentiis    | Equipo Técnico Metrix   |

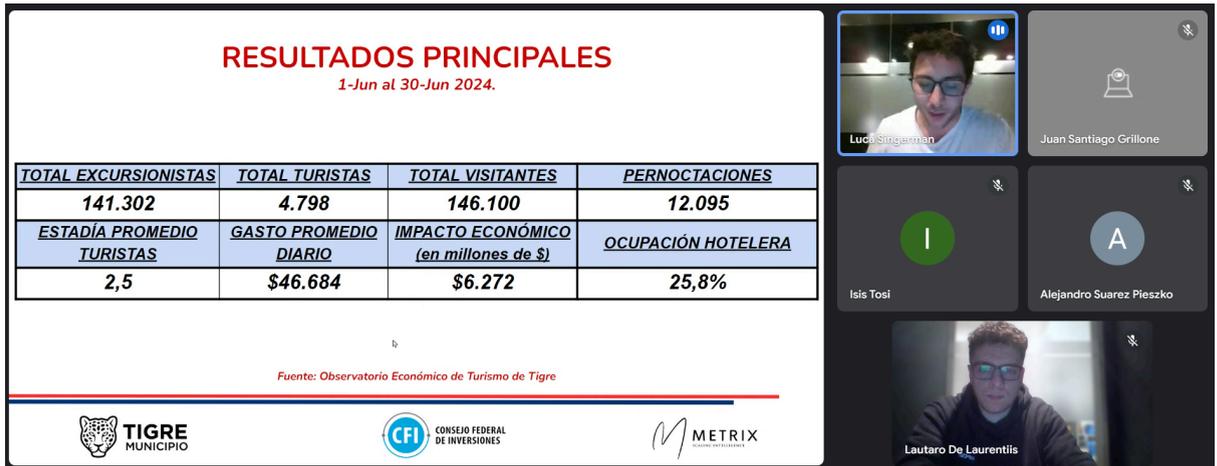


Figura 143: Implementación definitiva del OET.Tigre

Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO

### I. Actores clave de interés (*stakeholders*)

Tabla 15: Listado de *stakeholders*

| NOMBRE ENTIDAD     | LOCALIZACIÓN     | TIPO              | DESCRIPCIÓN  |
|--------------------|------------------|-------------------|--|
| CAME               | Tigre            | Cámara            | Entidad gremial empresaria sin fines de lucro.   |
| INSTITUTO 199      | El Talar         | Entidad académica | Instituto terciario con tecnicatura en hotelería y turismo                                     |
| REVISTA LA ISLA    | Delta del Paraná | Medio de prensa   | Revista de difusión para vecinos de islas  |
| UIA                | Tigre            | ONG / Asociación  | Asociación gremial empresaria sin fines de lucro.  |
| AHT                | Tigre            | ONG / Asociación  | Organización sin fines de lucro que agrupa y representa a los hoteles más importantes del país |
| FEHGRA             | Tigre            | ONG / Asociación  | Federación Empresaria que representa a toda la actividad hotelera gastronómica del país.       |
| ASEN               | Tigre            | ONG / Asociación  | Asociación Empresaria del Noreste de la Provincia de Buenos Aires                              |
| KANOO              | Delta del Paraná | Prestador         | Gastronómico local   |
| ISLA EL DESCANSO   | Delta del Paraná | Prestador         | Salón de eventos local   |
| VIVANCO            | Tigre            | Prestador         | Gastronómico local   |
| MARÍA LUJÁN        | Tigre            | Prestador         | Gastronómico local   |
| STURLA             | Tigre            | Prestador         | Empresa de excursiones fluviales local   |
| WYNDHAM            | Nordelta         | Prestador         | Alojamiento local  |
| RIO TIGRE HOTEL    | Tigre            | Prestador         | Alojamiento local  |
| CASINO TRILLENIUM  | Tigre            | Prestador         | Casino local   |
| PARQUE DE LA COSTA | Tigre            | Prestador         | Parque de diversiones local  |
| TÍA ÑATA           | Dique Luján      | Prestador         | Gastronómico local   |
| TORREPUEBLO        | Benavidez        | Prestador         | Alojamiento local  |
| LANCHAS COLECTIVAS | Tigre            | Prestador         | Empresas de transporte fluvial   |
| CENTRO DE GUIAS    | Tigre            | Prestador         | Centro de guías de Tigre e Islas   |
| CACIT              | Tigre            | Sector público    | Cámara comercial e Industrial de Tigre   |

|  |        |                |  |
|--|--------|----------------|--|
| DELEGACIÓN DE ISLAS  | Tigre  | Sector público | Delegación de localidad de islas                         |
| PREFECTURA   | Tigre  | Sector público | Ente que tiene jurisdicción en la navegación             |
| DIRECCIÓN DE TRANSPORTE PROVINCIAL                         | Tigre  | Sector público | Ente regulador de la actividad de las lanchas colectivas |
| SECRETARIA DE TURISMO NACIÓN                               | Nación | Sector público | Organismo Nacional                                       |
| SUBSECRETARÍA DE TURISMO                                   | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |
| SUBSECRETARÍA DE HABILITACIONES COMERCIALES E INDUSTRIALES | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |
| SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA                       | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |
| SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y AMBIENTAL             | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |
| SUBSECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y FISCALIZACIÓN TRIBUTARIA   | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |
| SUBSECRETARÍA DE DEPORTES                                  | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |
| SUBSECRETARÍA DE CULTURA                                   | Tigre  | Sector público | Organismo Municipal                                      |

Fuente: elaboración propia en base a información de Subsecretaría de Turismo Tigre

## II. Taller de Necesidades de Información

Tabla 16: Listado de participantes taller de Necesidades de Información

| # | Nombre y Apellido | Organización que representa |
|---|-------------------|-----------------------------|
| 1 | Claudio Sanchez   | Aire de Proa                |

|    |                     |                        |
|----|---------------------|------------------------|
| 2  | David Ovejero       | Baruc                  |
| 3  | Enyuli Calvar       | Baruc                  |
| 4  | Gustavo Esquivel    | CACIT                  |
| 5  | Adrian Suarez       | Centro de Guías        |
| 6  | Marcelo Israel      | Delta Eco Hotel        |
| 7  | Paola Ojeda         | Museo Naval            |
| 8  | Maria Ines          | Natventure             |
| 9  | Celeste Vottchevith | Sturla                 |
| 10 | Luciana Aldana Miño | Tia Ñata               |
| 11 | Edgardo martiarena  | Vivanco                |
| 12 | Erika Yomayel       | Solar del delta        |
| 13 | Victoria Roveng     | Solar del delta        |
| 14 | Juliana Dueñas      | Secretaria de Ambiente |
| 15 | Florencia Mosqueda  | Secretaria de Ambiente |
| 16 | Lucas Gianella      | Empleo                 |
| 17 | Felipe Sagastume    | Empleo                 |
| 18 | Brian               | Puerto de Frutos       |
| 19 | Gabriela Tersigni   | Puerto de Frutos       |
| 20 | Julia Villalobos    | Timon Dorado           |
| 21 | Javier Nadal        | Posada 1860            |
| 22 | Fernando Ibarra     | Casa Villa Julia       |
| 23 | Edgardo Vieira      | Maria Lujan            |
| 24 | Lorena Cobelo       | Chapaleo               |
| 25 | Pablo Pereyra       | Cultura                |
| 26 | Mario Magini        | Habilitaciones         |
| 27 | Lucas Iglesias      | Economia               |

|    |                 |          |
|----|-----------------|----------|
| 28 | Cristian Pasten | Ambiente |
| 29 | Federico        | CAPI     |

*Fuente: elaboración propia en base a información de Subsecretaría de Turismo Tigre*



Figura 144: Taller Participativo sobre Necesidades de Información

Fuente: elaboración propia

### III. Taller de Diagnóstico DTI

Tabla 17: Listado de participantes taller de Diagnóstico DTI en el destino

| #  | Nombre y Apellido                                      | Organización que representa |
|----|--|-----------------------------|
| 1  | Adrián Suarez  | Centro de Guías             |
| 2  | Alejandro Schezer                                      | Torre Pueblo                |
| 3  | Carlos Michelli  | Club de Remo                |
| 4  | Claudio Sánchez  | Aire de Proa                |
| 5  | Damián Molina  | Kanoo                       |
| 6  | Daniela Vera   | Parque de la Costa          |
| 7  | David Ovejero  | Baruc                       |
| 8  | Edgardo Martiarena                                     | Vivanco                     |
| 9  | Erika Yomayel  | Solar del delta             |
| 10 | Ezequiel Molina (No representa a ninguna organización) |                             |
| 11 | Gabriel Aquino   | Mi Rancho                   |
| 12 | Hernán Fleita  | Estilo Adelina              |
| 13 | Jeremias Ginko   | Tia Ñata                    |
| 14 | Jorgelina Turri Zanoni                                 | Rio Tigre Hotel             |
| 15 | Judith Irigoitia                                       | Rio Tur                     |
| 16 | Karina   | Zona Tour                   |
| 17 | Marcelo Israel   | Delta Eco Hotel             |
| 18 | Maria Belén Mansilla                                   | La Morada                   |
| 19 | Maria Inés   | Natventure                  |
| 20 | Marina   | Subí a Tigre                |
| 21 | Micaela Silvestre                                      | Sturla                      |
| 22 | Nilda Camarotta  | Terrazas del Puerto         |

|    |                  |                     |
|----|------------------|---------------------|
| 23 | Pablo            | Escuadrón Paintball |
| 24 | Pablo Cenestrari | CACIT               |
| 25 | Paola Ojeda      | Museo Naval         |
| 26 | Ricardo Muño     | AHT                 |

Fuente: elaboración propia en base a información de Subsecretaría de Turismo Tigre



Figura 145: Presentación del diagnóstico DTI del destino

Fuente: elaboración propia