Estudio 1.EE. 424
Producto Esperado
Coordinador

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN DE LA NACIÓN
SECRETARÍA DE POLÍTICA ECONÓMICA
DIRECCIÓN NACIONAL DE PREINVERSIÓN (DINAPREI)
PROGRAMA MULTISECTORIAL DE PREINVERSIÓN III
PRÉSTAMO BID 1896/ OC-AR

ESTUDIO: 1.EE. 424

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE EN EL PARTIDO DE CHASCOMUS

PRODUCTO ESPERADO
TOMO II
capítulo III

Coordinador
arq. Julio S. Caviglioni

Consultores
lic. Osvaldo J. Casalins, mg Ignácio G. Armida , arq. Manuel Garcia Munitis,
lic. Alejandro S. Barone, lic. Ana Reeves,
abog. Ma. Cecília Rodriguez, lic. Hebe M. Bolgan

Chascomús, abril de 2011

ÍNDICE

TOMO II

CAPITULO 3. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	Pág. 80
Identificación de la visión	Pág. 81
Identificación de la misión	Pág. 82
Árbol de objetivos	Pág. 83
Árbol Estratégico (AE) del Plan	Pág. 84
AE. Articulación Publico/Privado	Pág. 85
AE. Sistema de Control y Monitoreo	Pág. 86
AE. Concepto Marca/Ciudad	Pág. 87
AE. Normativa de Protección	Pág. 88
AE. Patrimonio Cultural Construido	Pág. 89
AE. Patrimonio Natural	Pág. 90
AE. Prestaciones, Equipamiento y Servicios	Pág. 91
Concepto Metodológico	Pág. 92
Programas y Proyectos. Articulación Pub/Priv.	Pág. 93
Programas y Proyectos. Control y Monitoreo	Pág. 104
Programas y Proyectos. Concepto Marca /Ciudad	Pág. 111
Programas y Proyectos. Normativa de protección	Pág. 131
Programas y Proyectos. Patrimonio C. Construido	Pág. 143
Programas y Proyectos. Patrimonio Natural	Pág. 155
Programas y Proyectos. Prestaciones, Equip. y Serv.	Pág. 170

CAPÍTULO 3 –Formulación estratégica

VISIÓN

ARBOLES ESTRATÉGICOS

CONTENIDO DEL PLAN ESTRATÉGICO

Identificación de la Visión

La visión es identificada como el escenario deseable, se puede resumir, según Cotorruelo Menta como la resultante entre los deseos y el pensamiento.

Así es que, luego de realizado el proceso de análisis de situación, a manera de diagnóstico y después de la identificación del marco problemático y los distintos problemas focales por cada uno de los puntos temáticos, de acuerdo a los bloques de análisis, llega la instancia de formulación, para esto es necesario que la definición de *la visión* lograda sea compartida por los distintos actores del proceso, a modo de valores y expectativas.

Esta etapa del trabajo, tiene una fuerte característica comunicacional para dentro de proceso, (y para afuera de este) por lo que no debe confundirse con el mensaje mediático que se desarrollará luego para trasmitir ideas sobre el Plan.

Esta Visión, deberá responder a las características de deseable, posible, y comunicable, que, permita orientar los esfuerzos colectivos generando cohesión y estimulando nuevas formas de gestión por resultados.[14]

Pero, como de ciudad se trata, es bueno recordar que "... *armar un proyecto, pensarlo; pero no en el aire, copiando, sino creando sobre las posibilidades reales. Hay que analizar las oportunidades con los pies muy metidos en la realidad, pero con sueños y con política. Este es el gran tema: sin sueños y sin política, no hay futuro...*" [15]

De esta manera, y luego del trabajo en distintos Talleres con los prestadores, (independientes y la A.C.E.) los Concejales y los integrantes de la Camara de Comercio, mas los integrantes del ejecutivo municipal, se llega la siguiente definicion:

Chascomús, un municipio de gestión moderna,

donde conviven la historia y la cultura,

junto a su laguna;

que merece ser vivido en plenitud por sus vecinos,

y visitado por aquellos que aprecian estos atributos.

Para resumir en el título del Plan de Turismo:

Chascomús... el mejor lugar para vivir,

es el mejor lugar para visitar.

Como se puede observar, se ha llegado a una buena *resultante entre los deseos y el pensamiento,* donde no solo se expresa poner en valor la identidad chascomunense, a través de su patrimonio cultural (aun no reconocido) y natural (por el que es conocido); pero a la vez rescata elevar la calidad de vida de sus habitantes y que junto con la toma de conciencia de estos, lleguen los visitantes a disfrutar lo que Chascomús brinda a los suyos.

14 Schwenheim ,2006

15A. Puig Picart, 2006.

Un párrafo a parte, merece la mención de la gestión, ya que esta no fue definida como un tema vinculado al estado solamente (como se puede observar en los bloques de análisis); por lo tanto al hacer referencia a la *gestión moderna y participativa* se refiere, tanto al Gobierno Local, en sus distintos departamentos, como asimismo a las instituciones de la sociedad civil, que también necesitan esa concepción, para llevar adelante un proceso de Desarrollo Local, donde el turismo cumplirá con su contribución, junto a los demás sectores de la economía.

Para facilitar las tareas posteriores, de igual manera, se trabajo construyendo *la visión* de los 2 bloques de análisis, y ya dentro de estos se fueron detallando los objetivos parciales, según los distintos puntos comprendidos en cada bloque.

Por lo tanto para Oferta Turística se elaboró la siguiente visión:

Chascomús,

brinda una oferta turística cuantitativamente y cualitativamente superior,

fomentando responsablemente sus atributos naturales y culturales,

fortaleciendo la competitividad y sostenibilidad del sector,

instalado como destino turístico durante todo el año.

Como objetivos particulares, dentro de Oferta Turística se identificaron:

- Fomentar la competitividad de las prestaciones, equipamientos y servicios
- Promover la conservación del patrimonio natural, como producto turístico
- Instalar al patrimonio cultural construido, como producto turístico[16]

En lo referente a Sistemas de Gestión, se construyo la siguiente visión:

Chascomús,

ubicada como marca en el circuito nacional,

toma decisiones en base a datos certeros,

dentro de un marco

de procesos participativos e inclusivos de todos los actores involucrados

bajo un amplio espectro legal de protección

Teniendo los Sistemas de Gestión, los siguientes objetivos particulares:

- Instalar (el concepto de) la marca Chascomús, primero para adentro, luego para afuera
- Construir un sistema de indicadores de calidad
- Crear un espacio mixto de decisión

16 Producto Turístico es aquel recurso que luego de un proceso ofrece un conjunto de servicios elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas de los turistas.

- Brindar cobertura legal a las medidas adoptadas

Identificación de la *misión*

Continuando con el proceso de formulación, es el momento de adecuar la misión, la que se puede definir como el objetivo general del plan, - teniendo presente al formularla las verdaderas posibilidades de alcance del mismo, de acuerdo a la capacidad del municipio - para alcanzar progresivamente la visión que ya ha sido planteada.

Se puede definir a *la Misión*, como el conjunto de objetivos de gestión. Nuevamente citando a Cotorruelo Menta*, la resultante entre los deseos y la acción*.

Pero para lograr una correcta interpretación de *la misión*, esta deberá estar redactada "*en términos comunicables para los integrantes de la Institución y para permitir un claro posicionamiento institucional de la misma*"[17]

Es entonces que la Misión del Plan, será:

Optimizar la Oferta y mejorar los Sistemas

de Gestión del de turismo, para que la

actividad pueda contribuir en el proceso de

Desarrollo Local.

Caracterización de los Ejes Estratégicos:

Se entiende por Ejes Estratégicos, a las líneas directrices que nos conducen a la Visión u Objetivo General del Plan, su definición de "estratégico", como fuera señalado en las distintas etapas del trabajo, hace referencia al modo de aprovechar las características favorables del entorno, superando las dificultades coyunturales o estructurales del actual escenario, a fin de alcanzar el deseado y posible.

Es entonces, que con *las visiones* ya identificadas y teniendo ya los objetivos particulares, se adaptan los (originales) ángulos temáticos como ejes estratégicos con sus líneas de acción, según los bloques con los que se viene llevando adelante el proceso; para quedar definidos de la siguiente manera:

Oferta turística

Desarrollo de la oferta

- Proyectar la oferta turística.
- Optimizar la conectividad (no solo física) entre las ofertas

Calidad de destino

- Definir a Chascomús como garantia de calidad.
- Avalar la calidad de las distintas ofertas.

Sistemas de Gestión

17 Schwenheim ,2006

Organización y gestión institucional

- Identificar al Turismo como uno de los motores de la Estrategia de desarrollo de Chascomús.
- Garantizar la continuidad de las políticas y brindar seguridad jurídica.
- Disponer y gestionar la información necesaria para la planificación.

Promoción y marketing

- Revalorizar la Marca Chascomús.
- Integrar las sub marcas a la estrategia general.
- Unificar las acciones publico-privadas.

Árbol de objetivos

Como se pudo apreciar en el Capítulo de Diagnostico, se utilizó como herramienta de síntesis el Árbol de Problemas[18], para obtener una perspectiva general de la problemática a resolver.

Con esta herramienta, se formula, una relación causa/efecto, de los aspectos negativos en relación con el problema en cuestión. Luego de verificar el mencionado encadenamiento causa/efecto, se logran ordenar los problemas principales permitiendo identificar el conjunto de problemas sobre el cual se concentrarán los objetivos de los distintos proyectos. [19]

Como espejo o contraposición de éste, surge el Árbol de Objetivos[20], así es que los problemas identificados, se convierten, como soluciones, en objetivos del proyecto (tomados de manera integral) como parte de la etapa inicial de diseñar una respuesta.[21]

Con la Visión del Plan ya establecida, con los Ejes Estratégicos generales determinados, y con la caracterización de los objetivos visualizados, se Diseñó un Plan Estratégico, cuyos proyectos contemplan el ataque a los puntos críticos identificados en las distintas áreas de trabajo.

Para una mejor comprensión del Plan en general, a continuación se detallará un árbol estratégico general, luego el desprendimiento de cada rama por cada área de estudio, para finalmente describir la totalidad de los proyectos, lo que de esta manera completaría la implementación de largo plazo

18 Ver , Árboles de Problemas

19 BID (EVO) Evaluación: Una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos

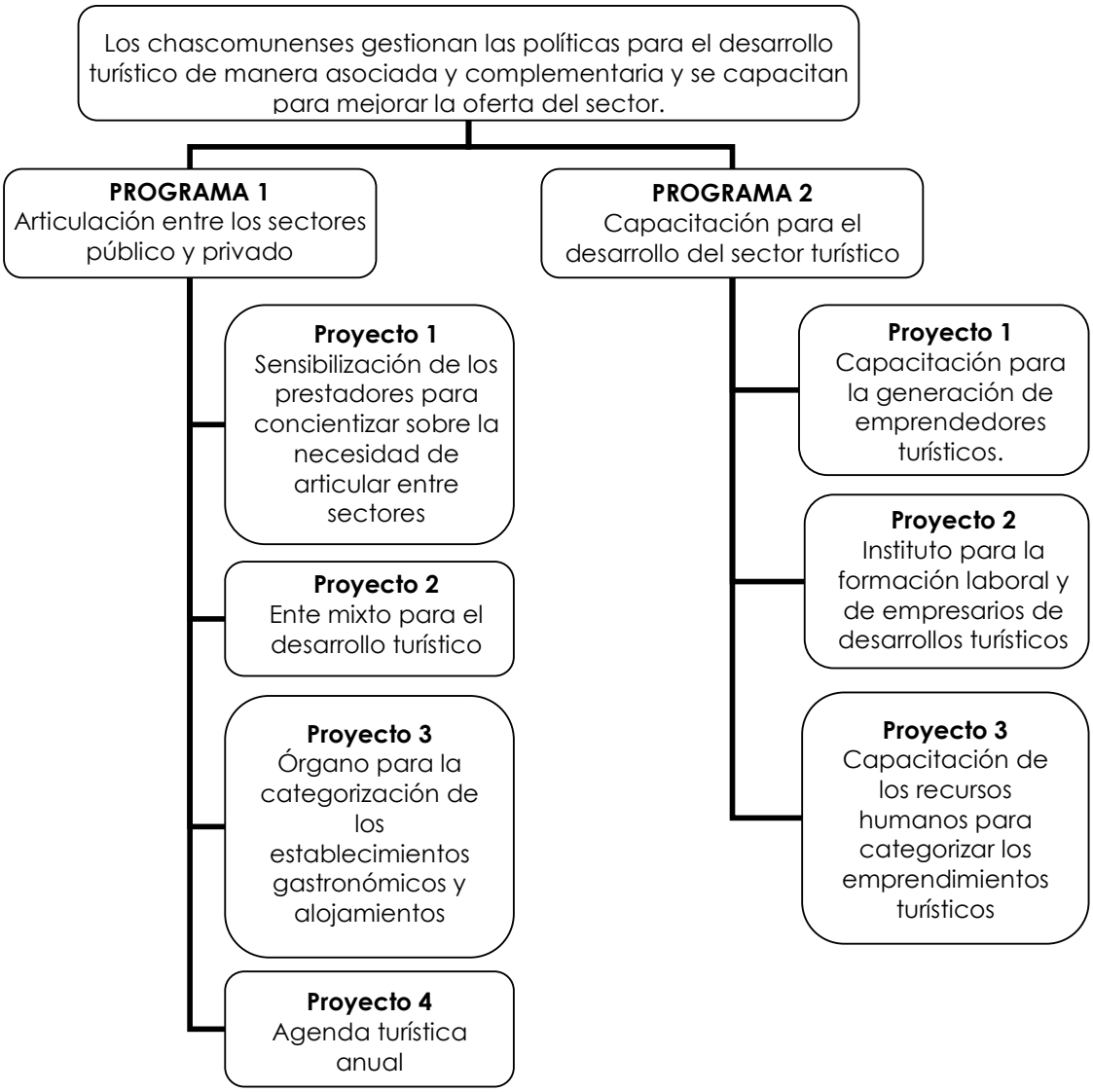
20 Ver Árboles de Objetivos

21 BID (EVO) Evaluación: Una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos

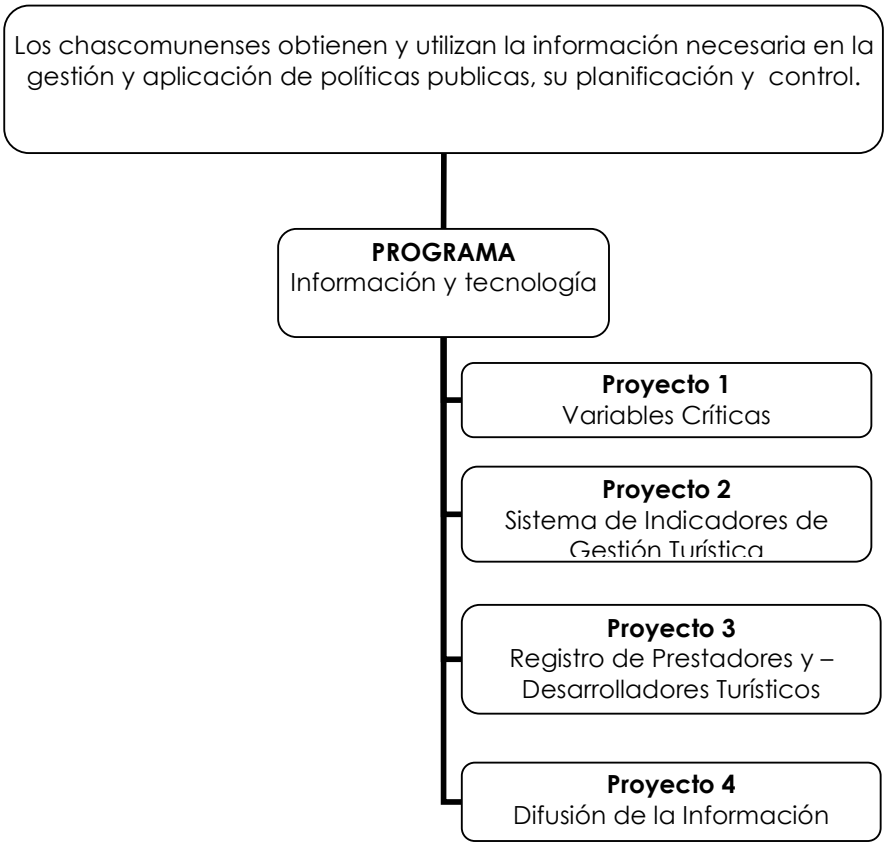
Chascomús, un municipio de gestión moderna, donde conviven la historia y la cultura, junto a su laguna; que merece ser vivido en plenitud por sus vecinos, y visitado por aquellos que aprecian estos atributos.
Chascomús... el mejor lugar para vivir, es el mejor lugar para visitar.

- Los chascomunenses gestionan las políticas para el desarrollo turístico de manera asociada y complementaria y se capacitan para mejorar la oferta del sector.
  - **PG1** Articulación entre los sectores público y privado
  - **PG 2** Capacitación para el desarrollo del sector turístico
- Los chascomunenses obtienen y utilizan la información necesaria en la gestión y aplicación de políticas publicas, su planificación y control.
  - **PG 1** Información y tecnología
- Los chascomunenses consiguen instalar a su ciudad como marca en el circuito turístico nacional
  - **PG 1** Fortalecer la identidad local
  - **PG 2** Definir y fortalecer la "marca-ciudad" y el vínculo público y privado
  - **PG 3** Instalar efectivamente la marca-ciudad a nivel local
  - **PG 4** Instalar a Chascomús en la oferta turística nacional
- Los chascomunenses ponen en valor su patrimonio natural y cultural y lo incorpora a la oferta turística, combinando acciones de conservación y de aprovechamiento sustentable.
  - **PG 1** Encuadre Legal
  - **PG 2** Autoridad de aplicación
  - **PG 3** Puesta en valor del patrimonio
- Los chascomunenses logran, una ciudad donde puede percibirse en sus calles la historia, cultura y tradición de siglos pasados; que interaccionan de manera sustentable con el ecosistema de la laguna.
  - **PG 1** Puesta en valor del espacio público articulador entre la laauna y la ciudad
  - **PG 2** Puesta en valor del patrimonio cultural construido
  - **PG 3** Alteración de usos en inmuebles con fines turísticos
- Los chascomunenses desarrollan conciencia de conservación de los humedales para obtener sus mejores servicios ecosistémicos
  - **PG 1** Ambiente sustentable
  - **PG 2** Arbolado Urbano
  - **PG 3** Conservación de la laguna
  - **PG 4** Turismo de los recursos naturales
- Los chascomunenses fomentan la competitividad de la oferta turística, incrementando el valor agregado mediante una gestión de calidad integral y diversificación de productos.
  - **PG 1** Gestión de calidad
  - **PG 2** Categorización turística
  - **PG 3** Turismo para todos
  - **PG 4** Desarrollo del turismo de reuniones
  - **PG 5** Fomento a las inversiones

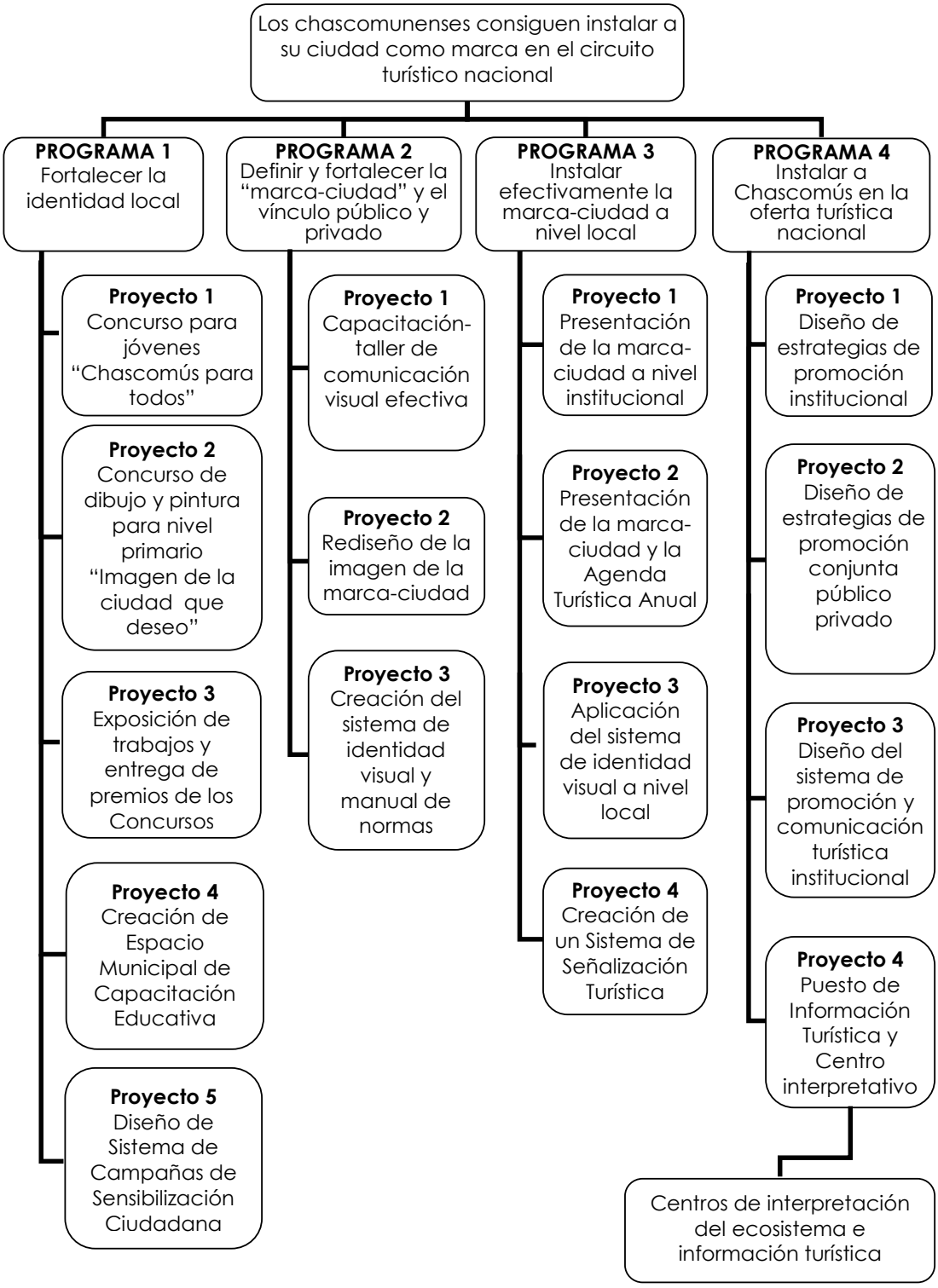
Árbol Estratégico – Articulación Público / Privado



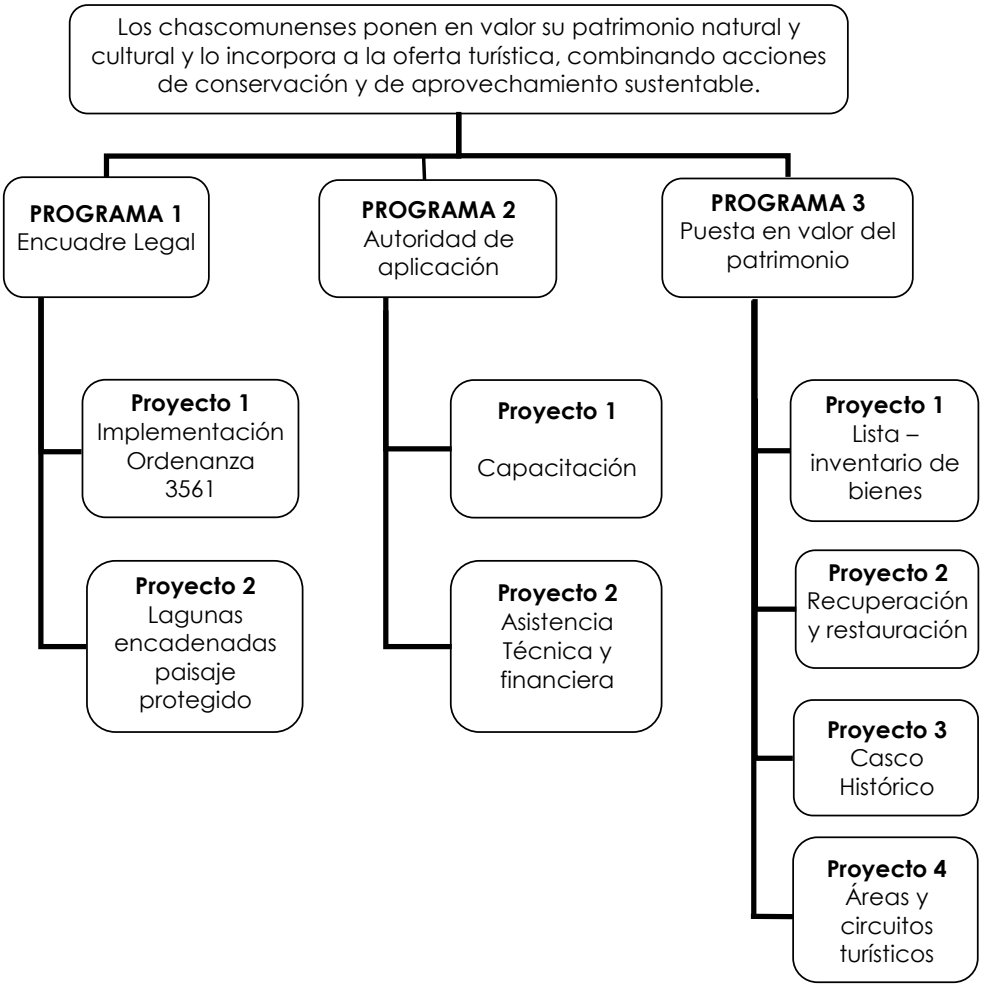
Árbol Estratégico – Sistemas de control y monitoreo.



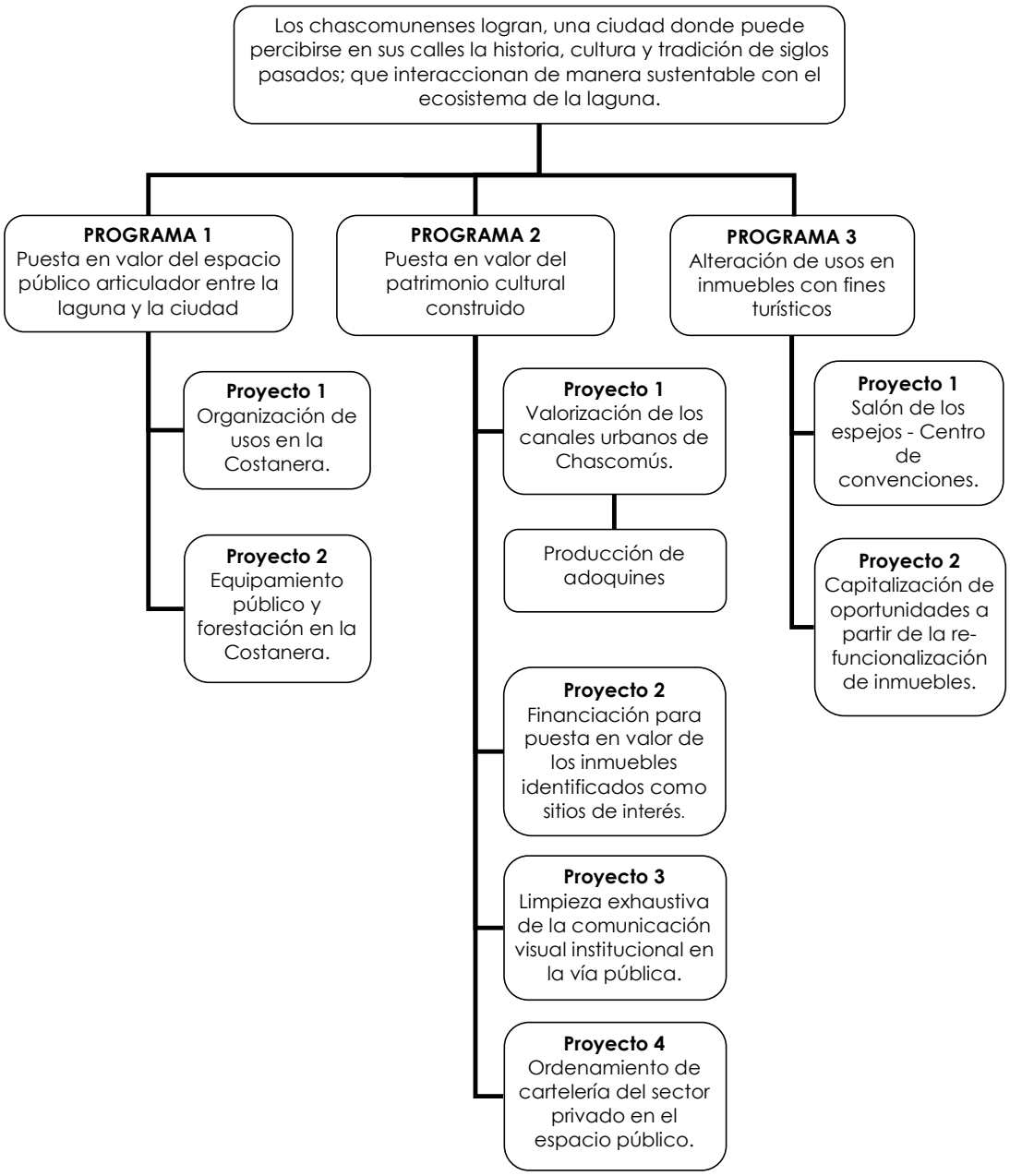
Árbol Estratégico- Concepto Marca / Ciudad



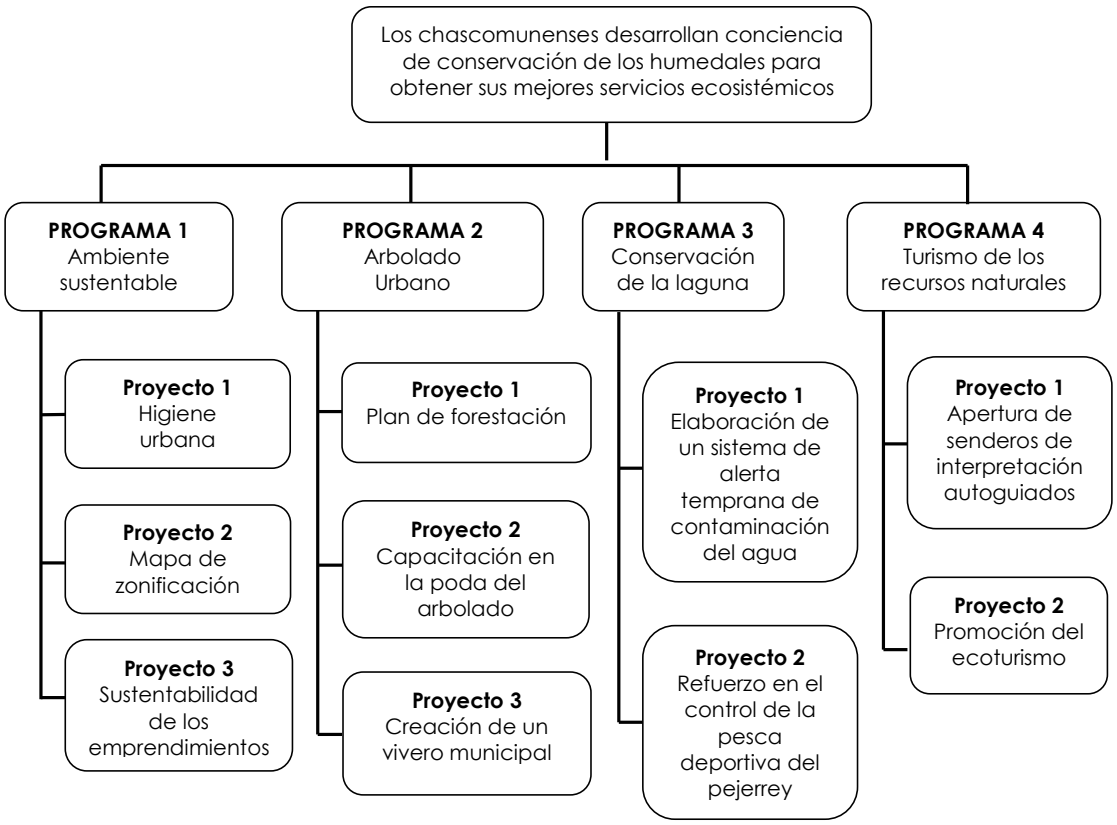
Árbol Estratégico- Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural



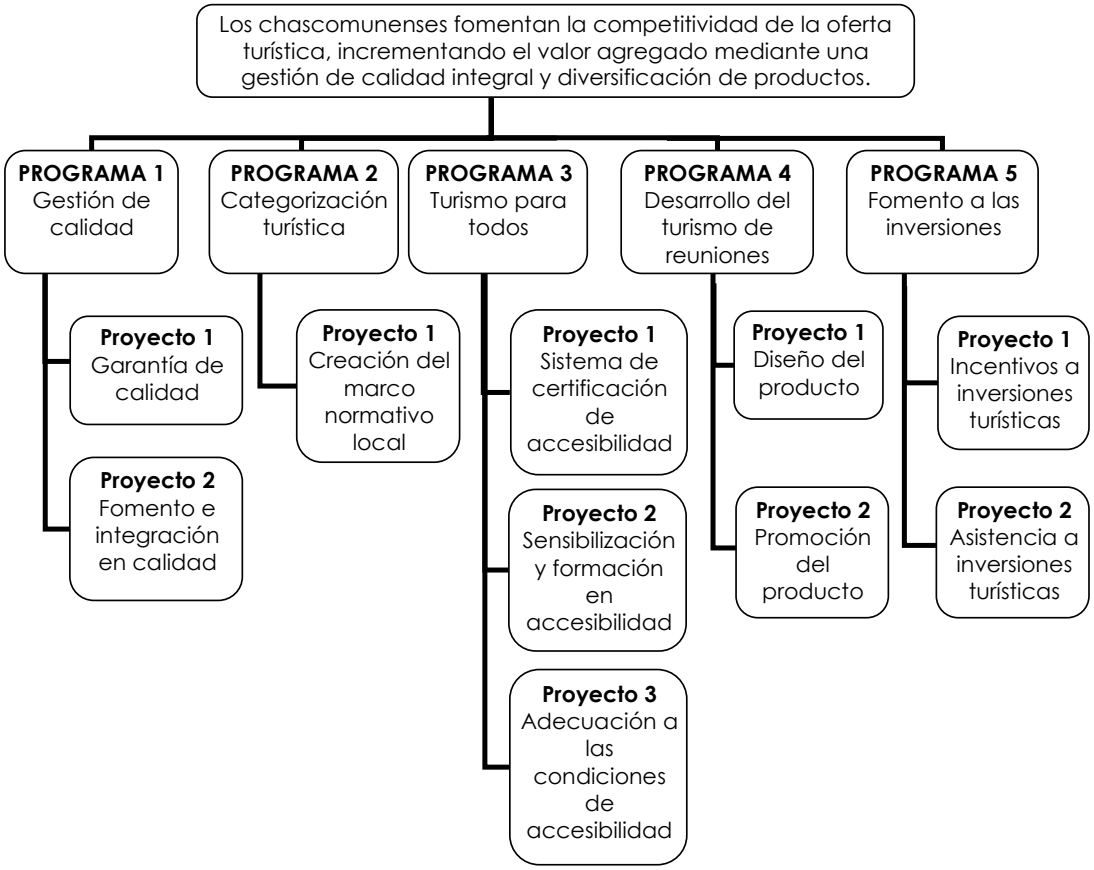
Árbol Estratégico- Patrimonio Cultural Construido



Árbol Estratégico – Patrimonio Natural



Árbol Estratégico – Oferta turística- Prestaciones, Equipamiento y Servicios



El concepto metodológico

Llegada esta instancia, es válido, traer el concepto de la metodología de trabajo, cuando señala en su segundo punto:

- Un momento de carácter político/estratégico caracterizado por la definición de la visión y los distintos cursos de acción para obtenerla.

Este proceso, que se ha llevado a cabo de manera participativa, esta sintetizado en el presente capitulo, donde se puede observar, bajo los títulos: Identificación de Visión, caracterización de los Ejes Estratégicos y Árbol de Objetivos, la parte de formulación colectiva

En su último punto, el mencionado concepto de metodología señala la existencia de:

- Un tercer momento en el que se formula un plan operativo que establezca la intervención en la situación que se pretende transformar.

Teniendo como insumo básico, el material desarrollado en los capítulos I y II, más lo elaborado del presente, es que se transcurre este momento, con la elaboración del Árbol Estratégico que corresponde al Plan, como así también las distintas "ramas" de este, como son los Árboles de cada una de las ares de estudio.

Para dar luego paso, a la elaboración de los proyectos que comprenden el Plan Estratégico.

Como cierre de este capitulo, es oportuno traer, a manera de síntesis, la siguiente definición:

La planificación estratégica; es comprensiva a largo plazo y relativamente general. Se centra en temas amplios y duraderos que aseguran la efectividad de la organización y su desarrollo durante años. El plan estratégico establece la finalidad de la organización y puede describir un conjunto de metas y objetivos[152]

152 Arriagada, Ricardo, ILPES-CEPAL, (2002)

PROGRAMAS Y PROYECTOS
ARTICULACIÓN PÚBLICO / PRIVADO

Programa 1

ARTICULACIÓN ENTRE LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO

Fundamentación

El sector turístico está conformado eminentemente por el sector privado. Empresarios, cabañeros, hoteleros, gastronómicos, agencias de turismo y demás lo conforman y son muchas veces el único sostén de esta actividad, que a partir de emprendimientos propios y sin mucho acompañamiento han logrado explotar algunos nichos que intuían que se podían aprovechar. Si bien el empuje del sector privado es imprescindible, sin la decisión y el acompañamiento del sector público es imposible el desarrollo integral de una oferta turística variada, complementaria y sustentable, que atienda a cuestiones que vayan más allá de la búsqueda de la rentabilidad individual que es propia en cualquier emprendedor.

El sector privado debe ser el principal impulsor de la actividad turística y la función del sector público es la de garantizar la sustentabilidad cultural, ambiental y económica para las generaciones futuras, como también velar por la incorporación de distintos actores a la actividad. Entre ambos sectores se debe generar una sinergia que potencie los atributos de ambos y que contribuya a lograr un desarrollo armónico de la actividad para lo que emerge como condición necesaria la consolidación de un espacio de "negociación" donde se acuerden las decisiones y las políticas a implementar, gestionadas de manera asociada.

Objetivo general

- Conformar un espacio interinstitucional que articule los intereses de todos los integrantes del sector turístico, y sirva de ámbito de negociación para la toma de decisiones para el desarrollo del turismo en Chascomús.

Objetivos específicos

- Destacar la innovación y la construcción de confianza local como elementos centrales en la búsqueda de rendimientos crecientes y sensibilizar acerca de la importancia de promover marcos de cooperación permanente entre el sector público y el sector privado.
- Lograr un conocimiento entre todos los integrantes del sector y de sus intereses
- Permitir los agrupamientos de emprendimientos afines para la generación de capacitaciones, lograr volumen para compras conjuntas, pautar espacios publicitarios, etc.
- Vincular a los potenciales emprendedores con el sistema científico tecnológico y otras instituciones y/o empresas

- Divulgar prácticas dirigidas a establecer múltiples alianzas estratégicas para mejorar la performance del sistema productivo local
- Crear los órganos de carácter público privado para gestionar el desarrollo de políticas coordinadas.
- Categorización y re categorización turística en función de las características locales pero encuadradas dentro del marco provincial del decreto 659/07.

Articulación Público / Privado **Programa 1**

Sensibilización de los prestadores para concientizar sobre la necesidad de articular entre sectores

PY 1

Fin

Oferta turística diversificada y complementaria, planificada entre todos los actores del sector

Propósito

Mejoradas y articuladas las relaciones entre actores públicos y privados para la concreción de acciones tendientes al desarrollo turístico.

Producto

Desarrolladores turísticos concientizados y asociados con el fin de generar sinergia con el sector público.

Acciones

- Realizar reuniones entre los prestadores en la que se cuenten las necesidades de cada uno y las actividades que desarrollan en sus emprendimientos.
- Realizar reuniones con los prestadores de manera de sensibilizar acerca de la necesidad de asociarse y vincularse con el sector público.
- Realizar un seminario con representantes de distintos municipios del país que cuenten experiencias de cooperación pública- privada
- Elaborar un documento con propuestas para impulsar en Chascomús, en relación a los puntos analizados y sensibilizados.

Articulación Público / Privado **Programa 1**

Ente mixto para el desarrollo turístico

PY2

Fin

Oferta turística diversificada y complementaria, planificada entre todos los actores del sector

Propósito

Decisiones, acciones evaluaciones y estrategias del sector turístico articuladas e institucionalizadas, entre los sectores público y privado.

Producto

Ente Mixto, público-privado, para el desarrollo turístico de Chascomús, conformado formal y legalmente.

Acciones

- Realizar una convocatoria abierta a la participación en la creación del ente a los empresarios, trabajadores, artistas, artesanos, y a los posibles desarrolladores de actividades deportivas y náuticas a conformar el ente mixto para el desarrollo del sector turístico.
- Confeccionar un estatuto de funcionamiento interno del Ente mixto (de cooperación pública-privada) para el desarrollo turístico de Chascomús, destinado a mejorar los servicios que la ciudad brinda y a hacer conocer en el resto del país y en el exterior su oferta turística.
- Gestionar los programas e iniciativas de desarrollo para la mejora constante en la recepción y satisfacción de las necesidades de todos los turistas

Articulación Público / Privado **Programa 1**

Órgano para la categorización de los establecimientos gastronómicos y alojamientos

PY3

Fin

Chascomús cuenta con un sistema claro de referencias para contratar los servicios turísticos que permita –a los turistas- crear expectativas ciertas, en relación a los servicios que recibirá, y mejorará la satisfacción y la posibilidad de retorno de los visitantes.

Propósito

Emprendimientos turísticos caracterizados

Producto

Órgano de evaluación y seguimiento para determinar las categorías y sus variaciones en los prestadores.

Acciones

- Definir las competencias y obligaciones
- Determinar los actores involucrados
- Formar y Capacitar al personal del área.
- Presentar la creación del órgano a todos los prestadores turísticos.
- Categorizar a los prestadores turísticos

Articulación Público / Privado **Programa 1**

Agenda turística anual

PY4

Fin
Oferta turística diversificada y complementaria, planificada entre todos los actores del sector

Propósito
Agenda Turística Anual en vigencia, pública y publicitada

Producto
Agenda Turística Anual conformada y diseñada entre los prestadores turísticos, representantes de clubes, colectividades, referentes culturales y funcionarios municipales.

Acciones
- Realizar convocatoria a los prestadores turísticos, representantes de clubes, colectividades, referentes culturales y funcionarios municipales.
- Crear mesa de trabajo para el diseño de la Agenda Turística Anual.
- Definir integrantes y responsables de armado y estructura de la Agenda.
- Definir modo y alternativas de publicación periódicas de la Agenda.

Programa 2

CAPACITACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO

Fundamentación

La importancia de trabajar en el desarrollo de la cultura emprendedora y en emprendimientos productivos radica en el hecho de que cuando se hace referencia a emprendedores se tiene en cuenta un perfil de personas dispuestas al trabajo y con capacidades naturales para desenvolverse. Este perfil básicamente se valora, en los términos de una política social, no en toda la amplitud de los inversores posibles, sino particularmente en aquellos que tienen posibilidades de insertarse como micro, pequeña o mediana empresa (MIPyMEs). Es decir que se estimula la participación en la economía local, de un sector de la población que tiene raíces y posibilidades (o limitaciones) de desarrollo en la localidad.

Este perfil permite que se estimule de forma automática un tipo de producto, preferentemente artesanal o de baja tecnología, el cual puede favorecer ampliamente el desarrollo de artículos con un tinte localista muy fuerte, redundando esto en un crecimiento de la economía con particularidades que lo tornen distintivo de la localidad.

Objetivo general

- Recursos humanos formados en la gestión eficiente de desarrollos turísticos en Chascomús.

Objetivos específicos

- Capacitar y asistir técnicamente a potenciales emprendedores locales para mejorar su capacidad de gestión empresarial
- Aumentar la empleabilidad de trabajadores del sector turístico
- Generación de oportunidades para jóvenes de la ciudad
- Contribuir a reducir la tasa de mortalidad de los desarrollos que nazcan en el territorio
- Mejorar la competitividad empresaria mipyme vinculadas al sector
- Orientar en la utilización de normas de calidad aplicadas a procesos y productos
- Fortalecer la capacidad de aprendizaje para el gerenciamiento de las mipymes

Articulación Público / Privado **Programa 2**

Capacitación para la generación de emprendedores turísticos

PY 1

Fin
Empresas sostenibles y exitosas a partir del afianzamiento de las capacidades de su principal gestor

Propósito
Empresarios turísticos locales capacitados para la Gestión Empresaria eficiente

Producto
Empresarios y emprendedores locales capacitados para planificar, gestionar, y sostener emprendimientos turísticos de manera eficiente y sustentable.

Acciones
- Suscribir un Convenio múltiple de Cooperación recíproco entre todos los actores.
- Recurrir a evaluar experiencias existentes vinculadas a los objetivos buscados,
- Elaborar un documento con propuestas para impulsar en Chascomús en relación a los puntos evaluados.

Articulación Público / Privado **Programa 2**

Instituto para la formación laboral y de empresarios de desarrollos turísticos

PY2

Fin

Oferta y demanda laboral del sector turístico, asistida y fortalecida por medio de estructuras institucionales.

Propósito

Recursos Humanos capacitados para aumentar su empleabilidad.

Producto

Instituto de formación laboral y de empresarios de desarrollos turísticos, conformado legal y administrativamente.

Acciones

- Convocar a especialistas del sector para que orienten sobre las posibilidades de capacitación.
- Convocar a los integrantes del Ente Mixto para el desarrollo turístico de Chascomús, para coordinar la agenda de capacitación en función de la priorización lograda a partir de los criterios de ponderación que se hubieran encontrado.
- Dar a conocimiento público la agenda de capacitación

Articulación Público / Privado **Programa 2**

Capacitación de los recursos humanos para categorizar los emprendimientos turísticos

PY3

Fin

Mejorada la atención de los turistas y la opinión de estos a partir de la satisfacción de las expectativas generadas.

Propósito

Sistema de categorización turística de los emprendimientos turísticos de Chascomús funcionando.

Producto

Personal capacitado para la categorización y re-categorización de los emprendimientos turísticos.

Acciones

- Sensibilizar sobre la necesidad de generar un sistema de categorización para mejorar la satisfacción de los turistas
- Convocar a todos los actores turísticos (público, privado e instituciones) a participar en unas jornadas de capacitación con el propósito de generar un sistema de categorización de los emprendimientos productivos.
- Elaborar y diseñar capacitaciones explicando las normativas vigentes de la temática.
- Sensibilizar sobre la importancia de mejorar la calificación..
- Gestionar y Articular con la Secretaría de Turismo de la Pcia. Bs. As.
- Diseñar capacitaciones para los técnicos encargados de evaluar la categoría de los emprendimientos

PROGRAMAS Y PROYECTOS
INFORMACIÓN Y MONITOREO

Programa 3

INFORMACIÓN Y TECNOLOGIA PARA EL MONITOREO Y LA GESTIÓN EFICIENTE

Fundamentación

La explotación turística es una oportunidad de crecimiento; que involucra: el medio natural; el medio cultural; la infraestructura, los agentes públicos, las empresas turísticas, los prestadores locales, los comercios y la actitud de los residentes. En virtud de la gran cantidad de participantes es esencial la planificación de su desarrollo desde un punto de vista integral y para lograrlo es indispensable contar con información.

La información es sin lugar a dudas la clave de cualquier gestión, es necesario obtenerla, procesarla y difundirla en forma eficiente para que pueda ser utilizada, tanto en la planificación de políticas a desarrollar a corto mediano y largo plazo, como para poder controlar el resultado obtenido en su aplicación.

Este programa se ocupa específicamente de desarrollar lo mencionado en los párrafos precedentes, obtención, procesamiento y difusión de datos estadísticos.

Objetivo general

- Centralizar en un único espacio donde se recepte, genere, sistematice, integre y sintetice toda la información, con el fin de encontrar un formato amigable para la difusión de la información que contribuyan a desarrollar el turismo en el Partido de Chascomús, y que esté en sintonía con la información usada a niveles provincial, y nacional.

Objetivos específicos

- Crear un sistema de estadísticas e indicadores como punto de partida en la sistematización de datos claves y su consecuente seguimiento para la toma de decisiones.
- Racionalizar la toma de decisiones a partir de la utilización de información como insumo
- Capacitar recursos humanos en el manejo de la información.
- Desarrollar un sistema de indicadores en función a las necesidades específicas.
- Lograr una difusión adecuada de la información recolectada.

Información y monitoreo **Programa 1**

Variables críticas

PY 1

Fin

Información turística generada, analizada y disponible en términos estadísticos.

Propósito

Estadísticas generadas por medio de sistema de recolección de información.

Producto

Sistema de recolección y seguimiento de datos estadísticos funcionando.

Acciones

- Talleres coordinados que incluyan al sector público y privado que permitan la definir las variables a seguir para poder determinar las políticas a seguir.
- Creación de grupos de trabajo destinados a la búsqueda y clasificación de datos estadísticos.

Información y monitoreo **Programa 1**

Sistema de información e indicadores de gestión turística

PY2

Fin

Información suficiente para evaluar su sustentabilidad económica, ambiental y socio cultural previamente a su ejecución (ex ante)

Propósito

Disponibilidad de información para la toma de decisiones relacionadas al sector y que esta sea conocida públicamente

Producto

Generar y sostener un sistema de estadísticas e indicadores como punto de partida en la sistematización de datos claves. Este sistema de indicadores estará alineado con el Plan Federal Estratégico de Turismo de la Nación y la Organización Mundial de Turismo.

Acciones

- Dimensionar adecuadamente el sistema para conectarlo al Sistema Estadístico del Ministerio de Turismo de la Nación. Los indicadores deberán:

  Permitir la medición de aspectos sociales y económicos para atender la complejidad inherente a la actividad turística.

  Facilitar la evaluación del impacto ambiental de la actividad.

  Evaluar el impacto de la gestión turística, posibilitando adoptar o readaptar medidas.

  Cuantificar el estado de situación de cada producto turístico: factores de riesgo, capacidad, fortalezas, debilidades y posicionamiento respecto a competidores.

  Brindar conocimientos respecto a los nexos entre el turismo y las problemáticas ambientales, económicas, socio-culturales y político-institucionales.
- Identificar la relación existente entre cada uno de los parámetros.
- Definir los valores de referencia y el funcionamiento del sistema de indicadores.

- Coordinar con profesionales de estadística y del Ente Mixto para el desarrollo turístico de Chascomús el flujo continuo de la información para todos los niveles de análisis.
- Cartografiar los cruces de variables que pudieran resultar más útiles.

Información y monitoreo **Programa 1**

Registro de prestadores y desarrolladores turísticos

PY3

Fin

Oferta turística, según actividades, articulada.

Propósito

Conocimiento de la oferta mejorado.

Producto

Listado que contenga un relevamiento de todos los prestadores e impulsores de actividades con finalidades turísticas y ambientales que se puedan articular en una oferta complementaria con otros prestadores.

Acciones

- Convocar a:

  hoteleros, propietarios de cabañas, aparts y alojamientos,

  empresarios gastronómicos,

  referentes de las agencias de turismo con relación en el medio local,

  desarrolladores culturales y artistas locales

  potenciales desarrolladores de actividades náuticas en la laguna y deportivas en general, para los turistas

  potenciales desarrolladores de actividades de interpretación del ambiente (laguna, pastizales, avistaje de aves, etc)

  para conformar un listado que contenga la totalidad de las actividades que se pueden realizar en Chascomús y su entorno.
- Elaborar planillas para el relevamiento de las prestaciones
- Categorizar a los integrantes del registro.
- Sistematizar la información.
- Elaborar un diagnóstico del Estado actual de los emprendimientos turísticos.
- Confeccionar un catálogo para la difusión y promoción de una oferta turística complementaria entre distintos prestadores

Información y monitoreo **Programa 1**

Difusión de la información

PY4

Fin

Conocimiento masivo de la información mejorado en eficiencia y calidad.

Propósito

Información del sector unificada, ordenada y compartir la información que producen las distintas áreas.

Producto

Desarrollo e implementación de un sistema de base de datos integral difundida por internet.

Acciones

- Creación de un grupo de trabajo destinado a desarrollar y mantener un sitio en internet.
- Crear una forma de relación constante entre los resultados obtenidos en los proyectos 1, 2 y 3.
- Determinar la forma de exposición de los datos.

PROGRAMAS Y PROYECTOS
CONCEPTO: MARCA / CIUDAD

Programa 1

FORTALECER LA IDENTIDAD LOCAL

Fundamentación

De acuerdo al análisis realizado en la primer etapa del proyecto se hace evidente la necesidad de fortalecer la identidad local y el compromiso ciudadano para con la ciudad y la comunidad, para ir construyendo entre todos la "idea de ciudad que deseamos".

En diálogo con La Nación, Puig Picart, afirma que el gran reto es "vertebrar una ciudad que incluya a todos sus habitantes. Es necesario preguntarse qué ciudad queremos, porque eso lleva a la pregunta sobre qué vida queremos. Y esto vale para toda la Argentina".

En este Programa los destinatarios serán, por un lado, los niños, jóvenes y docentes de todas las escuelas de la ciudad, incluyendo las rurales y especiales, ya que al trabajar con ellos se está vinculando indirectamente también a la familia.

Al trabajar con los jóvenes se involucra y tiene en cuenta a una parte de la población que, en muchos casos, no es escuchada, evidenciando esto en el maltrato y vandalismo del espacio público.

Por lo anteriormente expresado es necesario comenzar a fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso ciudadano en todos los habitantes de Chascomús, a partir del compromiso en la definición de la marca-ciudad.

Por otro lado, la necesidad de sensibilizar y comprometer a toda la comunidad sobre temas tales como: el cuidado y la preservación ambiental, el respeto y cuidado del patrimonio arquitectónico, natural y cultural, la importancia de lograr una ciudad accesible a todos los que la viven y visitan; será abordada desde un sistema de campañas de comunicación institucionales que integrarán a todas las áreas antes mencionadas.

Objetivo general

- Los ciudadanos chascomunenses se involucran en proyectos comunitarios que se vinculan directamente con la ciudad.

Objetivos específicos

- Fortalecer la identidad local generando sentido de pertenencia.
- Integración efectiva del sector público y el privado en pos de objetivos comunes.
- Fortalecer la valoración de lo público como de "todos".
- Fortalecer la conciencia sobre el cuidado del patrimonio natural, cultural y arquitectónico de la ciudad.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 1**

Concurso "Chascomús para todos"

PY 1

Fin

Los jóvenes chascomunenses comienzan a fortalecer su sentido de pertenencia y compromiso ciudadano.

Propósito

Baja el nivel de vandalismo y descuido del espacio público.

Producto

1. Jóvenes produjeron proyectos destinados a la ciudad.
2. Jóvenes involucrados en el cuidado del espacio público.

Acciones

- Evaluación de los Proyectos.
- Recepción de los proyectos
- Convocatoria y charla informativa con los delegados de curso para explicar el objetivo del concurso y sus bases.
- Charla informativa con los docentes a cargo de la materia Construcción de Ciudadanía y otros interesados.
- Elaboración de bases y condiciones del Concurso de Proyectos "Chascomús para todos".

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 1**

Concurso de dibujo y pintura "Imagen de la ciudad que deseo"

PY2

Fin

Los niños chascomunenses y sus familias comienzan a pensar y plasmar plásticamente la ciudad que desean.

Propósito

Se fortalece la identidad local y el sentido de Chascomús como ciudad de "todos".

Producto

1. Niños y sus familias plasmaron visualmente su idea de ciudad.
2. Niños y sus familias involucrados en la definición de la marca-ciudad.

Acciones

- Evaluación de los trabajos.
- Recepción de los trabajos.
- Charla informativa con los docentes de nivel Primario y representantes de Entidades Barriales
- Elaboración de bases y condiciones del Concurso pictórico "la ciudad que deseo"

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 1**

Exposición de trabajos y entrega de premios conjunta de los Concursos

PY3

Fin

Los niños y jóvenes chascomunenses junto a sus familias son revalorizados como constructores de ciudadanía.

Propósito

Crece el compromiso ciudadano para con la ciudad y el espacio público.

Producto

Jóvenes y niños revalorizados y premiados por sus aportes.

Jóvenes ganadores llevaron a cabo sus proyectos ciudadanos.

Acciones

- Seguimiento en la concreción de los proyectos ganadores por parte del municipio.
- Exposición oral y desarrollo público de los proyectos ganadores por parte de sus creadores
- Entrega de premios.
- Apertura del la Exposición y exposición de los objetivos de la misma.
- Promoción de la Exposición a nivel local.
- Organización de la Exposición conjunta de los trabajos y proyectos realizados en los Concursos “Chascomús para todos” y “Imagen de la ciudad que deseo”.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 1**

Creación del Espacio Municipal de Capacitación Educativa

PY4

Fin

Los docentes del distrito se capacitan para sensibilizar a sus alumnos sobre el cuidado del patrimonio natural, cultural y arquitectónico de la ciudad.

Propósito

Crece el nivel de capacitación de los docentes del distrito sobre el cuidado del patrimonio natural, cultural y arquitectónico de la ciudad.

Producto

Espacio Municipal de Capacitación Educativa creado.

Acciones

- Puesta en marcha de los cursos de Capacitación Docente.
- Promoción de los cursos y talleres a nivel local.
- Diseño de los cursos y talleres a cargo de los capacitadores designados por el Municipio.
- Designación de los capacitadores.
- Designación del responsable del área.
- Creación del Espacio Municipal de Capacitación Educativa y planteo de objetivos para el área.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 1**

Diseño de campañas de sensibilización

PY5

Fin

Los chascomunenses se sensibilizan y comprometen con el respeto y cuidado de la ciudad.

Propósito

Crece el compromiso ciudadano para con la ciudad y el espacio público.

Producto

Sistema de Campañas de Sensibilización Ciudadana diseñado.

Acciones

- Puesta en marcha del Cronograma de Campañas de Sencibilización Ciudadana.
- Diseño de las Campañas.
- Planteo de los objetivos de comunicación para cada campaña.
- Contratación de profesionales del Diseño Gráfico y Marketing.
- Diseño de un Cronograma Estratégico de Sencibilización Ciudadana.
- Convocatoria a las diferentes áreas a una mesa de trabajo.
- Planteo de las necesidades de sensibilización de cada área del Estado Municipal.

Programa 2

DEFINIR Y FORTALECER LA MARCA –CIUDAD Y EL VÍNCULO PÚBLICO -PRIVADO

Fundamentación

La identidad de una ciudad, expresada a través de su marca-ciudad, debe sentirse como propia por todos los habitantes de la misma. En el caso de Chascomús este fenómeno no se observa, incluso no se valora la importancia que cobra la marca-ciudad dentro de una estrategia de desarrollo, esto último se ha abordado en el Diagnóstico del proyecto.

También la cooperación entre lo público y lo privado ha sido motivo de análisis y es motivo de preocupación, ya que es escasa y se desaprovecha la fuerza del trabajo conjunto

Es necesario revertir esta situación para lograr la apropiación e identificación de los ciudadanos con la marca-ciudad y la vinculación del sector público y el privado en pos de un aprovechamiento integral de recursos tanto humanos como económicos.

Objetivo general

- Los ciudadanos chascomunenses revalorizan y se vinculan con el concepto de marca-ciudad.

Objetivos específicos

- Comprometer a distintos sectores sociales con la definición de la "marca-ciudad".
- Adecuar la imagen institucional a los objetivos comunicacionales trabajados en el plan.
- Optimizar la promoción turística relacionando al sector público con el privado.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 2**

Capacitación-taller de comunicación visual efectiva

PY 1

Fin

Los prestadores turísticos, comerciantes y funcionarios municipales se capacitan y valoran la importancia de la comunicación visual como herramienta indispensable para el desarrollo efectivo de un producto.

Propósito

Comienza a definirse y fortalecerse la marca-ciudad.

Producto

Prestadores turísticos, comerciantes y funcionarios municipales capacitados sobre comunicación visual efectiva relacionada a la marca-ciudad y las sub-marcas que de ella se desprenden.

Acciones

- Evaluación y cierre del taller.
  Desarrollo de la Capacitación-taller.
- Convocatoria a los destinatarios del proyecto.
- Organización de la capacitación y contacto con los capacitadores.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 2**

Rediseño de la marca -ciudad

PY2

Fin

La imagen de la marca-ciudad sintetiza la idea de ciudad expresada por sus habitantes.

Propósito

Crece la identificación con la marca-ciudad.

Producto

Prestadores turísticos, comerciantes y funcionarios municipales capacitados sobre comunicación visual efectiva relacionada a la marca-ciudad y las sub-marcas que de ella se desprenden.

Acciones

- La imagen de la marca-ciudad queda definida y rediseñada.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 2**

Creación del sistema de identidad visual y manual de normas

PY3

Fin

Queda definido y normalizado el uso del sistema de identidad institucional.

Propósito

Definir y establecer el uso del sistema de identidad institucional y el manual de normas.

Producto

Sistema de identidad visual y manual de normas diseñados.

Acciones

- Diseño del manual de normas.
- Diseño del sistema de identidad visual.
- Cruce y análisis de encuestas realizadas al turista que aportan datos de necesidades comunicacionales.
- Relevamiento de datos y necesidades comunicacionales desde el sector turístico.

Programa 3

INSTALACIÓN EFECTIVA DE LA MARCA-CIUDAD A NIVEL LOCAL

Fundamentación

En el Diagnóstico, queda claramente demostrada la apatía hacia la marca- ciudad expresada por ejemplo en la utilización actual, por parte de los prestadores turísticos, de los distintos logotipos implementados para la promoción de Chascomús. A partir del cumplimiento de los Programas y Proyectos antes descriptos se comenzará a revertir esta situación.

Para modificar definitivamente la apatía desde los ciudadanos hacia el concepto de marca-ciudad es necesario conseguir su valorización.

La presentación conjunta y al mismo tiempo la concreción de todo lo trabajado anteriormente logrará el impacto necesario para que la marca-ciudad, el Sistema de Identidad Institucional y la Agenda Turística Anual no pasen desapercibidos para la comunidad.

Por otro lado, en el Diagnóstico se demuestra claramente la gran confusión y contaminación visual existente, puesta en evidencia en la superposición permanente de señalética de prestadores turísticos, tanto en zonas de distribución del flujo de circulación como en lugares donde existen también señalización institucional de diferentes épocas.

Esto no colabora en el fortalecimiento de la apropiación de la marca-ciudad por parte de los ciudadanos y confunde al turista, perdiéndose capacidad comunicativa.

Es necesario revertir esta situación para lograr un vació entre la nueva identidad y las anteriores, que se hará efectiva con la limpieza de la comunicación visual en los espacios públicos y así contribuir a la apropiación e identificación de los ciudadanos con la marca-ciudad, y ordenar visualmente la vía pública para jerarquizar y optimizar la comunicación visual, ya que esta es una herramienta indispensable para el buen desarrollo del turismo.

Objetivo general

- Los chascomunenses se apropian e identifican con la marca-ciudad.

Objetivos específicos

- Generar impacto y revalorización del sentido de la marca-ciudad.
- Instalación efectiva de la marca a nivel local.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 3**

Presentación de la marca ciudad a nivel institucional

PY 1

Fin

La marca-ciudad es apropiada y reconocida a nivel institucional.

Propósito

Conseguir impacto y reconocimiento de la marca-ciudad a nivel institucional.

Producto

La marca-ciudad presentada a los funcionarios, autoridades y prestadores que intervinieron en el proceso de creación de la misma.

Acciones

- Presentación de la marca-ciudad y manual de normas.
- Convocatoria a funcionarios, autoridades y prestadores turísticos.
- Organización de la presentación.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 3**

Presentación de la marca ciudad y Agenda Turística Anual

PY2

Fin

Promover públicamente a la marca-ciudad y la Agenda Turística Anual.

Propósito

Conseguir impacto y reconocimiento de la marca-ciudad a nivel local y dar a conocer la Agenda Turística Anual presentada como trabajo conjunto entre el sector público y privado.

Producto

La marca-ciudad y la Agenda Turística Anual se hicieron públicas.

Acciones

- Desarrollo del Evento de Lanzamiento a nivel local.
- Promoción del Evento a nivel local.
- Organización del Evento de Lanzamiento de la marca-ciudad y la Agenda Turística Anual.
- Convocatoria a funcionarios, autoridades y prestadores turísticos que han intervenido en el proceso de desarrollo de la Agenda Turística Anual.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 3**

Aplicación del sistema de identidad visual a nivel local

PY3

Fin

La marca-ciudad es fortalecida por la aplicación de la identidad visual a nivel local.

Propósito

Conseguir impacto y apropiación de la marca-ciudad a nivel local.

Producto

El sistema de identidad visual institucional queda aplicado en la ciudad.

Acciones

- Ejecución de las Obras necesarias para la concreción del Sistema.
- Aplicación del Organigrama de tareas.
- Diseño de organigrama de tareas y asignación de responsabilidades.
- Presentación y explicación del manual de normas.
- Convocatoria a funcionarios y empleados que deberán llevar a cabo la implementación del Sistema de Identidad Visual Institucional.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 3**

Creación de un sistema de un sistema de señalización conjunta público-privado

PY4

Fin

La señalización turística de la ciudad se ordena y optimiza.

Propósito

Instalar un sistema de señalización turística conjunta entre el sector público y el privado.

Producto

Sistema de señalización turística conjunta entre el sector público y privado diseñado.

Acciones

- Instalación del sistema de señalización.
- Construcción de la cartelería necesaria.
- Planificación de la obtención de recursos para la concreción del proyecto.
- Diseño del sistema de señalización.
- Planteo de necesidades y objetivos conjuntos.
- Puesta en marcha de una mesa de trabajo.
- Convocatoria a los prestadores turísticos interesado.

Programa 4

INSTALACIÓN DE CHASCOMÚS EN LA OFERTA TURÍSTICA NACIONAL

Fundamentación

Que un sitio se instale como destino turístico no depende únicamente de sus atributos naturales o culturales, sino que debe programarse su inserción dentro de la oferta turística nacional, de acuerdo a los objetivos que se planteen en un trabajo que debe ser conjunto entre el sector público y el sector privado.

La falta de comunicación y trabajo conjunto, entre ambos sectores, ha traído como consecuencia directa una deficiencia en la promoción turística de la ciudad y de su infraestructura existente, que colaboraría en revertir la situación estacional y fin semanal del turismo en Chascomús. El presente Programa ha sido diseñado para comenzar a revertir esta tendencia creciente.

Objetivo general

- Chascomús logra instalarse efectivamente dentro de la Oferta Turística Nacional revertiendo su estacionalidad.

Objetivos específicos

- Instalar efectivamente a Chascomús como destino turístico.
- Romper la estacionalidad turística.
- Diversificar el perfil del turista.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 4**

Diseño de estrategias de Promoción Institucional

Py 1

Fin

La comunicación turística institucional es efectiva y eficiente.

Propósito

Optimizar los recursos existentes para el área organizando la comunicación turística institucional.

Producto

Estrategias institucionales elaboradas para instalar a Chascomús en la oferta turística nacional.

Acciones

- Aplicación de las nuevas estrategias.
- Redistribución de los recursos existentes.
- Diseño de nuevas estrategias comunicacionales conjuntas entre Diseñadores y Licenciados en Marketing.
- Análisis de nichos de posibles públicos no abarcados en la promoción existente realizadas por profesionales del marketing.
- Análisis de fortalezas y debilidades de la comunicación institucional existente.
- Cruce de encuestas realizadas al turista que llega a la ciudad.

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 4**

Diseño de Estrategias de Promoción conjunta entre el sector público y privado

PY2

Fin

Chascomús se promociona dentro de la oferta turística nacional rompiendo la estacionalidad.

Propósito

Se generan nuevos recursos y estrategias de promoción de la oferta turística de Chascomús.

Producto

Estrategias de promoción y generación de recursos para instalar a Chascomús en la oferta turística nacional elaboradas.

Acciones

- Aplicación de las nuevas estrategias.
- Diseño de propuestas para la generación de recursos económicos y humanos para la promoción turística.
- Diseño de nuevas estrategias comunicacionales conjuntas entre el sector público y el privado con el fin de potenciar la promoción de Chascomús.
- Análisis de fortalezas y debilidades de la comunicación existente.
- Convocatoria de los prestadores turísticos y representantes de distintas colectividades y organizaciones sociales

Concepto: Marca / Ciudad **Programa 4**

Diseño del Sistema de Promoción y Comunicación Turística Institucional

PY3

Fin

La comunicación turística institucional es efectiva, eficiente y responde a la marca-ciudad.

Propósito

Organizar las estrategias y la comunicación turística institucional que respondan a la marca-ciudad y cumplan su función comunicativa.

Producto

Sistema de Promoción y Comunicación Turística Institucional diseñado.

Acciones

- Distribución de las mismas de acuerdo a las estrategias antes elaboradas.
- Concreción del Sistema y piezas gráficas necesarias.
- Diseño del Sistema de Promoción y Comunicación Turística Institucional.
- Análisis de los objetivos comunicacionales y estrategias elaboradas con anterioridad.
- Análisis y planteo de las necesidades comunicacionales de las áreas municipales en relación con el turismo.
- Contratación de profesionales del diseño gráfico.

PROGRAMAS Y PROYECTOS

NORMATIVAS DE PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL

Programa 1

ENCUADRE LEGAL

Fundamentación

De acuerdo al análisis realizado en la primera etapa del proyecto, el patrimonio natural y cultural se encuentra actualmente insuficientemente protegido y aprovechado. Esa situación está vinculada a la insuficiencia de normativa de protección del patrimonio cultural e inexistencia de normativa de protección del patrimonio natural.

Para que el Patrimonio Natural y Cultural se convierta en un elemento turístico estratégico se requiere identificar, recuperar, ponerlo en valor y encuadrarlo en un sistema de manejo sustentable, que articule preservación y uso. Para ello se requiere implementar la normativa de patrimonio cultural recientemente establecida y desarrollar nueva normativa de patrimonio natural.

Objetivo general

- Regular la protección y el aprovechamiento sustentable del patrimonio cultural y urbanístico.

Objetivos específicos

- Generar condiciones de aplicabilidad del marco normativo para la conservación del patrimonio cultural. Implementar la nueva normativa local de Patrimonio Cultural (PC), urbano y ambiental para desarrollar las herramientas de gestión.
- Generar un marco normativo adecuado y moderno para la conservación y aprovechamiento sustentable del patrimonio natural.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 1**

Implementación de la Ordenanza 3561

PY 1

Fin

Regular la protección y el aprovechamiento sustentable del patrimonio cultural y urbanístico.

Propósito

Ordenanza 3561 de preservación del Patrimonio Histórico, Cultural, Urbanístico, Paisajístico y Ambiental implementada.

Producto

1. Programa de Preservación del Patrimonio Histórico, Cultural, Urbanístico, Paisajístico y Ambiental de la Ordenanza 3561.
2. Constitución del Consejo Asesor de la Ordenanza 3561.

Acciones

- 1.1. Elaborar una propuesta de Programa de Preservación del Patrimonio.
- 1.2. Identificar los actores sociales relevantes a ser consultados.
- 1.3. Identificar el personal técnico interviniente en la propuesta.
- 1.4. Planificar y desarrollar un Taller de análisis y discusión de la propuesta del Programa.
- 1.5. Evaluar los resultados del Taller.
- 1.6. Desarrollar el documento final del Programa de Preservación del Patrimonio con las contribuciones del Taller.
- 1.7. Publicar y difundir el Programa.
- 1.8. Implementar el Programa.
- 2.1 Convocar a los integrantes del Consejo asesor.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 1**

Lagunas encadenadas paisaje protegido

PY2

Fin

Regular la protección y el aprovechamiento sustentable del patrimonio natural.

Propósito

Vigencia de un marco normativo de preservación del patrimonio natural.

Producto

1. Las lagunas encadenadas están encuadradas en el régimen provincial de paisaje protegido (ley provincial 12.704)

2. Las lagunas encadenadas están encuadradas en el régimen Sitios Ramsar (Ley nacional 23.919)

Acciones

- 1.1. Elaborar un proyecto de normativa de designación como paisaje protegido.
- 1.2. Identificar los actores sociales relevantes a ser consultados.
- 1.3. Identificar el personal técnico convocado para la propuesta.
- 1.4. Planificar la realización de un taller de análisis y discusión de la propuesta.
- 1.5. Evaluación de resultados del Taller.
- 1.6. Propuesta y discusión del proyecto con las autoridades provinciales.
- 1.7. Propuesta y discusión del proyecto con legisladores provinciales.
- 1.8. Seguimiento de la propuesta en el ámbito gubernamental y legislativo.

- 2.1. Elaborar un proyecto de designación Sitio Ramsar.
- 2.2. Identificar los actores sociales relevantes a ser consultados.
- 2.3. Identificar el personal técnico convocado para la propuesta.
- 2.4. Planificar la realización de un taller de análisis y discusión de la propuesta.
- 2.5. Evaluación de resultados del Taller.
- 2.6. Propuesta y discusión del proyecto con las autoridades provinciales.

Programa 2

FORTALECIMIENTO DE LA AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Fundamentación

La nueva normativa de patrimonio natural y cultural desarrollada requiere una autoridad de aplicación altamente capacitada e interdisciplinaria. Tal desafío implica contar con personal preparado y comprometido con la tarea que realiza y generar los mecanismos para desarrollar una aceitada articulación de las autoridades locales con las provinciales y nacionales que atesoran experiencia en la materia. Una autoridad de aplicación fuerte y capacitada permite disminuir las acciones degradantes, aumentar las acciones de control y el valor del patrimonio natural y cultural.

Objetivo general

- Fortalecer la gestión de la autoridad de aplicación para la implementación de los proyectos de puesta en valor de los bienes de valor patrimonial.

Objetivos específicos

- Contar con un plantel de personal especialmente capacitado para aplicar la normativa del Patrimonio Natural y Construido y desarrollar los programas asociados.
- Mejorar el alcance y efectividad de las tareas de la autoridad de aplicación del PNyC, de manera de cumplir con las normas y controles establecidos y garantizar su conservación y uso.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 2**

Capacitación

PY 1

Fin

Mejorar el alcance y efectividad de las tareas de la autoridad de aplicación.

Propósito

Las áreas que aplican la normativa de protección del patrimonio y los inspectores están capacitadas.

Producto

1. Personal municipal capacitado en el régimen de protección del patrimonio natural y cultural.

2. Inspectores municipales capacitados en el régimen de protección del patrimonio natural y cultural.

Acciones

- 1.1. Curso de capacitación para el personal de las áreas de incumbencia.
- 1.2. Selección del personal a capacitar.
- 1.3. Selección del capacitador
- 1.4. Ejecutar el curso de capacitación.
- 1.5. Evaluar los resultados.

- 2.1. Curso de capacitación para inspectores.
- 2.2. Seleccionar el capacitador.
- 2.3. Seleccionar el personal a capacitar.
- 2.4. Ejecutar el curso.
- 2.5. Evaluar los resultados.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 2**

Asistencia técnica y financiera

PY2

Fin

Fortalecer la gestión de la autoridad de aplicación para la implementación de los proyectos de puesta en valor de los bienes de valor patrimonial.

Propósito

Las autoridades locales reciben asistencia técnica y financiera por parte de autoridades provinciales y nacionales y de organismos internacionales.

Producto

1. Personal local asistido por autoridades nacionales y provinciales que aplican normativa de patrimonio natural y cultural.

2. Disponibilidad de fondos nacionales, provinciales e internacionales para la protección del patrimonio natural y cultural.

Acciones

- 1.1. Reuniones y consultas de asistencia técnica con las autoridades de aplicación de las leyes provinciales 12.704 y 10.419.
- 1.2. Reuniones y consultas de asistencia técnica con las autoridades de aplicación de las leyes nacionales 12.665, 24.252, 23.919.
- 1.3. Generar mecanismos permanentes de articulación de las autoridades locales con las nacionales y provinciales.

- 2.1. Identificar organismos y programas de asistencia financiera nacional, provincial e internacional.
- 2.2. Identificar las condiciones para la obtención de la ayuda internacional.
- 2.3. Solicitar y obtener asistencia técnica y financiera internacional.

Programa 3

PUESTA EN VALOR DEL PAREIMONIO NATURAL Y CULTURAL

Fundamentación

Para desplegar una gestión de protección del patrimonio natural y cultural se requiere un proceso de identificación e investigación que permita conocerlo y apropiarse del mismo. Se trata de determinar los bienes y los circuitos que conformar el patrimonio natural y cultural y construir un relato que dé cuenta de su valor urbanístico, histórico, paisajístico y ambiental.

Objetivo general

- Regular la protección y el aprovechamiento turístico del patrimonio natural y cultural.

Objetivos específicos

- Desarrollar actividades ligadas a identificar el patrimonio y su valor histórico, urbanístico, cultural y ambiental: la lista completa de bienes y áreas de valor patrimonial, cultural, urbanístico, histórico y ambiental y la lista de los bienes sujetos a recuperación y restauración del patrimonio degradado.
- Desarrollar actividades vinculadas al aprovechamiento turístico del patrimonio identificado: implementar el plan de manejo del casco histórico y la lista de los circuitos turísticos de valor patrimonial.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 3**

Lista–inventario de bienes de valor patrimonial

PY 1

Fin

Identificar el universo total de bienes del patrimonio y su valor histórico, urbanístico, cultural y ambiental.

Propósito

La lista/inventario de los bienes de valor patrimonial, el criterio de valoración y el nivel de protección está completa.

Producto

Listado de Bienes de valor patrimonial actualizado y completo.

Acciones

- 1.1. Identificar el personal idóneo para revisar y actualizar la lista de bienes.
- 1.2. Definir para cada bien el criterio de valoración y el nivel de protección.
- 1.3. Diseñar la señalización de los bienes y sitios.
- 1.4. Realizar consultas a la autoridad provincial.
- 1.5. Realizar inspecciones.
- 1.6. Establecer los bienes que deben ser sujetos a un programa de recuperación.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 3**

Recuperación y restauración

PY2

Fin

Identificar el universo total de bienes del patrimonio y su valor histórico, urbanístico, cultural y ambiental.

Propósito

Los bienes patrimoniales deteriorados son identificados y restaurados.

Producto

Plan de restauración y recuperación de los bienes patrimoniales degradados y deteriorados.

Acciones

- Identificar los bienes s sujetos a recuperación y restauración.
- Evaluar el tipo y alcance de la intervención.
- Evaluar el costo de la intervención.
- Identificar el financiamiento de la intervención.
- Realizar las notificaciones a los propietarios.
- Señalizar el área o bien sujeto de restauración.
- Realizar consultas.
- Realizar las intervenciones planificadas.
- Evaluar los resultados de la intervención.
- Difundir las intervenciones de restauración o recuperación.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 3**

Casco Histórico

PY2

Fin

Regular la protección y el aprovechamiento turístico del patrimonio natural y cultural.

Propósito

El casco histórico está sometido a pautas de manejo turístico y el centro de interpretación del patrimonio natural y cultural se ha implementado.

Producto

1. Plan de manejo del casco histórico.
2. Centro de interpretación del patrimonio natural y cultural

Acciones

- 1.1. Identificar el personal para elaborar los lineamientos del casco histórico.
- 1.2. Consultar y someter a aprobación del Consejo Asesor.
- 1.3. Señalizar el casco histórico.
- 1.4. Realizar inspecciones.
- 1.5. Difundir los lineamientos de manejo del casco histórico.

- 2.1. Propuesta e implementación del Centro de Interpretación.
- 2.2. Realizar consultas a la autoridad provincial.
- 2.3. Realizar un taller de discusión.

Normativas de Protección del Patrimonio Natural y Cultural **Programa 3**

Áreas y bienes de valor turístico

PY4

Fin

Regular la protección y el aprovechamiento turístico del patrimonio natural y cultural.

Propósito

Los circuitos y áreas del patrimonio de relevancia se han incorporado a la oferta turística.

Producto

1. Las áreas y circuitos turísticos están identificadas, señalizadas y enmarcadas en la oferta turística.

2. Contar con guías turísticas especializadas en los bienes, áreas y circuitos de valor patrimonial, cultural, urbanístico, histórico y ambiental.

Acciones

- 1.1. Elaborar un listado de circuitos y áreas turísticas urbanas y rurales.
- 1.2. Realizar un taller de discusión sobre los circuitos y áreas.
- 1.3. Señalizar y nominar los circuitos y áreas.
- 1.4. Difundir la información sobre circuitos y áreas.

- 2.1. Elaborar un régimen de capacitación de guías turísticas.
- 2.2. Seleccionar capacitadores.
- 2.3. Diseñar un mecanismo de selección de aspirantes.
- 2.4. Diseñar material de capacitación.
- 2.5. Implementar las acciones de capacitación.
- 2.6. Evaluar los resultados.
- 2.7. Establecer un registro de guías y promotores turísticos.

PROGRAMAS Y PROYECTOS
PATRIMONIO CULTURAL CONSTRUIDO

Programa 1

PUESTA EN VALOR DEL ESPACIO PÚBLICO ARTICULADOR ENTRE LA LAGUNA Y LA CIUDAD

Fundamentación

Desde el punto de vista del patrimonio natural, la riqueza que tiene como rasgo diferencial la Ciudad de Chascomús es su sistema de humedades: tiene como límites los ríos Samborombón y Salado, además de cuerpos de agua que cubren 11.000.

Como parte de ese ecosistema, la laguna sobre la que se asienta c ciudad es el rasgo identificatorio de la misma en términos turísticos.

Debe destacarse que tiene otros elementos significativos que la privilegian desde el punto de vista ambiental: la gran cantidad de espacios verdes y el rico arbolado urbano hectáreas (lagunas encadenadas), con un ecosistema privilegiado y variado.

Sin embargo, la articulación en términos físicos, de la laguna con el medio urbano es muy escasa, y salvo en pequeños sectores puede observarse una utilización "controlada" de la misma.

Esta falta de articulación que se percibe a nivel físico, se manifiesta en los demás niveles, y tiene como consecuencia una interacción casi nula a nivel turístico entre "la laguna" y "la ciudad".

Objetivo general

- Intervenciones urbanas tendientes a agregar valor en los espacios ubicados entre la laguna y la ciudad, de manera de que contribuyan al desarrollo turístico sustentable.

Objetivos específicos

- Organizar la utilización de los espacios por parte de los diferentes tipos de usuarios (vehicular, peatonal, recreativo, turístico, etc).
- Facilitar la realización de nuevas actividades, complementarias de las ya desarrolladas.
- Facilitar, a partir de un uso controlado, la preservación del medio ambiente.
- Fortalecer el atractivo turístico que representa la laguna.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 1**

Organización de usos en la costanera

PY 1

Fin

Generar un uso controlado de la Costanera, articulando de manera adecuada la relación Laguna – Casco Urbano. 153

Propósito

Mejor y mayor utilización de la costanera a partir de la organización de los diferentes tipos de uso a partir de intervenciones arquitectónicas.

Producto

Master Plan de la Costanera, definiendo espacios para uso vehicular; actividades aeróbicas y ciclísticas; áreas para descanso y recreación claramente identificables.

Acciones

- Realizar un relevamiento del sitio.
- Desarrollar un Máster Plan a nivel anteproyecto con eventuales etapas.
- Gestionar los fondos correspondientes.
- Ejecutar la/las etapas que sea posible, de acuerdo a los recursos disponibles.

[153] Área de intervención establecida en el Proyecto "Elaboración de un mapa de zonificación" del Programa "Saneamiento ambiental".

Patrimonio Cultural Construido **Programa 1**

Iluminación en costanera

PY2

Fin

Incrementar el uso y la seguridad en la costanera.

Propósito

La Costanera, un lugar seguro, de día y de noche.

Producto

Adecuación luminotécnica de la Costanera.

Acciones

- Realizar un relevamiento de las luminarias existentes.
- Desarrollo del proyecto luminotécnico.
- Imputación de los fondos correspondientes.
- Ejecutar la/las etapas que sea posible, de acuerdo a los recursos disponibles.

Programa 2

PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL CONSTRUIDO

Fundamentación

Muchas ciudades bonaerenses tienen un rasgo característico, donde el crecimiento "en extensión" y la ausencia de planificación para el mismo, tienen como producto un contraste entre el área "urbana" y la periferia (deteriorada y carente de servicios).

Sin embargo, Chascomús posee una zona fundacional preservada, con fuerte identidad y aceptable calidad urbana que creció, en términos relativos, de acuerdo al trazado proyectado por el agrimensor Arrufó en 1855.

Dichas características tienen un alto valor, el cual podría ser capitalizado como ventaja comparativa, en materia de turismo sustentable.

En ese contexto, debe considerarse a la preservación del Patrimonio cultural y el desarrollo del turismo como actividades complementarias una de otra, ya que no poseen fundamentos opuestos.

"El turismo es una actividad en constante y veloz crecimiento que puede aportar una fuerte motivación para la preservación de distintos sitios históricos". 154

Objetivo general

- Intervenciones urbanas tendientes a la puesta en valor del Patrimonio Cultural construido.

Objetivos específicos

- Preservar las características del espacio público de Chascomús.
- Brindar una mayor calidad de vida a chascomunenses y visitantes.
- Fortalecer el atractivo turístico que representa la laguna, complementándola con el área urbana.

[154] DECLARACIÓN DE SEUL - ICOMOS, 2005.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 2**

Valorización de los canales urbanos en Chascomús

PY 1

Fin

Preservar las características espaciales y materialidad del espacio público, reflejo de la historia de Chascomús, a partir de su "explotación" como atractivo turístico.

Propósito

La población y los visitantes ven al espacio público de la zona urbana como un atractivo en sí mismo, potenciado por sus características particulares.

Producto

Reparación y recuperación del adoquinado y veredas. Forestación. [155]

Acciones

- Realizar un relevamiento en el espacio público, en relación a cada uno de los componentes.
- Realizar plan de trabajo para calles con adoquinado a intervenir.
- Realizar un plan de trabajo para las veredas a reparar.
- Forestación en canales urbanos donde se aprecie aislado, discontinuo o ausente.
- Ejecución de la/las etapas del plan de trabajo de acuerdo a los fondos disponibles.

[155] Forestación contemplada en el marco del Programa Arbolado Urbano.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 2**

Obtención de fondos para la puesta en valor de inmuebles

PY2

Fin

El patrimonio cultural construido, con el que convivimos hoy, llega a las generaciones venideras sin alteraciones y con un "envejecimiento digno".

Propósito

Obtención de financiación para restauración y puesta en valor de edificios con alto valor patrimonial.

Producto

Financiación disponible para Puesta en valor de edificios de valor patrimonial.

Acciones

- Identificar los inmuebles a intervenir.
- Establecimiento de prioridades, por estado de conservación o valor simbólico.
- Definir Secretaría o dependencia responsable.
- Preparar presentación para el pedido de fondos.
- Gestionar los fondos ante el organismo que corresponda.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 2**

Limpieza exhaustiva de la comunicación visual institucional en la vía pública

PY3

Fin

Los espacios públicos de la ciudad de Chascomús quedan visualmente limpios de identidades institucionales caducas.

Propósito

Limpiar exhaustivamente la vía pública de piezas gráficas de identidades institucionales anteriores.

Producto

El espacio público limpio de todas las piezas que corresponden a identidades institucionales anteriores.

Acciones

- Relevamiento en la vía pública de piezas que corresponden a identidades institucionales anteriores y cartelería institucional en mal estado.
- Diseño de un Plan de limpieza visual exhaustiva.
- Diseño de Organigrama de tareas y distribución de responsabilidades a las distintas Secretarías que se verán afectadas.
- Puesta en marcha del Plan de limpieza visual.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 2**

Ordenamiento de cartelería del sector privado en el espacio público

PY4

Fin

La cartelería del sector privado en los espacios públicos de la ciudad de Chascomús queda visualmente ordenada y ajustada a las Ordenanzas Municipales vigentes.

Propósito

Ordenar la cartelería del sector privado en los espacios públicos de la ciudad, ajustándola a las Ordenanzas Municipales vigentes.

Producto

Cartelería del sector privado ordenada y ajustada a las Ordenanzas Municipales vigentes.

Acciones

- Relevamiento en la vía pública de cartelería que no cumpla con las Ordenanzas Municipales vigentes: N°2564/ 1995 , N°2308/1992 y N°4067/2010.
- Diseño de un Plan de ordenamiento exhaustivo de la cartelería del sector privado en la vía pública.
- Publicación y aviso a los afectados por el Plan de Ordenamiento.
- Diseño de Organigrama de tareas y distribución de responsabilidades a las distintas Secretarías que se verán afectadas.
- Puesta en marcha del Plan de Ordenamiento.
- Evaluación de los resultados del Plan.

Programa 3

ALTERACION DE USOS EN INMUEBLES CON FINES TURISTICOS

Fundamentación

El patrimonio cultural construido de Chascomús, es mucho menos conocido que la laguna, y se identifica casi exclusivamente a la plaza independencia y sus alrededores (Catedral, Casa del Casco, Municipalidad, Teatro Brazzola). Debe considerarse un importante patrimonio doméstico residencial (en aceptable estado de conservación, con ubicación estratégica dentro del casco y con buen equipamiento), apto para ser integrado a circuitos turísticos.

La problemática descripta, está incorporada en el imaginario de profesionales, investigadores, vecinos destacados del mundo de la cultura, etc., pero a escala barrial, si bien existe valoración por parte de la población, la identidad y el patrimonio histórico no tienen una presencia significativa.

La protección del patrimonio solo es posible a partir de la existencia de una participación activa de la sociedad civil. Previamente, debe existir un proceso de información, capacitación y concientización en relación al tema.

"Los representantes del sector de turismo deben trabajar con autoridades de la conservación en la formulación de estrategias para el logro de un desarrollo turístico sustentable que no agote aquellos recursos culturales no renovables tales como el patrimonio…"156

Objetivo general

- Intervenciones en inmuebles, alterando sus usos, de manera de capitalizar eventuales oportunidades desde el punto de vista turístico.

Objetivos específicos

- Dotar de más atractivos al área urbana de la ciudad.
- Facilitar la realización de nuevas actividades, complementarias de las ya desarrolladas.
- Facilitar, a partir de un uso controlado, la preservación de los edificios con valor patrimonial.
- Fortalecer el atractivo turístico que representa la laguna.

156 DECLARACIÓN DE SEUL - ICOMOS, 2005.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 3**

Salón de los espejos – Centro de Convenciones

PY 1

Fin

Posicionar a Chascomús como referente para "turismo de eventos" en la región.

Propósito

El Salón de los espejos, en el Palacio municipal, cuenta con la infraestructura y equipamiento necesarios para funcionar como Centro de Convenciones.

Producto

Salón de los Espejos del Palacio Municipal apto para funcionar como Centro de Convenciones a escala regional.

Acciones

- Definir el equipo de trabajo.
- Desarrollar la Documentación Técnica correspondiente, previendo eventuales etapas y tareas (Eventuales subdivisiones, adecuación de instalaciones, etc.).
- Gestionar los fondos correspondientes.
- Ejecutar la/las etapas que sea posible, de acuerdo a los recursos disponibles contemplando obra civil e instalaciones.
- Adquisición del equipamiento correspondiente para su funcionamiento.

Patrimonio Cultural Construido **Programa 3**

Capitalización de oportunidades a partir de la re funcionalización de inmuebles

PY2

Fin

Estimular en Chascomus una mayor oferta de actividades complementarias, de manera de dotarla de una impronta más atractiva para turistas.

Propósito

La zona urbana presenta diversos casos de propiedades que, sin perder sus rasgos característicos, han sido recicladas, y se desarrollan actividades complementarias relacionadas con el turismo.

Producto

1 Marco legal y de explotación.

2 Propiedades acondicionadas para el desarrollo de los nuevos usos.

Acciones

- 1.1 Estudio de mercado, identificación de necesidades, y sitios a intervenir.
- 1.2 Desarrollo del marco legal y de explotación.

- 2.1. Facilitar la Obtención de financiación para los emprendimientos.
- 2.2 Ejecutar las obras de infraestructura necesarias.
- 2.3. Dotar de equipamiento al/los emprendimientos.

PROGRAMAS Y PROYECTOS
PATRIMONIO NATURAL

Programa 1

AMBIENTE SUSTENTABLE

Fundamentación

La laguna de Chascomús representa un atractivo turístico muy importante donde los visitantes encuentran un lugar apacible para descansar. Existe un sector parquizado, con arboleda sobre la costa NE que la gente utiliza principalmente para recreación. En el perímetro de la laguna hay muchos sectores que están siendo desaprovechados por falta de mantenimiento, de iluminación y/o infraestructura. En la actualidad los residuos no representan un tema menor, menos aún cuando no se tratan correctamente lo que trae aparejado la presencia de malos olores, el aumento de plagas y dan un mal aspecto a la ciudad. Por otro lado, la explotación irracional de los recursos naturales está provocando cada vez más contaminación por lo que se deberán implementar acciones de producción limpia en los procesos industriales como en los prestadores de servicios para asegurar la sustentabilidad del ambiente.

Este programa prevé el mejoramiento de ciertas áreas para aumentar la capacidad de espacios de recreación y/o pesca asegurándole al visitante una estadía agradable atendiendo además la higiene de la ciudad para asegurar una mejor calidad de vida.

Objetivo general

- Implementar herramientas de gestión para proteger la salud humana preservando el medio ambiente

Objetivos específicos

- Mejorar y mantener en buenas condiciones ambientales la laguna y su entorno.
- Aumentar los espacios parquizados aliviando la concentración de público en sectores ya existentes.
- Implementar un sistema integral de tratamiento de RSU.

Patrimonio Natural **Programa 1**

Higiene urbana

PY 1

Fin

Preservar la salud y el medio ambiente

Propósito

Mejorar las condiciones de higiene urbana

Producto

Plan de gestión integral de los RSU

Acciones

- Comercializar los residuos recuperables
- Armar camas de compostaje
- Colocación de contenedores de residuos en los barrios
- Construcción de un centro de acopio, separación, tratamiento y disposición final de residuos
- Definir la logística de recolección diferenciada
- Informar y concientizar a los vecinos sobre la importancia del correcto tratamiento de los RSU
- Determinar cantidad y composición de los RSU generados en la ciudad de Chascomús

Patrimonio Natural **Programa 1**

Elaboración de un mapa de zonificación

PY2

Fin

Facilitar y mejorar la gestión de los espacios que circundan la laguna

Propósito

Ordenamiento territorial por uso de la laguna y su entorno

Producto

Mapa de áreas sectorizadas

Acciones

- Construcción y colocación de infraestructura (fogones, cestos residuos, ect)
- Diseño y colocación de cartelera
- Comunicación a los sectores públicos y privados
- Formulación de un instrumento regulatorio
- Elaboración de un Mapa de zonificación
- Definir los objetivos y límites de cada área según el uso asignado
- Asignación de usos a cada área
- Definir los tipos de usos permitidos
- Identificación de sectores a desmalezar
- Identificación de las características de lo distintos sectores costeros

Patrimonio Natural **Programa 1**

Sustentabilidad de los emprendimientos

PY3

Fin

Prestadores turísticos con criterios de sustentabilidad, satisfaciendo las necesidades de las actuales generaciones y preservando las futuras

Propósito

El sector empresarial utilice nuevas técnicas y mejore las actuales en la preservación inteligente de los recursos mejorando la sustentabilidad del destino

Producto

Emprendimientos con certificación de sustentabilidad

Acciones

- Premiar a prestadores que cumplan con la norma
- Capacitar personal técnico para supervisión de emprendimientos
- Informar y concientiziar a los prestadores sobre la normativa
- Crear una norma de sustentabilidad ambiental desde el municipio
- Elaborar una guía de acciones para lograr la sustentabilidad ambiental en emprendiminetos
- Formar un equipo de consultores idoneos

Programa 2

ARBOLADO URBANO

Fundamentación

El arbolado público embellece las ciudades y mejora sus características ambientales.

Una planificación adecuada, diseño y manejo del arbolado urbano proveerán importantes beneficios para la sociedad con disminución de costos.

El árbol tiene múltiples funciones y generalmente contribuye con sus beneficios a mejorar la calidad del ambiente urbano, estos beneficios son aún mayores cuando se establece un criterio técnico en su manejo (ubicación, tipo de especie, características del medio y de la especie, mantenimiento, etcétera), a través de un programa de arbolado urbano.

Las arboledas urbanas atemperan el clima, mejoran la calidad del aire, reduciendo considerablemente la contaminación atmosférica, consumiendo parte del CO2 producido por las combustiones industriales y del transporte, disminuyen la escorrentía pluvial y las inundaciones, reducen los niveles de ruidos, suministran el hábitat para la fauna silvestre, alteran la velocidad y dirección del viento, sombrean las superficies disminuyendo las temperaturas y embellecen el paisaje.

Es por ello que se hace sumamente necesario aumentar y mantener las especies arboreas y así contribuir a la masa verde de la ciudad.

Objetivo general

- Mejorar las condiciones del arbolado actual y generar conciencia de la importancia del mismo

Objetivos específicos

- Preservar y valorar el arbolado urbano como parte del patrimonio natural

Patrimonio Natural **Programa 2**

Plan de forestación

PY 1

Fin

Mejorar la calidad de vida urbana

Propósito

Zonas alrededor de la costa de la laguna y de la ciudad con identidad propia por la arboleda

Producto

Plan de forestación

Acciones

- Construcción de cazuelas, plantación y tutoreo de ejemplares
- Elección de las especies arboreas adecuadas
- Detección de sitios a forestar y/o reemplazo de ejemplares
- Realizar relevamiento y diagnóstico de las especies arboreas existentes
- Informar y comprometer a los ciudadanos para que se involucren en el proyecto
- Definir los objetivos, criterios e indicadores básicos para el control, seguimiento,
- Evaluación y revisión del Plan
- Delimitación del ámbito territorial objeto del Plan

Patrimonio Natural **Programa 2**

Capacitación en poda del arbolado urbano

PY2

Fin

Mantener el arbolado en condiciones apropiadas para que puedan prestar sus beneficios

Propósito

Arbolado público en buenas condiciones sanitarias

Producto

Personal capacitado para podar arbolado público

Acciones

- Adquisición de herramientas adecuadas para podar árboles
- Detección de árboles con necesidad de poda o extracción
- Diagnóstico del estado del arbolado
- Capacitación de personal municipal

Patrimonio Natural **Programa 2**

Vivero Municipal

PY3

Fin

Obtener ejemplares para el plan de forestación y para la venta al público

Propósito

Gestión de especies arbóreas para forestación

Producto

Vivero municipal

Acciones

- Creación un espacio de aulataller para difundir la importancia de la flora a las escuelas
- Gestión de intercambio de especies con otros viveros municipales
- Obtención de plantas y/o plantines y semillas
- Capacitación de personal técnico
- Construcción de un invernadero
- Adquisición de un espacio con capacidad suficiente para la disposición de plantas

Programa 3

CONSERVACIÓN DE LA LAGUNA

Fundamentación

La laguna de Chascomus se caracteriza dentro de las lagunas pampeanas, con escasa profundidad y un alto contenido de nutrientes proveniente principalmente de las actividades antrópicas como agricultura, ganadería e industrias. La importancia que presentan los sistemas de lagunas es que el hombre los utiliza para distintas actividades como: actividades recreativas, ya sea pesca deportiva o deportes acuáticos, industria, agricultura, como fuente de agua, aprovechamiento de especies que habitan allí, entre otras. Además tienen un gran valor desde el punto de vista ecológico por la gran diversidad de especies que en ellos habitan, actúan como reservorios de los excedentes de agua en las épocas de lluvias, amortiguando los efectos de las inundaciones aguas abajo, y están implicados en la recarga de napas freáticas y en la distribución de nutrientes. Con la implementación de este programa se pretende detectar los impactos negativos en el sistema hídrico para garantizar una calidad de agua deseable.

Objetivo general

- Preservar el ecosistema acuático

Objetivos específicos

- Impulsar la gestión integral del recurso hídrico

Patrimonio Natural **Programa 3**

Sistema de Alerta Temprana de contaminación del agua

PY 1

Fin

Mantener un ambiente limpio y sustentable

Propósito

Evitar la contaminación de la laguna de Chascomús y sus tributarios

Producto

Sistema de Alerta Temprana de contaminación

Acciones

- Comunicación de los resultados en un informe mensual
- Control de embarcaciones a motor por los inspectores náuticos
- Realizar los análisis de agua y el registro de los resultados
- Tomar las muestras de agua en los sitios definidos
- Adquisición de material para análisis físico-químicos
- Elaboración de un plan de muestreos para el control de la calidad de agua
- Detección de las posibles fuentes contaminantes en un mapa
- Definir indicadores de riesgo de contaminación
- Revisión de la legislación sobre aguas
- Capacitación de personal técnico

Patrimonio Natural **Programa 3**

Refuerzo en el control de la pesca deportiva del pejerrey

PY2

Fin

Aumentar la calidad pesquera

Propósito

Uso sustentable del recurso ictícola

Producto

Personal capacitado para la fiscalización de la pesca deportiva

Acciones

- Fiscalización de la pesca deportiva
- Elaboración de actas de infracción
- Difusión de la legislación vigente
- Capacitación a inspectores municipales
- Creación de un cuerpo de inspectores de pesca
- Generación de un convenio legal entre el municipio y la provincia para el control de las actividades dentro de la laguna

Programa 4

TURISMO DE LOS RECURSOS NATURALES

Fundamentación

El entorno natural ofrece bienes y servicios ambientales que son proporcionales a su existencia y calidad. Hoy en día, con el avance de las tecnologías prevalecen los intereses económico sobre los naturales provocando un desequilibrio ecológico que pone en riesgo la vida del planeta. La región donde se encuentra ubicada la ciudad de Chascomús aún conserva áreas naturales representativas del ecosistema pampeano con la prioridad de conservar. Es necesario promover acciones compatibles con el desarrollo económico y social para que todos puedan obtener beneficios sin perjudicar el ambiente.

Este programa tiene como prioridad fortalecer las relaciones ecológicas incluyendo las del mismo hombre con la naturaleza y las del hombre entre sí; así como también generar conciencia sobre el cuidado del ambiente para mejorar la calidad de vida de todos los que habitan en él.

Objetivo general

- Lograr la sensibilización ambiental a través del contacto directo con la naturaleza para poder conservar los ecosistemas

Objetivos específicos

- Ofrecer actividades alternativas a los visitantes en contacto con el medio ambiente aprovechando los atributos de los recursos naturales

Patrimonio Natural **Programa 4**

Apertura de senderos de interpretación autoguiados

PY 1

Fin

Lograr la valorización de preservar los ecosistemas naturales

Propósito

Generar conocimiento del ecosistema lagunar a través de recorridos en el medio natural

Producto

Senderos de interpretación autoguiados

Acciones

- Monitoreo y mantenimiento
- Diseño e instalación de señalización informativa y de interpretación ambiental
- Construcción del sendero interpretativo
- Trazo del sendero
- Diseño del sendero
- Determinación del largo del recorrido
- Realizar estudios de capacidad de carga
- Inventariar los recursos del área
- Elección de áreas adecuadas para emplazar los senderos

Patrimonio Natural **Programa 4**

Promoción del Ecoturismo

PY2

Fin

Aumento de la cantidad de turistas produciendo un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales

Propósito

Ampliar la diversidad de atractivos turísticos para el destino Chascomús

Producto

Nueva oferta turística para la ciudad de Chascomús

Acciones

- Apoyo y canalización de trabajos de voluntariado e investigación
- Promoción de recorridos acuáticos, cazas fotográficas, observación de flora y fauna, recorrido paisajístico, etc.
- Formación de guías
- Determinación de los mecanismos de evaluación y control para el Proyecto
- Elaboración de reglamento para la regulación del ecoturismo
- Definir tamaños de grupos de visitantes y distanciamiento entre grupos en los senderos
- Establecer horarios de visita
- Formulación del presupuesto e identificación de las posibles fuentes de financiamiento
- Determinar la capacidad de carga del área
- Identificar las zonas destinadas a actividades de ecoturismos
- Conformación de un equipo planificador

PROGRAMAS Y PROYECTOS OFERTA TURÍSTICA- PRESTACIONES, EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS

Programa |

GESTIÓN DE CALIDAD

Fundamentación

En un contexto de suma competencia entre los destinos turísticos, se hace necesario maximizar las posibilidades de captar divisas a partir del desarrollo y promoción de una gestión de calidad en las prestaciones de servicios turísticos tanto desde el sector privado como del sector público.

Objetivo general

- Mejorar el desarrollo cualitativo de los prestadores turísticos con sistemas de gestión de calidad y fomentar certificaciones que aseguraren la calidad.

Objetivos específicos

- Desarrollar sellos de garantía de calidad.
- Implementar un plan de mejora de calidad en el sector con el compromiso de todos los implicados.
- Integrar a todos los prestadores turísticos que cuenten con certificación de calidad.

Oferta turística **Programa 1**

Garantía de calidad

PY 1

Fin

Una planta turística certificada en gestión de calidad.

Propósito

Los prestadores turísticos obtengan certificaciones de garantía de calidad

Producto

Manual de normas que establezca los Niveles de garantía de calidad establecidos.

Acciones

- Convocatoria a especialista en la temática para elaborar criterios y procedimientos a implementar en los diferentes niveles de calidad.
- Elaboración de un Manual (y Guía) de Normas para establecer los niveles de calidad que garantizan sistemas estandarizados de trabajo comprobados tanto internamente (autoevaluación) como externamente (auditorias) para los diferentes segmentos.
- Presentación del las técnicas, herramientas y sistemas de mejora de la calidad para los prestadores turísticos.

Oferta turística **Programa 1**

Fomento e integración en calidad

PY2

Fin

Los prestadores turísticos comiencen a concientizarse sobre la importancia de brindar calidad

Propósito

La mejora de la calidad de servicios de los emprendimientos turísticos

Producto

1. Emprendimientos turísticos integrados con gestión de calidad.
2. Prestadores turísticos premiados por su calidad de servicios.

Acciones

- 1.1 Convocatoria a los prestadores que certifiquen calidad.
- 1.2 Diseño de un soporte técnico de difusión específica de los emprendimientos con certificaciones en calidad.
- 1.3 Desarrollo de promociones específicas para los prestadores que cuenten sellos de calidad.

- 2.1 Definición de los criterios de selección y premios a otorgar.
- 2.2 Creación de un tribunal de evaluación con representantes de diferentes segmentos e "idóneos".
- 2.3 Diseño de una actividad para otorgar el Premio.
- 2.4 Difusión y promoción al ganador del premio

Programa 2

CATEGORIZACIÓN TURÍSTICA

Fundamentación

Se requiere actualmente contar con sistemas de categorización y clasificación de manera de propiciar una nueva cultura organizacional del sector a efectos que los prestadores asuman un compromiso paulatino con la calidad y el progreso paulatino redundando ello en la mejora del grado de satisfacción de clientes.

Objetivo general

- Contar con un marco normativo que regule, incentive y desarrolle de manera eficiente al Sector.

Objetivos específicos

- Categorización y re categorización turística en función de las características locales, encuadradas dentro del marco provincial del decreto 659/07.

Oferta turística **Programa 2**

Creación de un marco normativo local

PY 1

Fin

Desarrollo de un sistema de categorización local.

Propósito

Mejora y transparencia en la categoría de los emprendimientos turísticos

Producto

Marco Normativo Local de categorización turística creado

Acciones

- Elaboración y desarrollo de las categorías de cada uno de los rubros con personal idóneo y conjuntamente con los diferentes actores involucrados.
- Articulación con los organismos provinciales y Nacionales
- Generación de un marco de incentivos para las prestaciones turísticas que invierten para mejorar la categorización del emprendimiento.
- Presentación de la ordenanza sobre categorización y re categorización turística.

Programa 3

TURISMO PARA TODOS

Fundamentación

Deben propiciarse contextos para que las personas con capacidades diferentes se puedan integrar, desplazar y vincularse con el entorno no debiendo existir barreras. Puntualmente se hace referencia a la necesidad de eliminar aquellas barreras estructurales, sociales y/o culturales que impiden, a dichas personas, el desarrollo de una o varias actividades en los entornos sociales y físicos.

Objetivo general

- Mejorar la calidad de servicios y dar una respuesta adecuada orientada a la satisfacción del cliente en su diversidad.

Objetivos específicos

- Diseñar un Sistema de certificación de accesibilidad en donde se pueda desarrollar turismo para todos.
- Adaptar el sector público y privado a condiciones de accesibilidad.
- Que se cuente con Ofertas de infraestructura y equipamiento para el turismo para todos.

Oferta turística **Programa 3**

Sistema de certificación de accesibilidad

PY 1

Fin

Una planta turística con certificaciones de accesibilidad

Propósito

Mejora en las condiciones de accesibilidad de los prestadores turísticos.

Producto

Sistema de certificación de accesibilidad creado

Acciones

- Elaboración de indicadores de accesibilidad
- Establecimiento de la metodología para el seguimiento de las acciones.
- Diseñar la "marca o sello" de accesibilidad.

Oferta turística **Programa 3**

Sensibilización y formación en accesibilidad

PY2

Fin

Generar una conciencia en los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de desarrollar un "turismo para todos".

Propósito

Prestadores turísticos sensibilizados sobre las condiciones de accesibilidad.

Producto

Prestadores de servicios turísticos capacitados en condiciones de accesibilidad

Acciones

- Convocatoria y articulación con el Consejo de Discapacidad y las instituciones en el diseño de las campañas de sensibilización y capacitación en accesibilidad-
- Elaboración de jornadas sobre las normativas imperantes.
- Desarrollo de capacitaciones de Accesibilidad Universal y Turismo para Todos.

Oferta turística **Programa 3**

Acondicionamiento a las condiciones de accesibilidad

PY3

Fin

Una planta turística y equipamiento en condiciones de accesibilidad.

Propósito

La mejora en las condiciones de accesibilidad en las prestaciones turísticas

Producto

Prestadores turísticos se adaptan a las condiciones de accesibilidad.

Acciones

- Adaptación de la/s Oficina/s de Información Turística y las dependencias públicas.
- Diseño de incentivos y castigos para la adecuación de los prestadores turísticos existentes a condiciones de accesibilidad.
- Elaboración de un premio al emprendimiento turístico del año que mejor se adapte al "turismo para todos".
- Promoción de una oferta turística de "Chascomús accesible" con los prestadores que cuenten con certificaciones de accesibilidad.

Programa 4

DESARROLLO DEL TURISMO DE REUNIONES

Fundamentación

El turismo de reuniones es aquel que se incluye en el turismo de negocios y eventos que acerca a los territorios importante cantidad de turistas generando, consecuentemente, divisas en el territorio. Este segmento de turismo eleva, generalmente, el gasto promedio de los turistas y amplía el lapso de estadía y es un agente multiplicador de los eventuales visitantes que luego retornan con sus grupos familiares y/o amigos.

Objetivo general

- Mejorar la ocupación estable durante todo el año y aumentar el gasto promedio de estadía.

Objetivos específicos

- Incentivar una sinergia dentro del sector que logre un fuerte compromiso para el desarrollo del Producto de Congreso, Convenciones y Seminarios.
- Lograr una Oferta turística integrada para el desarrollo del "Turismo de Reuniones".
- Generar una adecuada difusión y promoción del Producto, tanto en el mercado regional como nacional.

Oferta turística **Programa 4**

Diseño del producto

PY 1

Fin

Desarrollo el "Turismo de Reuniones" en forma integral

Propósito

Aumento de las posibilidades para la afluencia turística entre semana y disminución de la estacionalidad

Producto

Emprendimientos turísticos comprometidos e integrados para el turismo de Reuniones

Acciones

- Convocatoria a todas las instituciones y prestadores turísticos para la elaboración de un diagnóstico para el "Turismo Reuniones".
- Desarrollo de criterios uniformes para brindar altos niveles de calidad en los servicios.
- Capacitación al sector turístico para el Producto de Congreso, Convenciones y Seminarios.
- Integración de la oferta (pública, institucional y privada) para presentar un destino de "Turismo de Reuniones".
- Acondicionamiento del equipamiento para realizar el "Turismo de Reuniones".

Oferta turística **Programa 4**

Promoción del "turismo de reuniones"

PY2

Fin

Posicionar a Chascomús como plaza para realizar "Turismo de Reuniones".

Propósito

Captación de nuevos nichos de mercado y mejora de la estacionalidad.

Producto

Instalación del Producto Congresos, Convenciones y Seminarios.

Acciones

- Elaboración de instrumentos de difusión y promoción.
- Convocatoria a los principales actores del sector para que en forma sinérgica se elaboren propuestas para instalar el segmento a nivel regional y nacional.
- Diseño de un plan de marketing para el producto.
- Gestión para la inclusión en la oferta turística del Producto a nivel Provincial y Nacional.
- Promoción del Producto en función a lo establecido en el Plan de Marketing.

Programa 5

FOMENTO A LAS INVERSIONES TURÍSTICAS

Fundamentación

Fomentar y promocionar inversiones turísticas que sean estratégicas, en empresas existentes o potenciales, orientados a la calidad en sus prestaciones que contribuyan a mejorar la competitividad del destino turístico.

Objetivo general

- Mejorar los emprendimientos turísticos existentes o potenciales y orientar a la selección de proyectos de calidad, viables y sostenibles en el tiempo.

Objetivos específicos

- Generar información vital sobre la base de características de la oferta y demanda turística, y las normativas vigentes para futuros proyectos de Inversión.
- Dotar de asistencia técnica, capacitación y seguimiento de los proyectos de inversión.
- Impulsa la construcción, ampliación y modernización de establecimientos turísticos.
- Incentivar inversiones en actividades relacionadas con el turismo, complementando los servicios que conforman la oferta turística.

Oferta turística **Programa 5**

Incentivo para inversiones turísticas

PY 1

Fin

Una planta turística diversificada y sustentable en el tiempo

Propósito

Aumento de inversiones en proyectos turísticos viables y de calidad.

Producto

Re-diseño de los incentivos para invertir

Acciones

- Establecimiento de los diferentes segmentos y servicios a incentivar.
- Priorización de los rubros para invertir.
- Definición de los incentivos en función de la naturaleza del emprendimiento, su jerarquía y localización.
- Generación de una promoción especial para proyectos de "alta jerarquía".
- Actualización de la ordenanza de promoción turística y orientación a rubros necesarios para el desarrollo de la oferta turística.
- Diseño de inventivos a inversiones en obras para congresos, convenciones, ferias, actividades culturales y recreativas.
- Presentación del re-diseño de la ordenanza de fomento a las inversiones

Oferta turística **Programa 5**

Asistencia a inversiones turísticas

PY2

Fin

Contar con una planta turística competitiva

Propósito

Mejorar las inversiones en proyectos turísticos eficientes.

Producto

Emprendedores invirtiendo en el Sector turístico.

Acciones

- Recopilar toda la información útil para el potencial inversor.
- Creación de "una carpeta de inversiones turísticas", en donde contenga toda la información relevante (oferta, demanda, normas de fomento y regulación urbanística, programas de financiamiento, capacitación y apoyo técnico, etc) para la toma de decisiones de los inversores turísticos.
- Apoyo y respaldo a las PyMes y a las Asociaciones sectoriales en proyectos turísticos.
- Asesoramiento técnico en la formulación de proyectos de inversión.