

Capilla del Monte

PUEBLO URITORCO

Plan de Gestión Turística
Capilla del Monte
2021 -2026

ÍNDICE

CARTA DEL INTENDENTE MUNICIPAL CARTA CÁMARA DE TURISMO CAPILLA DEL MONTE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. EVOLUCIÓN DEL DESTINO CAPILLA DEL MONTE
- 1.2. OBJETIVO GENERAL

2. METODOLOGÍA

3. DIAGNÓSTICO

- 3.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.
- 3.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS.
- 3.3. IDEAS FUERZA.
- 3.4. VISIÓN COMPARTIDA.

4. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

- 4.1. GESTIÓN DE LA CALIDAD
- 4.2. DESARROLLO DE LA OFERTA Y PROMOCIÓN
- 4.3. ESTÉTICA URBANA Y MANTENIMIENTO
- 4.4. VINCULACIÓN SECTOR PÚBLICO - PRIVADO

5. LINEAMIENTO TRANSVERSAL: SOSTENIBILIDAD

6. IMPLEMENTACIÓN

7. EVALUACIÓN Y CONTROL

8. ANEXO

- 8.1. ETAPA DE DIAGNÓSTICO - PRIMERA PARTE:
ENCUESTAS
- 8.2. ETAPA DE DIAGNÓSTICO - SEGUNDA PARTE:
MESAS DE TRABAJO

9. AGRADECIMIENTOS

10. BIBLIOGRAFÍA

Capilla del Monte, noviembre de 2021

Mirar un año atrás, nos hace caer en la cuenta de la realidad adversa que nos tocó vivir a la humanidad. Nadie en todo el planeta quedó exento de la pandemia y crisis sanitaria. Se vieron afectadas la gran mayoría de las economías de mundo, siendo la actividad turística una de las más retraídas y aún encontrándose en proceso de recuperación.

Los objetivos que teníamos para la actividad turística en nuestra localidad cambiaron. Todo se readaptó en función del contexto y esa nueva normalidad que a todos nos tocó superar, y en la que rápidamente comprendimos que nos encontrábamos en un mercado interno del turismo altamente competitivo, que debimos afrontar con decisiones estratégicas: reformular la oferta enfocada a las actividades de aire libre, la potencialidad de los atractivos naturales, promover descuentos y beneficios para nuestros clientes, y sostener la promoción turística del destino con una fuerte inversión publicitaria en medios provinciales y de alcance nacional. Mas el enorme esfuerzo de todo el sector privado, primero para mantenerse durante todos los meses de restricción, y luego para adaptarse al nuevo contexto y demanda, brindando una excelente prestación de servicios. Estas decisiones nos ubicaron como sexto destino en cantidad de turistas en la Provincia de Córdoba, y segundo en Punilla durante el verano 2021, datos revelados por la Aplicación Cuidar. Más de 166 mil personas se registraron durante enero y febrero.

Con estos alentadores datos, más los altos porcentajes de ocupación durante el resto del año, generando una marcada recuperación de nuestra economía local, nos ponen también frente al gran desafío diseñar y ejecutar políticas públicas de Turismo Sostenible, en términos económicos, sociales y ambientales. Todo en un marco de profesionalización de la gestión y planificación estratégica.

Durante el segundo semestre del corriente año, tomamos la decisión de llevar adelante el Plan de Gestión Turística de Capilla del Monte, con un esquema conferencias y talleres participativos, convocando a instituciones y actores del sector para trabajar en el diagnóstico situacional de la actividad, que nos permitió debatir ideas fuerza y trazar objetivos, planificando en el tiempo los programas y acciones, para que Capilla del Monte se sostenga como uno de los destinos turístico más importantes e innovadores de Córdoba, generando ingresos económicos y oportunidades de trabajo, como así también preservando el entrono social y natural de nuestra hermosa localidad.

Vaya mi gratitud a todos los profesionales, instituciones y actores del sector turístico que hicieron posible la elaboración de este Plan de Gestión, el cual desde ya es nuestra responsabilidad llevarlo adelante, mantenerlo como Política de Estado en el tiempo.

Un fuerte abrazo.

Fabricio

De mi consideración:

Queremos destacar la importancia de contar con un Plan Estratégico de Turismo actualizado ya que es de gran valor, más aún teniendo en cuenta los difíciles momentos que todo el sector turístico tuvo que atravesar desde marzo del año pasado a la fecha.

Esta situación ha puesto en evidencia la necesidad de que los destinos sean capaces de facilitar procesos de planificación estratégica que les brinden herramientas sólidas para hacer frente a escenarios altamente complejos, cambiantes y condicionantes de la competitividad turística.

En este plan estratégico es necesaria la participación de todos los actores de la actividad turística, de las organizaciones intermedias y el sector público para poder lograr un consenso y un documento consolidado con ejes que marquen el rumbo, líneas y acciones estratégicas para el desarrollo y la promoción turística de nuestra localidad.

Por todo lo manifestado anteriormente, agradecemos se nos haya convocado como Cámara de Turismo, junto al resto de los prestadores de servicios turísticos, a ser parte de este Plan que refleja las aspiraciones y proyectos de cada uno de los que vivimos del turismo en esta bendita localidad, y que a la brevedad podamos conocer para poder ponerlo en práctica.

Gabriel D. Schiaffino

Pte. Cámara de Turismo de Capilla del Monte

1. INTRODUCCIÓN

A través del Plan de Gestión Turística Capilla del Monte se pretende establecer las bases de la gestión turística municipal. En él confluyen objetivos y proyectos públicos y privados, surgidos a partir del consenso.

Para el desarrollo de este trabajo, se abordaron tres etapas de **diagnóstico** participativas para el sector turístico, habiendo definido: análisis del contexto, ventajas y desventajas, ideas fuerza y visión compartida. A partir de su análisis, se diseñaron cuatro **lineamientos estratégicos** y un **lineamiento transversal** referido a la sostenibilidad del destino. Estos ejes ofrecen soluciones a las problemáticas planteadas en el diagnóstico. La **implementación** establece actores, plazos y herramientas necesarias para abordar los proyectos planteados en los lineamientos. Finalmente, la **evaluación y control**, también planteada de forma participativa, determinará el éxito de la ejecución del plan.

1.1. Evolución del destino Capilla del Monte

El inicio de Capilla del Monte como destino turístico remonta a 1889, año en que Adolfo Doering adquirió la propiedad de la estancia y a partir de entonces propició una serie de cambios desarrollistas que permitieron el advenimiento de esta nueva actividad económica. Seis años más tarde, comenzó la venta de terrenos y se edificó el primer hotel. En 1892 se inauguró el ramal Cosquín Cruz del Eje. En 1897, habiendo creado la Primera Comisión Municipal, iniciaron las obras de caminos hacia paseos turísticos.

Desde ese momento, Capilla del Monte se afianzó como uno de los centros turísticos y productivos del Valle de Punilla. En la estación había una persona encargada de expedir guías de “frutos y hacienda” y ya funcionaban varios hoteles, junto con el de Bonora, el Victoria de Juna Burges, que recibían a los visitantes.

A partir de una población rural dispersa en torno a la capilla, se formó el pueblo. [...] Las iniciativas de Adolfo Doering y el establecimiento de una estación ferroviaria, fueron los desencadenantes para su formación. (*Junta de Historia y Geografía Municipal de Capilla del Monte. 2018. p. 9*).

Hoy, al recorrerla, Capilla del Monte cuenta al oído que es una pequeña ciudad con alma de pueblo, por un lado

nostálgica pero a la vez pujante. Alberga la cultura de su gente nativa así como también recibió durante años a varias corrientes migratorias emergentes de las grandes ciudades del país, que eligieron estas tierras por su tranquilidad, espiritualidad y el encanto de sus paisajes. Esta mixtura dio lugar a una sociedad complejamente heterogénea, que vuelve a Capilla del Monte un destino rico y diverso, pero que a su vez necesita ordenarse para lograr transmitir su propuesta a aquellos turistas que la visitan todo el año en la búsqueda de ese “algo más” que la localidad ofrece.

Actualmente, la ciudad se ha convertido en el sexto destino más elegido de la provincia de Córdoba en términos de afluencia turística (Fuente: Aplicación cuidar, verano 2021), habiendo registrado un total de 159.180 turistas a lo largo del verano.

	AÑO 2001	AÑO 2021
Cantidad total de plazas de alojamiento	3164	3632
Cantidad total de establecimientos		197
Cantidad total de establecimientos gastronómicos		47
Cantidad total de prestadores de turismo alternativo	16	31

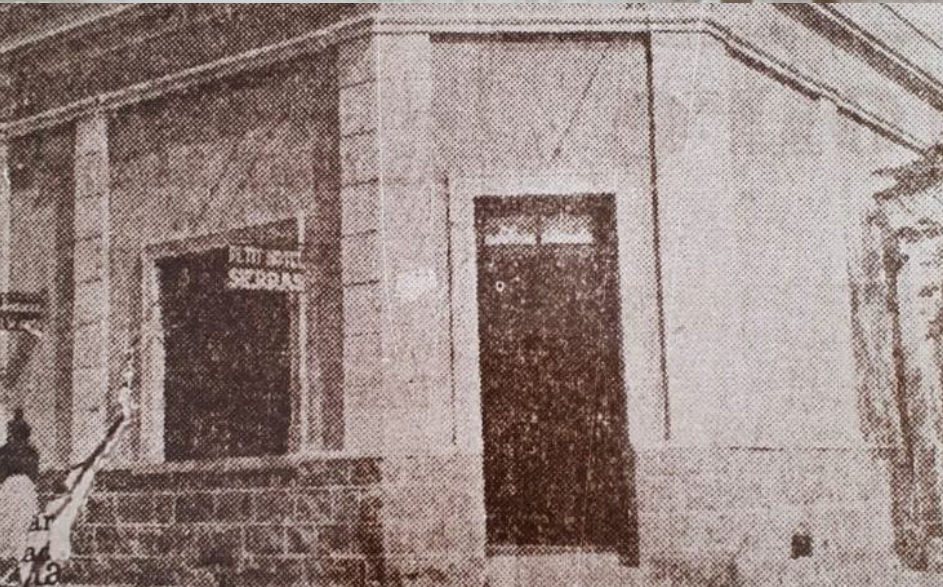
Tabla: Evolución de establecimientos y prestadores de la ciudad.

1.2. Objetivo general

Diseñar políticas turísticas en consenso con los intereses públicos y privados, que sean sostenibles en el tiempo, garanticen el posicionamiento del destino y mejoren la afluencia turística de manera sustentable, aportando a la calidad de vida de la comunidad local.



Municipalidad y Plaza San Martín. Fuente: Códice de Capilla del Monte



2. METODOLOGÍA

La planificación turística ha sido definida como el proceso racional y ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico. (Molina, 1986). Un sistema turístico está conformado por diversos componentes aislados (alojamiento, restauración, atractivos turísticos, infraestructura, servicios). Sólo a partir de la integración de dichos elementos se logrará el desarrollo sostenido y exponencial, cuyo medio es la planificación. La construcción activa por parte de los actores del sector, tanto en el desarrollo como en la implementación, legitimará este proceso. Toda planificación que es abordada a partir de la participación de la comunidad, representa a la expresión colectiva.

La etapa inicial o diagnóstico del Plan de Gestión Turística Capilla del Monte se conformó por tres instancias participativas, cuyos actores principales fueron miembros del sector turístico (hoteleros, cabañeros, gastronómicos, prestadores de turismo alternativo o guías, comerciantes vinculados, propietarios de establecimientos turísticos).

En el primer encuentro se contextualizó un marco teórico acerca de la actividad turística en general y el desarrollo del plan en específico. Se implementó una encuesta autogestionada a cada uno de los participantes presentes indagando acerca de su percepción respecto al contexto turístico actual, la localidad, la oferta y demanda local y necesidades puntuales. Ver anexo 8.1.

El segundo encuentro se desarrolló en formato taller, dividiéndolo en dos etapas: devolución de los resultados de la investigación abordada en la reunión anterior y conformación de mesas de trabajo. A cada mesa le fue asignada una temática: GESTIÓN DE LA CALIDAD, ENTORNO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN, DESARROLLO DE LA OFERTA Y PROMOCIÓN Y PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL. La consigna de trabajo para cada una de estas temáticas fue definir: ventajas y desventajas, ideas fuerza y visión compartida. Al finalizar, un representante de cada grupo expuso la labor desarrollada. Ver anexo 8.2.

En la tercera reunión se realizó una presentación de la estructura del Plan de Gestión basada en el diagnóstico

obtenido a partir de los encuentros anteriores. Se pusieron en común los lineamientos estratégicos, sus programas y acciones. Luego, se implementó un cuestionario para validar la aproximación al plan, indagando acerca de si las propuestas resultaron pertinentes o no acorde a las inquietudes.

Habiendo efectuado un análisis de la diagnosis, se establecieron cuatro ejes o lineamientos generales a partir de los cuales se desarrolló el plan. Cada lineamiento, se encuentra integrado por programas, proyectos y acciones.



3. DIAGNÓSTICO

Todo Plan de Gestión inicia con una fase de diagnóstico, a partir de la cual se establece el punto de partida o situación inicial y el horizonte o visión compartida (hacia dónde ir).

A continuación se detalla un análisis de los resultados obtenidos a partir de encuestas y mesas de trabajo realizadas. La documentación completa se encuentra en la sección Anexo.

3.1. Análisis del contexto.

Oportunidades

- Incremento de afluencia turística a partir de la pandemia. Se destaca sostenidamente el turismo interno (provincia de Córdoba) durante el transcurso de fines de semana del año.
- Cliente busca destinos de aire puro, naturaleza y actividades alternativas.
- Capilla del Monte, único destino místico y espiritual de Argentina. Se trata de un potencial producto exclusivo.
- Amenazas
- Destinos turísticos aledaños que ofrecen muy buena calidad de servicios.
-

3.2. Ventajas y desventajas.

Ventajas

- Comerciantes que integran el sector turístico denotan proactividad, voluntad de intervenir en la actividad turística, capacitarse y a su vez mejorar la prestación de sus servicios.
- Los actores participantes denotan sentido de pertenencia hacia la localidad: valor por la cultura, su historia y patrimonio natural.
- Variedad de atractivos turísticos.
- Marca turística Capilla del Monte Pueblo Uritorco, asociada al atractivo mejor posicionado en cuanto a relevancia.
- Cine Teatro Enrique Muiño y Sala Poeta Lugones.

Desventajas

- Falta de vinculación sector público – privado.
- Falta de capacitación de la comunidad en general y del sector turístico en particular, tanto público como privado.
- Poco conocimiento acerca de la oferta turística local: atractivos, impronta local, historia.
- Bajo mantenimiento de atractivos turísticos y sus accesos.
- Necesidad de mejora en la prestación de servicios públicos.
- Cartelería informativa.
- Falta de eventos, que garanticen sostenibilidad de afluencia turística durante los meses de baja estacionalidad.
- Nota: al margen de las temáticas netamente turísticas, se plantearon problemáticas transversales:
- Perros sueltos.
- Insuficiencia de servicios: gas natural y escasez de agua.
- Inseguridad

3.3. Ideas fuerza

Las ideas fuerza son la síntesis de un mensaje. Son expresiones concisas, a través de las cuales se transmite únicamente el valor neto de la idea.

- Capacitaciones.
- Mejora de la calidad.
- Mantenimiento y reacondicionamiento de espacios.
- Mejorar comunicación entre sector público y privado.
- Ampliar el calendario de eventos, principalmente fuera de la estación estival.

3.4. Visión compartida

Establecer una visión compartida hace referencia a dónde se quiere llegar. Implica fijar un objetivo común o un norte que orientará el rumbo a seguir. Es plantear una situación imaginaria ideal.

Las cuatro mesas de trabajo que formaron parte del diagnóstico coincidieron en la visión de Capilla del Monte como un destino turístico ordenado y limpio, bajo una perspectiva sustentable, donde además de sus recursos naturales y místicos se destaca el valor simbólico de la comunidad que la habita..

4. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

A partir del análisis del diagnóstico efectuado se diseñaron cuatro líneas estratégicas, integradas por programas, proyectos y acciones, a través de los cuales se pretende dar respuesta a las necesidades planteadas y cumplir con los objetivos establecidos.

Objetivo general: Convertir a Capilla del Monte en un destino no estacional, con afluencia turística sostenida a lo largo del año, bajo una perspectiva sustentable.



4.1. Lineamiento estratégico: Gestión de la calidad

Profesionalizar los servicios que conforman la actividad turística.

● 4.1.1. Programa: Medición estadística

● **Proyecto:** Observatorio turístico

Objetivos: Conocer perfil del cliente;

Obtener información estadística sobre el impacto de la economía del turismo.

Acciones:

- Creación de un Observatorio turístico
- Determinar necesidades específicas de información
- Diseñar instrumento de investigación
- Establecer técnicas de investigación
- Capacitar personal
- Relevar datos
- Procesar y analizar información obtenida

● 4.1.2. Programa: Capacitación continua

● **Proyecto:** Concientización turística.

Destinatarios: comunidad en general, sector privado turístico y personal de oficinas de informes en particular.

Objetivo: incrementar conocimiento y cuidado del patrimonio local.

Acciones:

- Campaña de concientización de la importancia del turismo.
- Campaña “Con ojos de turista”. Visitas guiadas en casco céntrico y a atractivos turísticos destinadas a fortalecer el sentido de pertenencia.
- Desarrollo de Guía digital informativa sobre paseos y atracciones.

● **Proyecto:** Formación turística

Destinatarios: sector privado turístico y personal de oficinas de informes.

Objetivo: Incrementar el nivel de satisfacción del turista a través de la mejora de la calidad en la prestación de servicios.

Acciones:

- Dictado de cursos y capacitaciones de manera sostenida. Temáticas planteadas: calidad de atención al cliente, servicio de mucama, salón, mozos, primeros auxilios, buenas prácticas del turismo, innovación, experiencias, marketing y redes sociales.

● **Proyecto:** Exploradores.

Destinatarios: alumnos de niveles inicial y primario.

Objetivos: transmitir el concepto de ciudad turística.

Dar a conocer el patrimonio local y fomentar su preservación.

Impulsar la vocación turística.

Acciones:

- Reimplementar Proyecto Exploradores, llevado adelante por Secretaría de Turismo algunos años atrás.

- **Proyecto:** Sistema de pasantías

Objetivo: profesionalizar oficinas de informes

Ofrecer experiencia laboral a quienes están cursando estudios académicos.

Acciones:

- Establecer convenios de pasantías laborales con universidades y/o institutos terciarios.

- **Proyecto:** Aplicación a certificaciones de calidad.

Objetivo: estandarizar servicios ofrecidos, implementando día a día la mejora continua en su prestación.

Obtener distinción como destino comprometido con la calidad turística.

Acciones:

- Relevamiento de certificaciones disponibles.
- Implementación de procesos.
- Aplicación a la distinción.

- **4.1.3. Programa: Ciudad accesible**

- **Proyecto:** Adaptabilidad de servicios y medio físico

Objetivo: garantizar igualdad de oportunidades en la vivencia de la experiencia Capilla del Monte.

Acciones:

- Relevamiento e implementación de modificaciones requeridas acorde a la Accesibilidad Universal en casco céntrico.
- Relevamiento de establecimientos turísticos adaptados.



4.2. Lineamiento estratégico: Desarrollo de la oferta y promoción

Consolidar y reorganizar la oferta turística local basada en tres ejes principales (naturaleza, mística y cultura).

Posicionar a Capilla del Monte como único destino de energía a nivel nacional.

Instalar a Capilla del Monte en la agenda de medios provinciales y nacionales.

● 4.2.1. Programa: Desarrollo de productos

● **Proyecto:** Capilla Mística

Objetivo: conformar un producto turístico exclusivo en el mercado nacional, a través del ordenamiento de la oferta existente relacionada a la temática y el desarrollo de nuevos complementos.

Acciones:

- Relevar sitios de interés vinculados a la temática.
- Diseñar eventos que formen parte del calendario anual.
- Facilitar actividades abiertas al público de manera frecuente.
- Desarrollar “Camino del Uritorco”. Experiencia accesible.
- Diseñar “Circuito puntos de meditación”.

● **Proyecto:** Capilla natural

Objetivo: ordenar oferta turística vinculada al patrimonio natural y actividades al aire libre

Acciones:

- Relevamiento y comunicación de atractivos naturales.
- Gestión de atractivos de carácter municipal.
- Listado de prestadores habilitados.
- Relevamiento de senderos según dificultad.
- Señalización de senderos.
- Relevamiento de flora y fauna nativa.

- Desarrollo de Plan Vector Reserva Villa Cielo.
- Promoción de productos disponibles: trekking, trekking nocturno, cabalgatas, escalada, rappel, parapente, astroturismo, pesca, actividades acuáticas sin motor.

- **Proyecto:** Capilla histórica y cultural

Objetivo: poner en manifiesto la cultura local, facilitando su disponibilidad y acceso a la misma por parte de la comunidad y visitante.

Acciones:

- Relevamiento y comunicación de recursos culturales.
- Gestión de atractivos de carácter municipal.
- Desarrollo de producto Circuito religioso.
- Puesta en valor del producto “Casonas”.
- Desarrollo de producto “Capilla autóctona y cultura nativa”. Folklore local.
- Artistas capillenses: facilitar oportunidades de posicionamiento y muestra de su obra.
- Diseño de eventos que formen parte del calendario anual.
- Confección de calendario Cine Teatro Enrique Muiño y Sala Poeta Lugones.

- **Proyecto:** Calendario anual de eventos y campañas estacionales

Objetivo: atenuar la estacionalidad del destino, generando propuestas de valor e identitarias que generen afluencia principalmente en épocas de menor flujo turístico.

Acciones:

- Desarrollo de calendario.

- **4.2.2. Programa: Promoción**

- **Proyecto:** Posicionamiento del destino, marketing y comunicación

Objetivo: posicionar a Capilla del Monte como destino en el mercado provincial, nacional e internacional acorde a la oferta turística diseñada.

Acciones:

- Posicionamiento de marca turística Capilla del Monte Pueblo Uritorco.
- Establecer pautas publicitarias en medios provinciales y con alcance nacional.
- Gestión de prensa.
- Manejo de redes sociales Capilla del Monte Pueblo Uritorco.
- Administración de sitio web oficial turístico.
- Desarrollo de material gráfico (folletería).
- Desarrollo de material audiovisual.
- Presencia en ferias y exposiciones.
- Acciones de prensa en puntos geográficos estratégicos de acuerdo a la demanda turística.



4.3. Lineamiento estratégico: Estética urbana y mantenimiento

Mejorar estética general de espacios públicos y mantenimiento de paseos.

● 4.3.1. Programa: Mejoras urbanas

● **Proyecto:** Armonización urbana

Objetivo: Mejorar impacto visual en espacios de afluencia.

Acciones:

- Mejoramiento estético del casco céntrico e ingresos a la localidad: pintura, ornamentación con plantas.

● **Proyecto:** Instalación señalética.

Objetivo: incrementar y unificar información turística disponible, acorde a la identidad de marca existente.

Acciones:

- Relevamiento de necesidades de señalización.
- Instalación señalética uniforme (tipografía, colores, diseño, materiales).

● **Proyecto:** Mantenimiento

Objetivo: mejorar el estado y mantenimiento de los atractivos turísticos.

Acciones:

- Contratación de cuadrilla de mantenimiento, administrada por Secretaría de Turismo.
- Calendarización de mantenimiento de paseos de carácter municipal y sus accesos.



4.4. Lineamiento estratégico: Vinculación sector público - privado

Fortalecer comunicación entre sector privado turístico y Municipio, atendiendo necesidades específicas y trabajando mancomunadamente en la construcción del destino.

● 4.4.1. Programa: Sinergia turística

- **Proyecto:** Unidad del destino Capilla del Monte.

Objetivo: aunar criterios públicos y privados que fortalezcan el desarrollo integral del destino.

Acciones:

- Relevar entidades intermedias, prestadores y comerciantes que conforman el sector turístico.
- Implementar vías de comunicación directa, manteniendo fluidez en el diálogo.
- Establecer periodicidad para la convocatoria de mesas de trabajo participativas, abordando el desarrollo del presente plan y acciones a devenir.
- Integración de cada comercio al concepto destino y marca turística Capilla del Monte Pueblo Uritorco.

5. LINEAMIENTO TRANSVERSAL: SOSTENIBILIDAD

Abordar la planificación a través de una perspectiva sostenible contempla garantizar el equilibrio entre tres aspectos que forman parte de un destino: su comunidad, su economía y ambiente.

El concepto de comunidad hace referencia a la gente que habita en la localidad, su estilo y calidad de vida, sus costumbres, la identidad o impronta local, su educación. Es en sí mismo un atractivo más del destino turístico. El saldo entre el vínculo establecido entre la comunidad local y su relación con el turismo deberá ser positivo para garantizar la preservación de la identidad local. La interacción con turistas y corrientes migratorias tiende a modificar paulatinamente costumbres y rasgos identitarios que es necesario preservar a través de la planificación. A su vez, durante los últimos años, el turista tiende a orientar su elección hacia experiencias auténticas que le ofrezcan valor agregado.

La economía de un destino turístico contempla el acceso a empleo digno, la estacionalidad y cantidad de afluencia, el nivel de gasto, el impacto económico directo e indirecto, inversiones, distribución de la riqueza y reducción de la pobreza.

El último eje que integra esta triada es el medioambiental y alude a la preservación de flora y fauna autóctona, al buen uso de recursos, la mitigación del impacto a través de buenas prácticas, uso del suelo.

El criterio de sostenibilidad también hace referencia a la continuidad de la afluencia turística a través del tiempo, evitando concentrar un gran impacto durante un corto período, afectando no sólo a los recursos turísticos sino también a la calidad de la experiencia del turista y de la comunidad local.

La denominada “huella turística” surge a partir del impacto generado por un turista durante su paso por un destino. Entendiendo entonces que el turismo es una actividad que genera impacto, en contradicción a como usualmente se la considera como una “industria sin chimeneas”, el desafío es reducir las consecuencias negativas ocasionadas al menor índice.

5.1. Programa: Turista responsable

- **Proyecto:** Identidad local

Objetivo: Preponderar el valor de la cultura local por encima de nuevas costumbres aportadas por corrientes turísticas o habitantes recién llegados, mitigando así efectos propios de la aculturación.

Acciones:

- Revitalizar de manera genuina (sin imposiciones) costumbres, eventos y expresiones características de la localidad.
- Destacar personalidades simbólicas de la cultura capillense.
- Generar campaña de identificación cultural destinada a la comunidad local, destacando el valor de las raíces y costumbres nativas.
- Promover experiencias de acercamiento por parte del turista a la forma de vida local.

- **Proyecto:** Sustentabilidad para el corazón

Objetivo: Diseñar una herramienta social que permita al turista generar impacto positivo hacia la comunidad local luego de su paso por la localidad.

Este proyecto pretende vincular a turistas responsables dispuestos a mitigar su huella turística con pequeños capillenses en situación de vulnerabilidad económica. Como recuerdo de su paso por Capilla del Monte, se llevarán consigo la relación con un ahijado del corazón.

Acciones:

- Confeccionar relevamiento de niños en situación de vulnerabilidad, con necesidades de abastecimiento alimentario, indumentaria o insumos escolares.
- Convocatoria abierta a turistas para participar del proyecto.
- Establecer nexo entre turista responsable y niño designado.
- Seguimiento de casos.

- **Proyecto:** Hablemos de agua

Objetivo: reducir el impacto negativo ocasionado a los recursos naturales.

Acciones:

- Desarrollar campañas de concientización turística sobre cuidado del agua, residuos, riesgo de incendios y especies nativas a implementar en establecimientos prestadores de alojamiento.

- **Proyecto:** Establecimiento responsable

Objetivo: fomentar la aplicación de acciones comprometidas con el medio ambiente en las prestaciones turísticas.

Acciones:

- Desarrollo de Manual de buenas prácticas socioambientales.
- Otorgar distinciones de “Establecimiento responsable” a aquellos comercios turísticos que implementen el uso del Manual de buenas prácticas socioambientales.

Por otra parte, a través del desarrollo del Calendario anual de eventos, se pretende promover **afluencia turística sostenida a lo largo del año.**



6. IMPLEMENTACIÓN

La ejecución del Plan de Gestión Turística de Capilla del Monte es incumbencia de la Secretaría de Turismo y las áreas correspondientes que ésta designe acorde al abordaje de las acciones planteadas.

OBJETIVO	LINEAMIENTO	PROYECTO / ACCIÓN. ¿CÓMO?	ACTORES. ¿QUIÉN?	HORIZONTE TEMPORAL. ¿CUÁNDO?					
				2021	2022	2023	2024	2025	2026
Conocer perfil del cliente; Obtener información estadística sobre el impacto de la economía del turismo.	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Observatorio turístico	Secretaría de Turismo Personal de oficina de informes						
Incrementar conocimiento y cuidado del patrimonio local.	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Concientización turística.	Secretaría de Turismo. Personal de oficina de informes. Guías. Sector turístico. Comunidad en general.						
Incrementar el nivel de satisfacción del turista a través de la mejora de la calidad en la prestación de servicios.	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Formación turística	Personal de oficina de informes. Sector turístico. Sector transporte. Personal capacitador.						

OBJETIVO	LINEAMIENTO	PROYECTO / ACCIÓN. ¿CÓMO?	ACTORES. ¿QUIÉN?	HORIZONTE TEMPORAL. ¿CUÁNDO?					
				2021	2022	2023	2024	2025	2026
Transmitir el concepto de ciudad turística. Dar a conocer el patrimonio local y fomentar su preservación. Impulsar la vocación turística.	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Exploradores	Secretaría de Turismo. Docentes. Estudiantes de nivel inicial y primario.						
Profesionalizar oficinas de informes	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Sistema de pasantías	Secretaría de Turismo. Estudiantes de nivel universitario y terciario.						
Estandarizar servicios ofrecidos, implementando día a día la mejora continua en su prestación. Obtener distinción como destino comprometido con la calidad turística.	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Aplicación a certificaciones de calidad.	Secretaría de Turismo. Otros involucrados a partir de la implementación de procesos de calidad.						
Garantizar igualdad de oportunidades en la vivencia de la experiencia Capilla del Monte	GESTIÓN DE LA CALIDAD	Adaptabilidad de servicios y medio físico	Secretaría de Turismo. Secretaría de Obras Públicas. Secretaría de Políticas Sociales.						

OBJETIVO	LINEAMIENTO	PROYECTO / ACCIÓN. ¿CÓMO?	ACTORES. ¿QUIÉN?	HORIZONTE TEMPORAL. ¿CUÁNDO?					
				2021	2022	2023	2024	2025	2026
Conformar un producto turístico exclusivo en el mercado nacional, a través del ordenamiento de la oferta existente relacionada a la temática y el desarrollo de nuevos complementos.	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN	Capilla Mística	Secretaría de Turismo. Prestadores y comerciantes vinculados a la temática. Secretaría de Obras Públicas.						
Ordenar oferta turística vinculada al patrimonio natural y actividades al aire libre	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN	Capilla Mística	Secretaría de Turismo. Propietarios y/o encargados de atractivos. Prestadores vinculados a la temática.						
Poner en manifiesto la cultura local, facilitando su disponibilidad y acceso a la misma por parte de la comunidad local y visitante.	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN	Capilla Histórica y Cultural	Secretaría de Turismo. Secretaría de Cultura. Junta de Historia y Geografía Municipal. Propietarios de casonas. Miembros de instituciones religiosas. Artistas locales.						

OBJETIVO	LINEAMIENTO	PROYECTO / ACCIÓN. ¿CÓMO?	ACTORES. ¿QUIÉN?	HORIZONTE TEMPORAL. ¿CUÁNDO?					
				2021	2022	2023	2024	2025	2026
Atenuar la estacionalidad del destino, generando propuestas de valor e identitarias que generen afluencia principalmente en épocas de menor flujo turístico.	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN	Calendario anual de eventos y campañas estacionales	Secretaría de Turismo. Sector turístico en general (hoteleros, gastronómicos, comerciantes).						
Posicionar a Capilla del Monte como destino turístico en el mercado provincial, nacional e internacional.	DESARROLLO DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN	Posicionamiento del destino, marketing y comunicación	Secretaría de Turismo. Dirección general de Comunicación.						
Mejorar impacto visual en espacios de afluencia.	ESTÉTICA URBANA Y MANTENIMIENTO	Armonización urbana.	Secretaría de Turismo. Secretaría de Obras Públicas. Cuadrilla de mantenimiento.						
Incrementar y unificar información turística disponible	ESTÉTICA URBANA Y MANTENIMIENTO	Instalación señalética.	Secretaría de Turismo. Secretaría de Obras Públicas. Cuadrilla de mantenimiento.						
Mejorar el estado y mantenimiento de los atractivos turísticos.	ESTÉTICA URBANA Y MANTENIMIENTO	Mantenimiento	Secretaría de Turismo. Secretaría de Obras Públicas. Cuadrilla de mantenimiento.						

OBJETIVO	LINEAMIENTO	PROYECTO / ACCIÓN. ¿CÓMO?	ACTORES. ¿QUIÉN?	HORIZONTE TEMPORAL. ¿CUÁNDO?					
				2021	2022	2023	2024	2025	2026
Aunar criterios públicos y privados que fortalezcan el desarrollo integral del destino.	VINCULACIÓN SECTOR PÚBLICO - PRIVADO	Unidad del destino Capilla del Monte	Secretaría de Turismo. Sector turístico en general (hoteleros, gastronómicos, comerciantes, guías). Instituciones intermedias: Cámara de Turismo						
Preponderar el valor de la cultura local por encima de nuevas costumbres aportadas por corrientes turísticas o habitantes recién llegados, mitigando así efectos propios de la aculturación.	SOSTENIBILIDAD	Identidad local	Secretaría de Turismo. Secretaría de Cultura. Sector turístico en general (hoteleros, gastronómicos, comerciantes, guías). Comunidad en general y comunidad nativa en particular.						
Maximizar el impacto positivo por parte de la actividad turística hacia la comunidad local	SOSTENIBILIDAD	Sustentabilidad para el corazón	Secretaría de Turismo. Secretaría de Política social.						
Reducir el impacto negativo ocasionado a los recursos naturales	SOSTENIBILIDAD	Cuidado de recursos	Secretaría de Turismo Secretaría de Ambiente						
Fomentar la aplicación de acciones comprometidas con el medio ambiente en las prestaciones turísticas.	SOSTENIBILIDAD	Establecimientos responsables	Secretaría de Turismo. Secretaría de						

7. EVALUACIÓN Y CONTROL

La evaluación es la instancia determinante, que actúa como parámetro del éxito del desarrollo del plan a partir de la medición del cumplimiento de los objetivos.

Esta etapa, al igual que el diagnóstico, implica la participación de actores vinculados al sector, a través de mesas de trabajo con exposición de resultados.

Se sugiere el control progresivo a lo largo del abordaje del plan, con una periodicidad aproximada de seis meses.



8. ANEXO

8.1. Etapa de diagnóstico – Primera parte: encuestas

El 24/8/21 se realizó el primer taller-encuentro.

Para iniciar con esta primera etapa, se implementaron encuestas autogestionadas como instrumento de investigación entre todos los actores presentes.

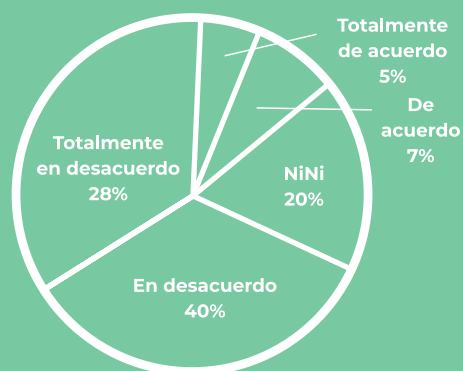
Tamaño muestral: 41 cuestionarios.

Resultados:

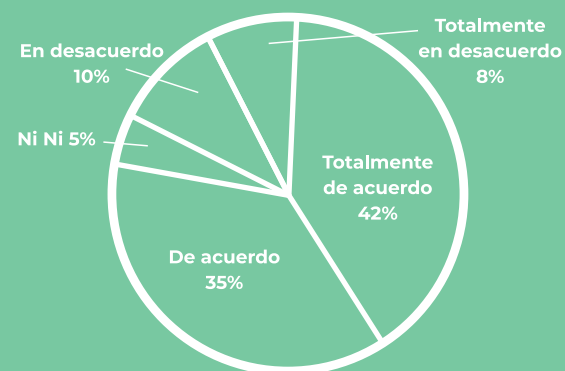
El turismo se ha visto afectado por la situación pandémica



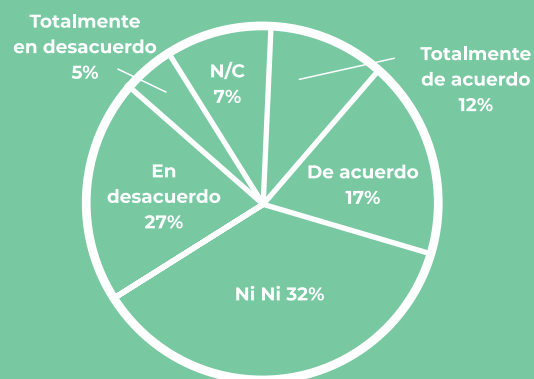
El turismo ha causado que la pandemia no pueda controlarse



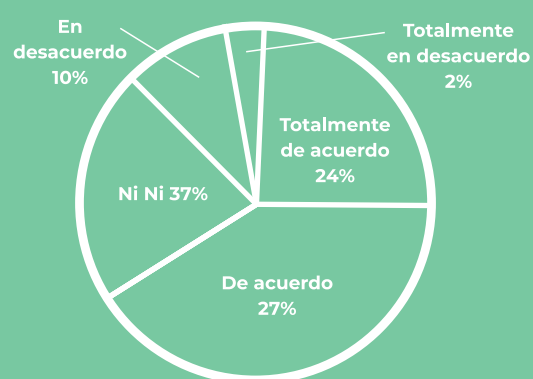
La Ciudad cuenta con los recursos turísticos suficientes para desarrollar la actividad



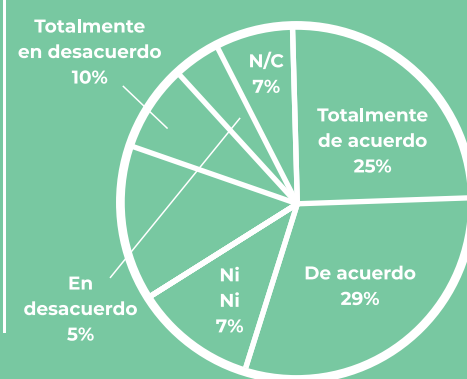
La ciudad no está preparada para recibir el tipo de turista que se quedará en el país



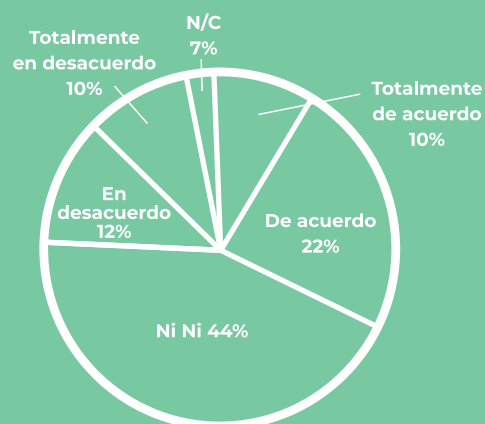
Los prestadores de servicios están en condiciones óptimas para recibir el turismo interno



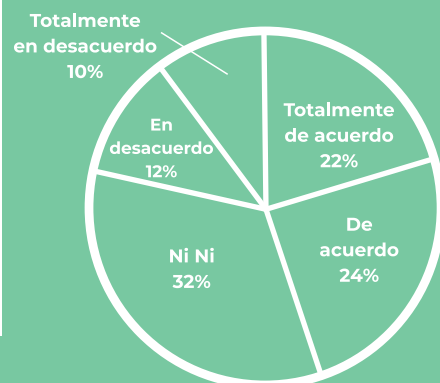
El sector público no interviene adecuadamente en la actividad turística



El sector público colabora con los privados



Los prestadores de servicios no se preparan adecuadamente para enfrentar el contexto actual

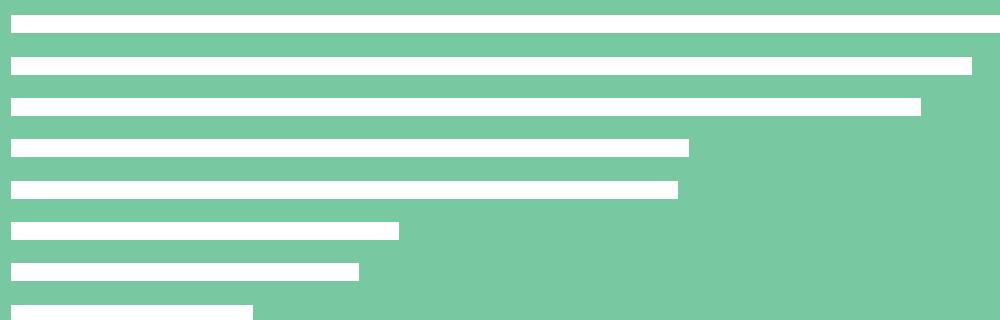


¿Piensa Ud. que el modo de gestionar la actividad turística debe admitir ciertos cambios?



¿Por qué?

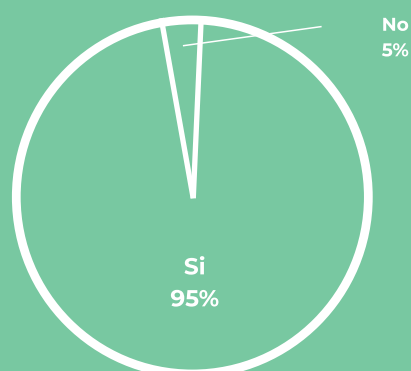
CAMBIOS
RELACION PUBLICO PRIVADO
ACTUALIZACION
PLANIFICACION
NUEVAS NECESIDADES
CALIDAD DE SERVICIOS
CULTURA
AMBIENTES



Necesidades de capacitación



¿Ha observado modificaciones en el comportamiento de los consumidores...?



Ideas expresadas:

- El turismo cambió
- Búsqueda de aire libre
- Se volvió más exigente
- Estadías más cortas
- Menos presupuesto
- Más presupuesto
- Interior de la provincia
- Privacidad

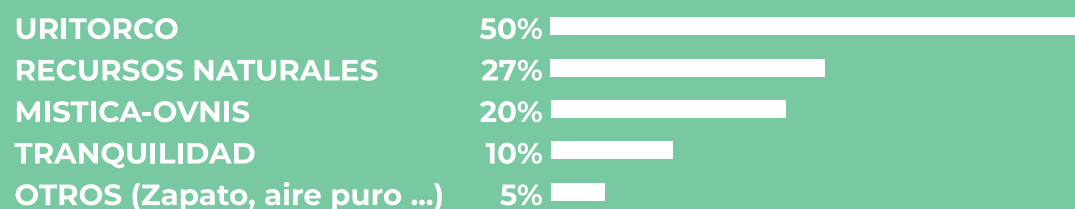
¿Entiende ud. que la coordinación
del sector público y privado potenciaría
el desarrollo del turismo?



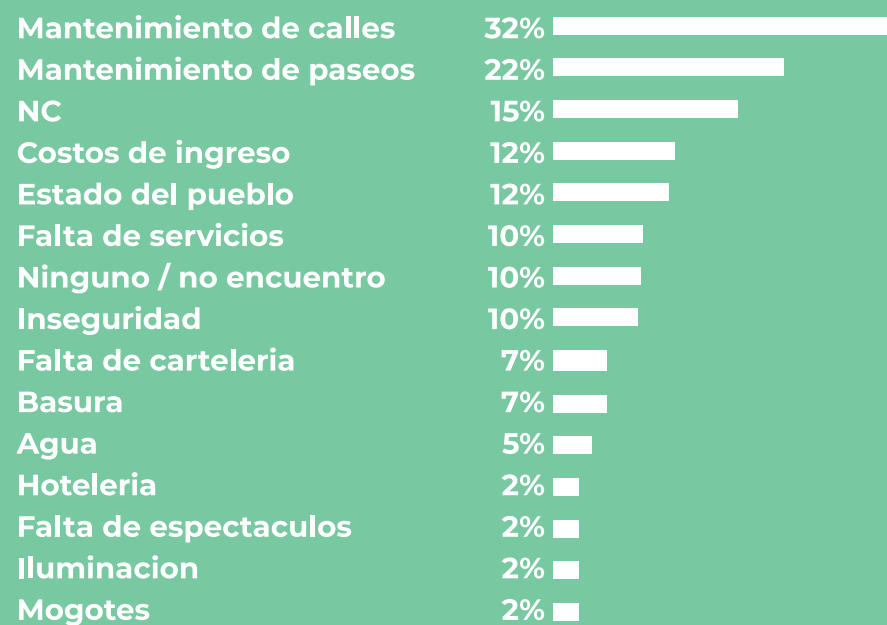
Ideas expresadas:

- Comunicación entre sectores;
- Participación;
- Apertura mental;
- Mesa de trabajo permanente;
- Escucha;
- Diálogo;
- Más activo por parte del privado;
- Mayor control.

¿Cuál diría Ud. que es el atractivo mas valorado?



¿Cuál es el mayor reclamo que recibe de ellos?

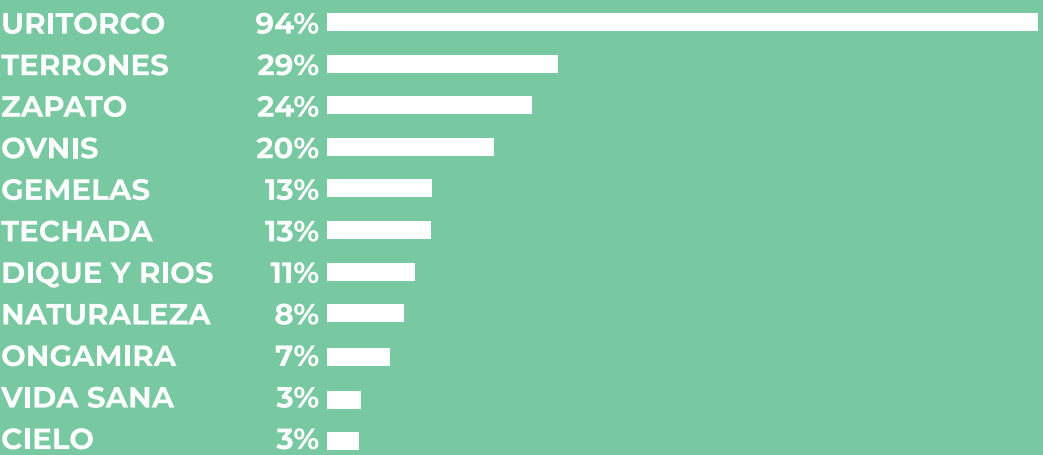


Comente las actividades que los turistas realizan en...

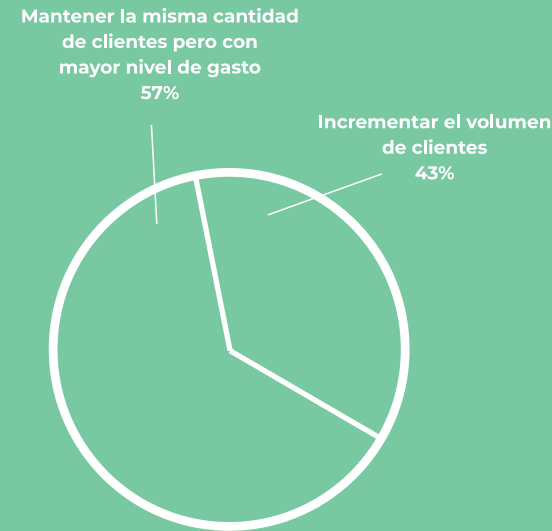
VERANO: ríos, noche, trekking, techada, espectáculos.

INVIERNO: montaña, trekking, introspección, cultura, tejido.

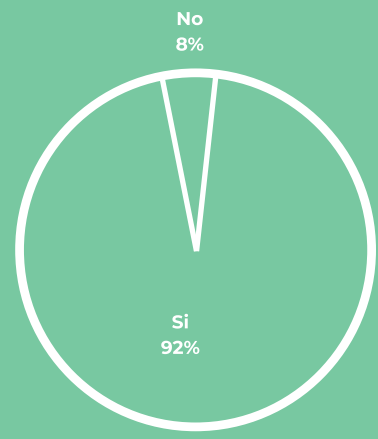
Enumere tres atractivos turísticos segun el orden de importancia que considere



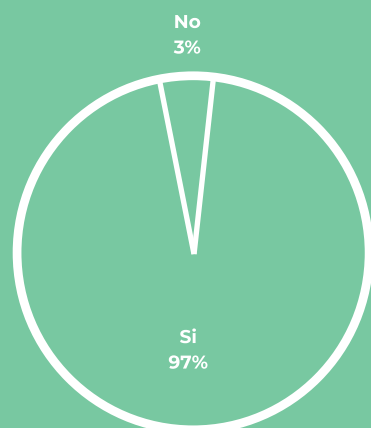
Considera mas oportuno



¿Considera que la oferta del destino es completa?

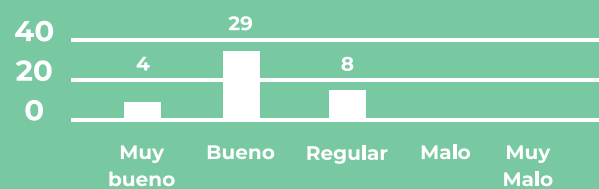


¿Considera oportuno incrementar la comunicación del destino?

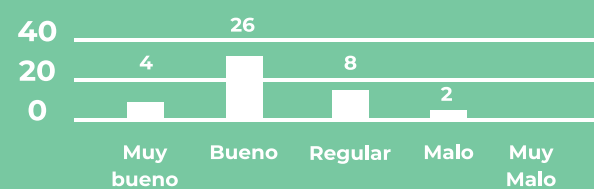


Percepción sobre...

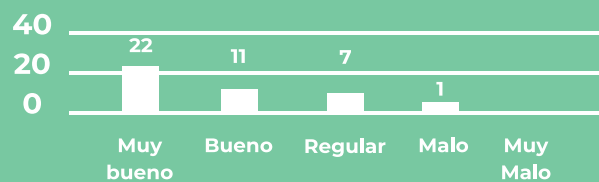
Alojamiento



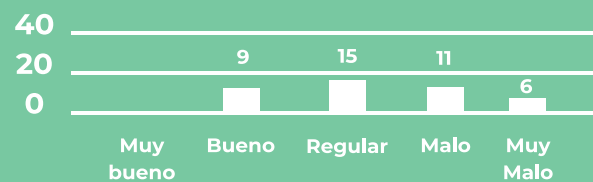
Gastronomía



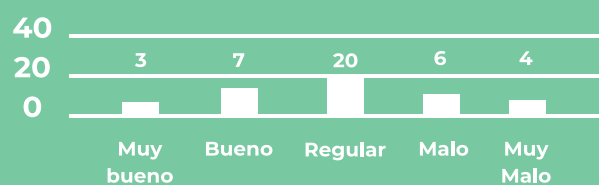
Diversidad de atractivos



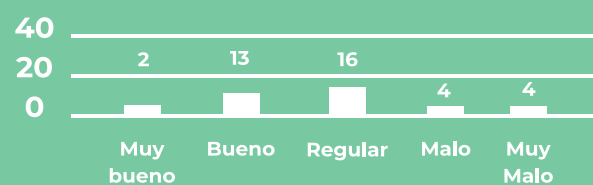
Mantenimiento de atractivos



Eventos y actividades



Conectividad



8.2. Etapa de diagnóstico - Segunda parte: mesas de trabajo

Mesa: Gestión de la calidad

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Paseos naturales Marca “Capilla” Diversidad de alojamientos La calle techada Comunidad diversa Aire serrano Creación de empleo Cine Nuestros artesanos	Falta de diversidad gastronómica Precio/calidad gastronómica Perros callejeros Atención sanitaria Falta de mantenimiento paseos turísticos Señalización de calles y paseos turísticos Señalización de calles y paseos Horarios comerciales Pocas líneas de transporte urbano e interurbano No tenemos atención de informes turísticos La atención actual en la secretaría de turismo es mala Falta de mejoras en la entrada principal de capilla Falta de personal capacitado de atención al público Falta de presencia en los conductores taxistas. Falta de atractivos para niños Funcionales teatrales. Falta Mala ubicación de la feria de artesanos

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Paseos naturales Marca “Capilla” Diversidad de alojamientos La calle techada Comunidad diversa Aire serrano Creación de empleo Cine Nuestros artesanos	Falta de diversidad gastronómica Precio/calidad gastronómica Perros callejeros Atención sanitaria Falta de mantenimiento paseos turísticos Señalización de calles y paseos turísticos Señalización de calles y paseos Horarios comerciales Pocas líneas de transporte urbano e interurbano No tenemos atención de informes turísticos La atención actual en la secretaría de turismo es mala Falta de mejoras en la entrada principal de capilla Falta de personal capacitado de atención al público Falta de presencia en los conductores taxistas. Falta de atractivos para niños Funcionales teatrales. Falta Mala ubicación de la feria de artesanos

Ideas Fuerza

- Capacitación comunitaria dentro de las instituciones educativas
- Que no existan estacionamientos en calle diagonal Buenos Aires, 25 de mayo y Dean Funes.

- Descomprimir y enriquecer calles Diagonal Buenos Aires y 25 de mayo.
- Relevamiento y control sobre los diferentes paseos turísticos (lograr un mantenimiento) ejemplo “Los Mogotes, Águila Blanca”.
- Cursos para capacitar al personal de turismo.
- Plan integral para el arreglo de veredas, entre los propietarios y la municipalidad.
- Mejorar el impacto visual de la entrada a Capilla del Monte.
- Cambiar de lugar a los artesanos. Ubicarlos fuera de la Plaza San Martín.

Visión compartida

- Capilla/Limpia/Saludable
- Ordenada/Abierta
- Planificación de infraestructura y equipamiento para proveer el agua potable a toda la población.

Mesa: Entorno institucional y planificación

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Espacio de escucha entre público y privado con el diagnóstico turístico.	Presión tarifas municipales.
Heterogeneidad social.	Imagen estética del pueblo.
Poner en valor el patrimonio histórico cultural y darlo a conocer dentro del pueblo y hacia fuera.	Mejoramiento de servicios: agua, calles, internet.
La importancia que pone CDM en el tema místico que no lo tiene otra localidad. Aún existe parte del monte nativo.	Accesibilidad turística.
	Falta señalización.
	Potenciar tema salud en temporada alta.
	Desratizar alcantarillas.
	Fumigar desde agosto por las moscas.
	El sector no se siente escuchado.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
	Urgencia en cuidar el ambiente. Control forestal y ambiental. Carga de los paseos. Mesa de articulación con representación de los sectores privados y Estado. Falta identificar costumbrismos serranos (Folklore). Oficina de turismo que funcione de noche en fines largos. Falta conservación monte y buena planificación tema incendios. Inseguridad. Cajeros automáticos en temporada. Mejorar feria artesanal (feria de Las Rosas). Deficiencia salud (hospital). Perros callejeros. SEGURIDAD. FALTA POLICÍA. Falta limpieza y mantenimiento.

Ideas fuerza

- Capacitación a distintos sectores para mejorar calidad y trabajar en la amabilidad.
- Comunicación más fluida, eficiente y concreta.

- Armar reuniones de seguimiento y de planificación para cada estación.
- Generar eventos que corten la estacionalidad turística.
- Desarrollar un turismo sustentable con eje en lo social, cultural, económico.
- Definir un Plan Estratégico de Turismo consensuado con el pueblo y que el mismo trascienda las intendencias para de verdad poder desarrollarlo.
- Crear un APP que integre hotelería, gastronomía, paseos.
 - Capacitaciones:
 - Cursos para los distintos sectores con planificación continua.
 - Atención al cliente.
 - Trabajar en actividades de integración social para lograr internalizar la cordialidad.
 - Personal municipal (inspectores, etc)
 - Empleados de turismo
 - Educación turística en escuelas. Escuelas de oficios.
 - Comunicación:
 - Mejorar la calidad, velocidad y oportunidad desde el Municipio a los distintos sectores en relación a publicidades, promociones, ordenanzas y problemáticas del sector.
 - Reuniones:
 - Coordinar con los distintos sectores, promociones y publicidades.
 - Armar mesas de articulación entre los distintos sectores y el Estado.
 - Planificar promociones previo a cada estación.
 - Eventos:
 - Generar al menos un evento por estación y en temporada baja.
 - Gastronomía revalorizando los productos serranos (algarrobo, chañar).
 - Turismo sustentable:
 - Convocar a profesionales del pueblo para dar charlas sobre el tema. Trabajar en gestión ambiental y turismo.

Visión compartida

Capilla del Monte es la ciudad con la mayor cantidad de paseos turísticos que trabaja con una mirada sustentable en donde todos sus habitantes se sienten orgullosos, integrados, respetados y escuchados.

Trabajamos pensando en que todos prosperen económicamente, entendiendo que el turismo nos beneficia a todos y que al menos hoy es el único medio de vida.

Mesa: Desarrollo de la oferta y promoción

VENTAJAS	DESVENTAJAS
- Paseos turísticos – diversidad – cantidad - Tema Ovni – Festival y promoción. Nos destaca lo místico. - La energía famosa del lugar. - Cantidad de productores. - Encuentros corales. - Cine teatro. - Ubicación geográfica.	Mal estado de los paseos. Faltan opciones de entretenimiento para niños y mayores. Falta espacio cerrado para eventos. Urgente gas natural, servicio N°1. Rescatar festivales planificando para todo el año. Guitarras, coros, natural, peperina. Que nos declaren industria turística. Mejorar servicio agua, luz, estado de calles. Falta buena atención. Información al turista, folletos, cartelería. Capacitar personal de atención. Cajeros automáticos. Poca comunicación entre gobierno y privado. Falta atención de salud.

Ideas fuerza

Soluciones

- Incrementar ingresos bajando impuestos para que más gente pague.
- Promover festivales y eventos convocantes para aumentar las ganancias de los privados.
- Aumentar cantidad de visitantes.
- Extender duración de festivales y eventos más allá de los feriados.
- Mejora de servicios paulatina.
- Capacitaciones (comerciantes, municipales, turismo).
- Embellecimiento de paseos.

Visión compartida

Vale la pena visitar Capilla, invertir en Capilla y disfrutar de su belleza natural y edilicia. Capilla, la ciudad más bella del Valle de Punilla. Donde hay entretenimiento para toda la familia, paseos limpios, ordenados, señalizados y donde querrás volver siempre a pasar tus vacaciones y vivir los mejores festivales.

Mesa: Patrimonio cultural y natural

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Reserva natural. Se propicia el paseo, pero... (1)	Baños.
Área de las vías del ferrocarril (2).	(4) Control y seguridad.
Águila blanca (3)	(5) Acceso en Av. Sabattini.
Río Calabalumba (4)	Control de capacidad de carga.
Uritorco. (5) Más cuidado.	(6) Abandono total.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
El Zapato. (6) Los Mogotes. Los Tres Puentes. (7) El Perilago. (8) Los paredones. Patrimonio cultural. Música y gastronomía. Patios de chacarera (9) (tipo en Santiago del Estero). Casonas Capilla Cabrini se casó Grisel (10) Romilio Rivero (artista de Capilla y no se lo conoce). Festivales antes se hacían y no se hacen más. Cine teatro Enrique Muiño. Descentralización por barrios. Feria artesanal en la Plaza San Martín. Programa radial “Raíces de mi tierra” (11) Raúl Cardona, declarado de interés cultural.	(7) Ocupado por gente (okupas). (8) Sin desarrollo. Difícil acceso. (9) Patios con movimientos culturales no están permitidos. No están habilitadas. (10) Renovada pero no se ofrece culturalmente. Transporte público. Falta capacitación incluso en remiseros y taxistas. Comprar una carpa para exposiciones festivas, ferias. Colectivo urbano sin frecuencia. Comercios atención. Capacitación. Mayor circuito de actividades alrededor de la plaza. (11) Hoy no se escucha por falta de publicidad.

Ideas fuerza

- Expandir a todo el pueblo la limpieza y mantenimiento de la poda y recolección de ramas para evitar así que el monte se coma la calle. Generar una campaña de información al vecino.
- Entubar el desagüe cloacal de las vías.
- Convocatoria de vecinos para colaboración en el mantenimiento de cada área turística. Por ej. Una cooperativa de trabajo o fundación. “Todos por el Zapato”.
- Visibilizar el problema de drogas e inseguridad para hermostear lugares como “Los tres puentes”.
- Generar espacios artísticos descentralizados con horarios límites.
- Reactivar el circuito turístico de las casonas con información histórica.
- Relevamiento de los artistas locales.
- Reactivar los festivales.
- Museos con enfoque históricos, real, NO VENDER HUMO. Arqueológico de los Comechingones.
- Invertir en carpas para festivales y artesanos/artistas.
- Falta capacitación en el personal del área turística. La información no la tienen. Capacitar a la gente en general (educación y capacitación).

Visión compartida

Capilla, más que naturaleza y mística, es un lugar de terapias alternativas. Variedad cultural, museos. “Farmacia natural”. “Vida sana”. Huerta orgánica. Producción local de alimentos.

Capilla del monte, ciudad de artistas.

9. AGRADECIMIENTOS

A lo largo del desarrollo del Plan de Gestión Turística Capilla del Monte han participado las siguientes personas e instituciones:

Autoridades del Ejecutivo Municipal:

Intendente
Díaz, Fabricio

Secretaria de Turismo
Del Río, Gabriela

Secretario de Cultura
Ruíz, Horacio

Cámara de Turismo de Capilla del Monte

Junta de Historia y Geografía Municipal

Hoteleros y cabañeros
Gastronómicos
Comerciantes
Prestadores de turismo alternativo

Coordinación técnica:

Szczupak, Alina

Colaboradores:

Borda, Vilma
Cavatorta, Miguel
Ciancia, Carla
Magnasco, Horacio
Ribaudó, Analía
Rizo Patron, Analía

Redacción:

Szczupak, Alina

Diseño gráfico:

Babusci, Piero

10. BIBLIOGRAFÍA

Dirección Municipal de Capilla del Monte. (1997). *Códice de Capilla del Monte*. Tomo 1. Álbumes az zelener ediciones.

Dirección Municipal de Capilla del Monte. (1997). *Códice de Capilla del Monte*. Tomo 11. Álbumes az zelener ediciones.

Ivars, J. A. (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Ed. Síntesis. Madrid, España.

Junta Municipal de Historia y Geografía de Capilla del Monte. (2018). *Revista Indicis*.

Molina, S. (1986). *Planificación del Turismo*. Nuevo Tiempo Libre. México.

Naciones Unidas. *Agenda para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 8 de noviembre de 2021. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*. España.

Plan de Desarrollo Integral Capilla del Monte. (Agosto 2001).

Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010 2018.

Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025. Argentina. Actualización 2014.