

# PLAN

ESTRATÉGICO DE  
TURISMO  
SOSTENIBLE

CBA  
2030



# PLAN

ESTRATÉGICO DE  
TURISMO  
SOSTENIBLE



CÓRDOBA  
2030



TOD LO QUE QUERÉS  
TODO EL AÑO



ENTRE  
TODOS



# PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE CÓRDOBA



El turismo es una actividad central en nuestra provincia, que fortalece las economías regionales por su efecto multiplicador en otros sectores económicos y por su capacidad para diversificar la matriz productiva generando empleo e inclusión social.

La actualización del Plan Estratégico de Turismo Sostenible demuestra que el Gobierno de la Provincia de Córdoba considera al turismo una política de Estado y continúa dándole prioridad como herramienta para el desarrollo social, económico y cultural.

A más de diez años del lanzamiento del primer Plan Estratégico, las acciones llevadas adelante por el Gobierno y la Agencia Córdoba Turismo han consolidado a nuestra provincia como uno de los principales destinos del país.

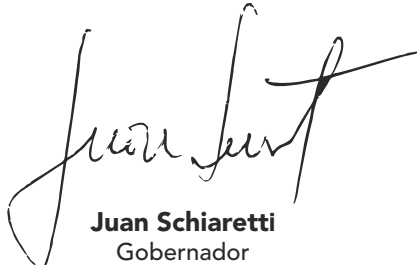
Estamos convencidos que Córdoba es un destino turístico por excelencia y nuestro modelo de gestión público/privado, se basa en la sinergia entre todos los actores del sector, trabajando mancomunadamente con objetivos y acciones consensuadas.

Es el momento para aprovechar la belleza de nuestros recursos naturales y culturales, nuestra ubicación, nuestras obras y nuestra conectividad, mejorando la oferta con propuestas turísticas innovadoras, profesionalizando a los prestadores de servicios, avanzando en infraestructura, e impulsando el surgimiento de nuevos emprendimientos.

El desarrollo del turismo debe ser continuo, ordenado y planificado para consolidar a la provincia como destino internacional, brindando experiencias de calidad, pero

también, asegurando trabajo y progreso para los cordobeses.

Este Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030 propone acciones para los diferentes actores del sector, y para el logro de sus objetivos requiere de la participación activa de la comunidad. Les pido a los cordobeses que trabajemos juntos por un turismo sostenible. Córdoba no se detiene, avanza y crece entre todos.



**Juan Schiaretti**  
Governador  
Provincia de Córdoba



# PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE CÓRDOBA



Cumplido el horizonte estipulado por el Plan Estratégico del año 2006 y en el contexto de un turismo cada vez más dinámico, la Agencia Córdoba Turismo renueva en esta actualización su compromiso con el desarrollo sostenible, reafirmando la postura del Gobierno de la Provincia de Córdoba de tomar al turismo como una política de estado.

La actividad turística es una de las que más ha evolucionado en los últimos diez años y el turista actual es muy exigente. En el mercado de hoy, el consumidor se encuentra empoderado gracias a las redes que le permiten analizar precios, comentarios, experiencias y otras variables, a la hora de decidir dónde viajar.

También la tendencia de cuándo vacacionar ha cambiado y las temporadas ya no son las mismas. Además del verano, al que estábamos acostumbrados, se suman ahora las escapadas, los fines de semana largos, el invierno y otras oportunidades para las que tenemos que estar preparados.

En este nuevo contexto, Córdoba supo visibilizarse y posicionarse de manera exitosa en el país, la región y el mundo, trabajando de manera planificada, continua e integrada; concibiendo al turismo como un pilar clave para las economías regionales.

Además de un panorama inmejorable en materia de conectividad aérea, nacional e internacional, contamos con una excelente conectividad vial entre nuestros valles, caminos y regiones, y seguimos avanzando en obras públicas de gas y fibra óptica para favorecer las inversiones y poder brindar servicios de calidad.

Para crecer de manera ordenada y sostenible es necesaria la planificación estratégica, la colaboración, y el apoyo mutuo entre los diferentes actores de la actividad, participando, capacitándose y renovando la oferta que Córdoba tiene para ofrecer, con productos que rompan la estacionalidad, con la mira puesta en continuar siendo un destino líder y de calidad.

El Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030 establece un camino común a seguir, consensado entre el sector

público, privado, académico y comunitario en foros y mesas de trabajo desarrolladas en todas las áreas turísticas, donde quienes trabajan diariamente en esta actividad, pudieron aportar su visión y sus ideas.

Más allá del compromiso de quienes participaron en la elaboración de esta propuesta, es importante que todos los cordobeses asumamos la responsabilidad de trabajar articuladamente para cumplir los objetivos propuestos.

Estoy convencido que Córdoba es una provincia que tiene todo para ofrecer, un destino comprometido con sus raíces y su futuro.

**Cr. Julio Bañuelos**  
Presidente  
Agencia Córdoba Turismo



# PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE CÓRDOBA

## AGENCIA CÓRDOBA TURISMO SEM

### Presidente del Directorio

Cr. Julio Bañuelos

### Directores Sector Público

Dr. Ramón Graneros  
Sr. Raúl Ahumada  
Sr. Sergio Spicogna  
Dr. Diego Tomaselli  
Sr. Gabriel Raies  
Sr. Fabricio Díaz

### Directores Sector Privado

Sr. Enrique Finocchietti  
Dr. Alejandro Sans  
Lic. Laura Rivera

### Síndicos

Dra. Juliana Verón  
Sr. Héctor Colombo  
Cr. Carlos Martín

### Directores Agencia Córdoba Turismo S.E.M

Director de Relaciones Institucionales  
Esp. Cr. Marcelo Valdomero  
Director de Promoción y Marketing  
Téc. Alejandro Strumia  
Director de Inversiones y Servicios Turísticos  
Sr. José Páez Allende

## EQUIPO TÉCNICO DEL PLAN

### Dirección de Relaciones Institucionales Agencia Córdoba Turismo SEM

**Coordinación General**  
Esp. Cr. Marcelo Valdomero

**Equipo Técnico Coordinador**  
Mgter. Irene Cuello  
Arq. Luciana Inés Repiso  
Lic. Horacio Nicolás Vega

**Coordinación de Logística**  
Téc. Natalia Motta

**Equipo de Apoyo Técnico**  
Mgter. Laura Isabel Luna  
Sr. Mauro Kattar  
Lic. Mariela Mussano

**Diseño Gráfico**  
Téc. Nadia Palomeque

# PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE CÓRDOBA

## EQUIPOS TÉCNICOS REGIONALES UNIVERSIDADES

### Equipo Técnico Regional Universidad Provincial de Córdoba

#### Coordinador

Lic. Horacio Nicolás Vega

#### Docentes

Lic. Miguel Ángel Farah  
Lic. Federico Leguizamón  
Lic. María Itatí Paoletti  
Biól. Silvana Beatriz Ruffini  
Lic. Susana Beatriz Carrizo  
Lic. Fernando Westergaard  
Lic. María Isabel Irusta Meleri  
Téc. Gustavo de Figueredo  
Lic. Celeste Bustos

#### Estudiantes

María Aylén Varas  
María Belén Mucilli  
Cinthya Esther Taboada Ramos  
Nilda Clara Bubrosky  
Emmanuel Santillán Costa  
Ximena Felicitas Moyano Martínez  
Mariano Pischetola  
Melina Sema  
Paula Mabel Sandalio  
Sebastián Hissa  
Valeria Gaspar  
Candelaria Aznárez  
Magdalena Tillard

### Equipo Técnico Regional Universidad Nacional de Córdoba

#### Coordinador

Ing. Gabriel Augusto Manera

#### Docentes

Dra. María Belén Espoz  
Ing. Ariel Arturo Roberi  
Ing. Mariano Danilo Da Riva  
Lic. Paula Torres  
Lic. Julián Francisco Castro

#### Estudiante

Leonardo Emilio Fortuzzi

### Equipo Técnico Regional Universidad Nacional de Villa María

#### Coordinador

Mgter. Gabriel Suarez

#### Docentes

Lic. Mariana Di Giovambattista

#### Estudiantes

Jenifer Duflos  
Joaquín Muñoz  
Josefina Peiretti  
Matías Sanchez  
Guido Gasparini

### Equipo Técnico Regional Universidad Siglo 21

#### Coordinador

Lic. Silvia Ramallo

#### Docentes

Mgter. Melisa Mansilla  
Ing. Marcos Martínez  
Téc. Sebastián Aviñó  
Lic. Analía Ribaudó  
Lic. Belén Testa  
Lic. Santiago Pappano  
Lic. Tamara Wasilcov

#### Estudiantes

Gastón Savi  
Juan Francisco Cañón  
Analía Celeste Rizo Patrón  
Franco Gerardo Mena  
Priscila Karin Silva  
Sofía Serrano Esper  
Agustina Calmels  
Ambar Varela  
Julia Elena Marchegiani  
Lucía Cerioni  
Catalina Errecart Gaia

### Equipo Técnico Regional Universidad Blas Pascal

#### Coordinador

Lic. Viviana Cafure  
Lic. Eugenia Alanis

#### Docentes


Lic. Ariel Bustos  
Dra. Rosanna Bino


#### Estudiantes


Aldana Acosta  
Paula Camacho  
Agostina Correa Sella  
Victoria Fonseca  
Ayelén Yasmín Guzmán  
Julieta Leikij  
Olmo Mazzuco  
Iván Salvatori  
Claudia Santa Cruz  
Bernardita González Cebrián  
Manuel Guevara  
Jeremías Lahore  
Florencia Marco

**PRESENTACIÓN** ..... pág. 15


 <p><b>1.</b> EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA</p>	<b>1 EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA</b> ..... pág. 20
	<b>1.1</b> Caracterización General ..... pág. 22
	<b>1.2</b> Turismo, PBG y Empleo ..... pág. 27
	<b>1.3</b> Oferta turística ..... pág. 28
	<b>1.4</b> Demanda turística ..... pág. 37
	<b>1.5</b> Gestión turística ..... pág. 39

 <p><b>2.</b> MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO</p>	<b>2 MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO</b> ..... pág. 55
	<b>2.1</b> Enfoque teórico conceptual del Plan ..... pág. 55
	<b>2.2</b> Proceso Metodológico ..... pág. 60
	<b>2.3</b> Síntesis del Proceso Participativo ..... pág. 66

 <p><b>3.</b> DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA</p>	<b>3 DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA</b> ..... pág. 71
	<b>3.1</b> Caracterización, Diagnóstico 2018 y Visión 2030 por Región Turística ..... pág. 73
	<b>3.2</b> Diagnóstico Turístico 2018 y Visión Turística del Destino Córdoba 2030 ..... pág. 114

 <p><b>4.</b> DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO</p>	<b>4 DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO</b> ..... pág. 121
	<b>4.1</b> Ideas Fuerza por Región Turística ..... pág. 122
	<b>4.2</b> Objetivos para el DTS ..... pág. 135
	<b>4.3</b> Líneas de Acción y Acciones ..... pág. 138
	<b>4.4</b> Pautas para la implementación del Plan ..... pág. 146

**5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS** ..... pág. 152

 <p><b>6.</b> ANEXOS</p>	<b>6 ANEXOS</b> ..... pág. 156
	<b>6.1</b> Municipios y comunas por Región/Área Turística según Ley de Reg. .... pág. 156
	<b>6.2</b> Material para la elaboración del Diagnóstico en Foros Regionales ..... pág. 160
	<b>6.3</b> Material para la elaboración de la Visión en Foros Regionales ..... pág. 165
	<b>6.4</b> Material para la elaboración de las Ideas Fuerza en Foros Regionales ..... pág. 166
	<b>6.5</b> Material para la elaboración del Diagnóstico en Mesas de Trabajo 1 ..... pág. 167
	<b>6.6</b> Material para la elaboración de la Visión en Mesas de Trabajo 1 ..... pág. 168
	<b>6.7</b> Material para la elaboración de los Objetivos en Mesas de Trabajo 1 ..... pág. 169

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla Nº 1:</b> El turismo en Córdoba en números ..... pág. 22
<b>Tabla Nº 2:</b> Prestadores de Turismo Alternativo registrados por actividad ..... pág. 31
<b>Tabla Nº 3:</b> Gasto turístico por rubro ..... pág. 37

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura Nº 1:</b> Ubicación de la Provincia de Córdoba en la República Argentina ..... pág. 20
<b>Figura Nº 2:</b> Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba ..... pág. 21
<b>Figura Nº 3:</b> Áreas Naturales de la Provincia de Córdoba ..... pág. 23
<b>Figura Nº 4:</b> Mapa Federal de Oportunidades Turísticas, Región Centro ..... pág. 25
<b>Figura Nº 5:</b> Macro Región ATACALAR ..... pág. 26
<b>Figura Nº 6:</b> Participación VARCT en el PBG de la Provincia de Córdoba ..... pág. 28
<b>Figura Nº 7:</b> Gasto turístico por modalidad de alojamiento ..... pág. 38
<b>Figura Nº 8:</b> Gasto turístico por Área Turística ..... pág. 38
<b>Figura Nº 9:</b> Región Turística del Mar de Ansenúza ..... pág. 73
<b>Figura Nº 10:</b> Región Turística de la Historia ..... pág. 77
<b>Figura Nº 11:</b> Región Turística de la Capital ..... pág. 83
<b>Figura Nº 12:</b> Región Turística de la Punilla ..... pág. 89
<b>Figura Nº 13:</b> Región Turística de Traslasierras ..... pág. 95
<b>Figura Nº 14:</b> Región Turística de los Grandes Lagos ..... pág. 103
<b>Figura Nº 15:</b> Región Turística de la Llanura ..... pág. 119





## PRESENTACIÓN

El Plan Estratégico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba (PETS CBA 2030) - Actualización del Plan Estratégico de Turismo Sustentable PETS CBA 2006 - ha sido elaborado por la Agencia Córdoba Turismo S.E.M., conforme a su función específica como organismo del Gobierno de la Provincia de Córdoba responsable de organizar, orientar, promover, coordinar la actividad turística y su desarrollo.

Entre las funciones específicas de la ACT SEM, están las siguientes:

- **Incrementar la incidencia del turismo en el producto bruto provincial;**
- **Posibilitar la participación de todos los sectores sociales en el ejercicio del turismo;**
- **Proteger y desarrollar el patrimonio turístico en sus aspectos naturales y culturales;**
- **Proteger y desarrollar los recursos humanos abocados a la actividad turística, la calidad de los servicios y la infraestructura turística.**

Sustentado en las premisas de fortalecimiento y dinamización de las economías regionales, la conservación

de los valores identitarios regionales y la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo del turismo, **el objetivo del PETS CBA 2030 es fortalecer el desarrollo turístico equilibrado de la provincia como un destino turístico sostenible, competitivo y de calidad, a partir de la formulación e implementación de estrategias consensuadas por los actores sectoriales.**

Este plan se enmarca en diferentes instrumentos legales: la Ley Nacional de Turismo N° 25.997/2003, la cual en su Art. 1° declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. A la vez, precisa los principios rectores de la ley: facilitación, desarrollo social, económico y cultural, desarrollo sostenible, calidad, competitividad y accesibilidad.

La Ley de Turismo de la Provincia de Córdoba N° 9.124/2003 en su Art. 1° "...reconoce a la actividad turística de interés prioritario, al tiempo que tiene por objeto el desarrollo integrado de la Provincia como unidad de desarrollo turístico." Conforme a ello, el ámbito territorial del Plan alcanza a todos los Municipios y Comunas comprendidos en las Regiones Turísticas de la provincia, a la vez integradas por Áreas Turísticas, según lo establecido en la Ley de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba N° 10312/2015: Región Turística de la Historia (Áreas Turísticas Sierras Chicas y Norte); Región Turística de la Punilla (Área Turística Punilla); Región Turística de

Traslasierras (Áreas Turísticas Noroeste y Traslasierras); Región Turística de la Capital (Área Turística Capital); Región Turística del Mar de Ansenúza (Área Turística Mar de Ansenúza); Región Turística de la Llanura (Áreas Turísticas Pampa Agropecuaria y Lagunas y Fortines) y Región Turística de los Grandes Lagos (Áreas Turísticas Paravachasca, Calamuchita y Sierras del Sur).

El proceso de elaboración del Plan es de carácter participativo a partir de Foros Regionales y Mesas de Trabajo donde los actores del sector público, privado, académico y comunitario de las regiones turísticas de la provincia intercambian ideas y realizan aportes y propuestas para el desarrollo turístico provincial.

Las instancias de participación tienen los siguientes objetivos:

- **Promover y fortalecer el trabajo integrado de los actores regionales.**
- **Identificar las oportunidades de las regiones para el desarrollo turístico y su vinculación e integración con la visión del destino turístico Córdoba.**
- **Establecer diferentes estrategias y líneas de acción para dinamizar el desarrollo del turismo en la provincia en base al fortalecimiento de sus potencialidades y oportunidades.**

El Equipo Técnico de la Dirección de Relaciones Institucionales de la Agencia Córdoba Turismo SEM es responsable del proceso de elaboración del plan y la coordinación de la participación de los Equipos Técnicos Regionales pertenecientes a diferentes instituciones académicas de la provincia con carreras de formación en turismo y desarrollo local: Universidad Provincial de Córdoba, Universidad Blas Pascal, Universidad Siglo 21, Universidad Nacional de Villa María y Universidad Nacional de Córdoba.

Se presenta a continuación la estructura del documento del Plan, el cual incluye los siguientes apartados:

**1. El destino turístico Córdoba:** Se describe el destino Córdoba a partir de su posicionamiento en el contexto nacional e internacional mediante los componentes de su oferta turística conforme al perfil de la demanda actual, como así también las características y acciones contempladas en el PETS CBA 2006 e implementadas por la gestión de la ACT SEM.

**2. Marco teórico-metodológico:** El soporte teórico del Plan se fundamenta en el concepto de sostenibilidad en todas sus dimensiones a la vez que el proceso metodológico para su formulación se sustenta en la participación de todos los actores vinculados al sector, cuyas visiones y perspectivas son plasmadas en las diferentes instancias, tales como los Foros Regionales y las Mesas de Trabajo.

**3. Diagnóstico y Visión Turística de la Provincia:** A partir de los resultados emanados de los Foros Regionales y de las Mesas de Trabajo, se conforma la situación turística integral del territorio con sus potencialidades, oportunidades y las cuestiones desfavorables y conflictivas a resolver. Esto permite la conformación de la Visión Turística del destino Córdoba hacia la cual se deberán orientar todas las acciones de gestión.

**4. Diseño Estratégico y Operativo:** Se explicitan aquí objetivos estratégicos generales y específicos, líneas de acción y acciones para dinamizar el desarrollo turístico sostenible en la provincia, formulados a partir de las principales *Ideas Fuerza* planteadas en los Foros Regionales y Mesas de Trabajo. Asimismo, se establecen pautas para la implementación del Plan e indicadores de seguimiento y evaluación.

**5. Referencias bibliográficas**

**6. Anexos**

Cabe destacar que el PETS CBA 2030 se constituye en el plan marco a partir del cual se referencian todas las acciones para el desarrollo turístico de la provincia, cuya implementación se llevará a cabo a través del Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM, que incluye entre otras acciones, Planes de Gestión Turística Sostenible para cada región o área turística.



**1.**  
EL DESTINO TURÍSTICO  
CÓRDOBA





# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

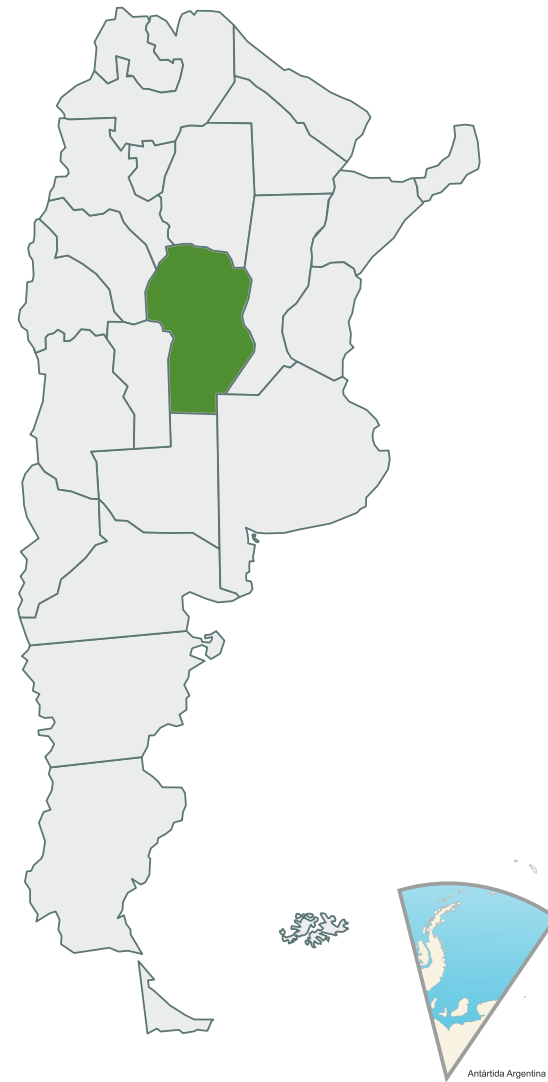


## 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

Esta provincia mediterránea, con su rica naturaleza y su impronta cultural e histórica, concibe al turismo como política de estado y como una actividad generadora de empleo a partir del desarrollo de las economías regionales mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales. El trabajo conjunto con todos los sectores involucrados ha posibilitado convertir al turismo en una de las principales actividades productivas de la provincia.

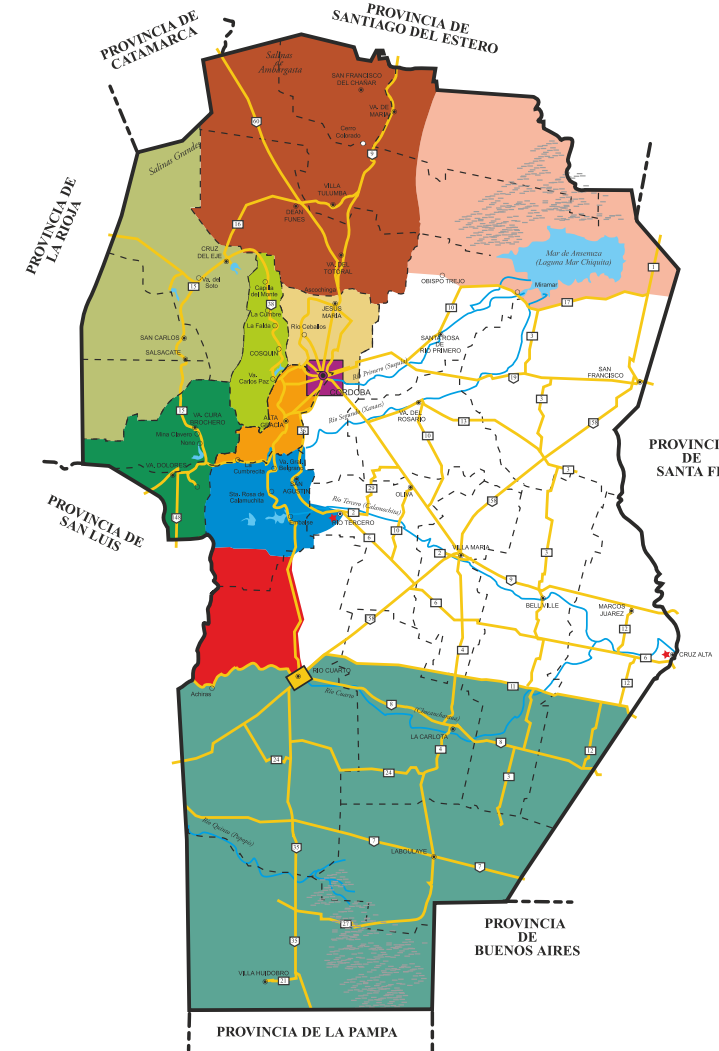


**Figura 1:** Ubicación de la Provincia de Córdoba en la República Argentina



Fuente: ACT SEM

**Figura 2:** Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba - Ley de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba N° 10312/2015



Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

Ver anexo "Municipios y comunas por Región/Área Turística según Ley de Regionalización turística provincial".

REGIONES	ÁREAS
REGIÓN CAPITAL	CAPITAL
REGIÓN DE LA PUNILLA	PUNILLA
REGIÓN DEL MAR DE ANSENUZA	MAR DE ANSENUZA
REGIÓN DE LA HISTORIA	NORTE
	SIERRAS CHICAS
REGIÓN TRASLASIERRAS	NOROESTE
	TRASLASIERRAS
REGIÓN DE LOS GRANDES LAGOS	PARAVACHASCA
	CALAMUCHITA
	SIERRAS DEL SUR
REGIÓN DE LA LLANURA	PAMPA AGROPECUARIA
	LAGUNAS Y FORTINES

La Provincia de Córdoba, ubicada en el centro de la República Argentina se constituye en un punto estratégico para la conexión regional y la integración entre los países del MERCOSUR.

Córdoba cuenta con una amplia red de conectividad aérea y terrestre, convirtiéndose en un importante ingreso a la Argentina y, por su ubicación estratégica, en un natural centro de comunicación con las principales ciudades del país y de Latinoamérica.

# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA



Tabla 1:



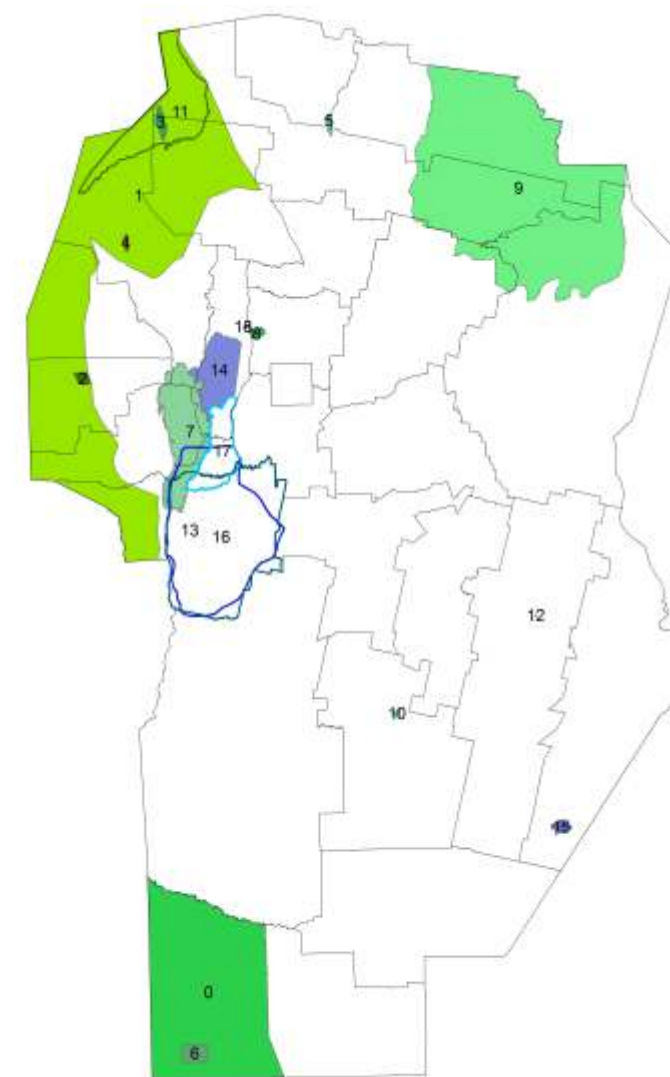
Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

## 1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL

La Provincia de Córdoba se encuentra en el centro geográfico de la República Argentina, con una superficie de 165.321 km<sup>2</sup> y una población de 3.304.825 habitantes (Censo Nacional de población, hogares y viviendas 2010, INDEC). En el extenso territorio cordobés confluyen llanuras, sierras y valles, generando la identidad paisajística provincial. La zona serrana está caracterizada por una abundancia de ríos, arroyos, vertientes, lagunas y embalses artificiales que conforman junto a las sierras la base del atractivo turístico tradicional de Córdoba. El clima benigno de la provincia de tipo continental con inviernos frescos y veranos cálidos hace del territorio un destino turístico durante todo el año.

Córdoba ofrece a sus visitantes la posibilidad de disfrutar sus ambientes naturales en numerosas áreas protegidas cuya importancia radica no sólo en la conservación de sus ecosistemas, recursos hídricos y especies de flora y fauna, sino también en la posibilidad que ofrecen para realizar diferentes prácticas turísticas como el ecoturismo, el avistaje de flora y fauna, el senderismo, los safaris fotográficos y otros.

Figura 3: Áreas Naturales de la Provincia de Córdoba (2017)



### Áreas Naturales Provinciales

- 0. Corredor Biogeográfico del Calden
- 1. Corredor Biogeográfico del Chaco Árido
- 2. Parque Provincial y Reserva Forestal Natural Chancani
- 3. Refugio de Vida Silvestre Monte de las Barrancas
- 4. Reserva Paso Viejo
- 5. Reserva Natural Cultural Cerro Colorado
- 6. Reserva Forestal Realico
- 7. Reserva Hídrica Natural Pampa de Achala
- 8. Reserva Natural La Quebrada
- 9. Reserva Natural Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita
- 10. Reserva Natural de Fauna Laguna La Felipa
- 11. Reserva Provincial de Uso Múltiple Salinas Grandes
- 12. Reserva Natural Parque Municipal Francisco Tau
- 13. Reserva Recreativa Natural Calamuchitana
- 14. Reserva Hídrica Provincial Los Gigantes
- 15. Reserva Natural Laguna de Las Tunas
- 16. Reserva Hídrica Natural Calamuchitana
- 17. Reserva Recreativa Natural Valle del Condor
- 18. Reserva Vaquerías





# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

Los recursos hídricos de la provincia, constituidos por ríos y sus afluentes que nacen en las Sierras Grandes y en la de Comechingones, son los lugares ideales para disfrutar en el verano, a los que se suman importantes embalses y represas por el volumen de su agua como el Lago San Roque, el Dique Los Molinos, el Dique Piedras Moras, el Embalse Río Tercero, el Dique La Viña y el Dique de Cruz del Eje. Estos embalses, además de regular los cursos hídricos, producir energía hidroeléctrica y proveer agua para consumo humano, se constituyen en valores de relevancia para el turismo al practicarse en ellos actividades balnearias, pesca y deportes náuticos en entornos naturales serranos.



Los aportes destacados a diversos campos del arte señalan la importancia de Córdoba en el panorama cultural argentino. Desde tiempos históricos, se han destacado las manifestaciones culturales, así lo demuestran los reconocidos sitios arqueológicos prehispánicos, las Estancias Jesuíticas, la Universidad Nacional de Córdoba y los edificios coloniales que integran el patrimonio histórico-cultural de la provincia. Asimismo, se destacan las tradiciones y los modos de vida y producción de las distintas localidades con fiestas y festivales que reflejan la identidad local.

El desarrollo agropecuario e industrial asociado a la calidad y diversidad de los servicios constituye el perfil que identifica el potencial económico de la provincia en el contexto nacional, a lo que se suma el turismo como una actividad de relevancia en el sistema productivo provincial.

## Córdoba en el contexto nacional e internacional

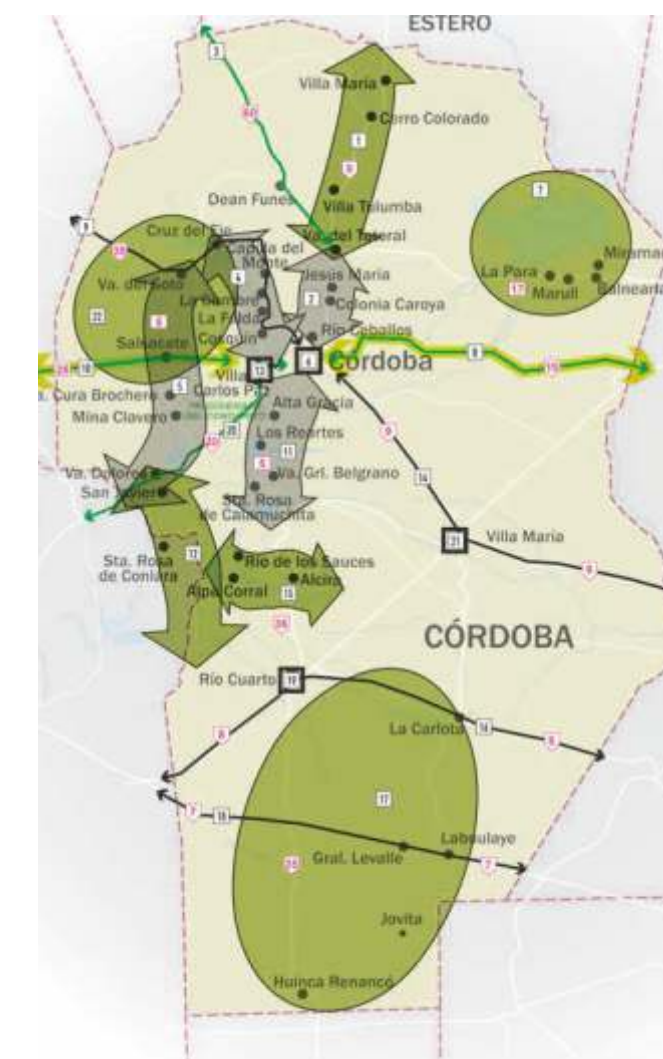
En el contexto de regionalización turística de la República Argentina, la provincia de Córdoba siempre ha sido considerada como una región propia, una región turística nacional, tanto en el PFETS 2025 -actualización 2014-, como en el actual Plan Integral de Gestión 2016 del Ministerio de Turismo de la Nación, actualmente Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación.

Se destaca que, mediante el proceso participativo del PFETS, se elaboró el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) en el que se identificaron los componentes del espacio turístico para ordenar la gestión y las inversiones públicas. En la Región Centro se reconocieron: 7 corredores, 4 puertas, 8 travesías, 3 áreas.

### Referencias - Región Córdoba

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| 1. Corredor de la Historia                   | 12. Corredor de los Comechingones |
| 2. Corredor de Sierra Chica                  | 13. Puerta Carlos Paz             |
| 3. Travesía de las Salinas (RN 60)           | 14. Travesía RN 9                 |
| 4. Corredor de la Punilla                    | 15. Corredor del Sur              |
| 5. Corredor de Traslasierra                  | 16. Travesía RN 8                 |
| 6. Puerta Córdoba                            | 17. Área Lagunas y Fortines       |
| 7. Área Mar Chiquita                         | 18. Travesía Bioceánica RN 7      |
| 8. Travesía RN 19                            | 19. Puerta Río Cuarto             |
| 9. Travesía RN 38 (Córdoba - La Rioja)       | 20. Travesía RN 20                |
| 10. Travesía RP 28                           | 21. Puerta Villa María            |
| 11. Corredor de los Grandes Lagos de Córdoba | 22. Área Noroeste                 |

Figura 4: Mapa Federal de Oportunidades Turísticas, Región Centro



Fuente: PFETS 2025 - Ministerio de Turismo de la Nación



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

Además, Córdoba forma parte de la Región Centro de Argentina junto con las provincias de Santa Fé y Entre Ríos, a través de un tratado de integración regional interprovincial, acordado en 1998 por las provincias de Córdoba y Santa Fe a la que posteriormente se integra la Provincia de Entre Ríos. Este espacio regional está destinado a fortalecer el desarrollo económico y social de estas provincias en su conjunto, en base a los fuertes vínculos históricos, económicos, sociales y culturales que las une.

Figura 5: Macro Región ATACALAR



Fuente: Sitio web oficial Comité ATACALAR.

A su vez la provincia integra la Macro Región ATACALAR, organismo de integración sub-nacional transfronteriza, siendo el Comité de Integración ATACALAR una instancia de coordinación binacional que reúne al Gobierno Regional de Atacama (Chile) y a los Gobiernos Provinciales de Catamarca, La Rioja, Tucumán, Santiago del Estero, Córdoba y Santa Fe (Argentina).

Esta región constituye el corazón del Corredor Bioceánico Central que abarca el sur de Brasil, Uruguay, las regiones Centro y Cuyo de Argentina, y las regiones III, IV, V y VI de

Chile. El turismo, entre otras temáticas de integración regional, representa un importante potencial de articulación entre las tres provincias.

En octubre de 2018, la ACT SEM participó de la XXI Reunión del Comité de Integración ATACALAR en la ciudad de Termas de Río Hondo, Provincia de Santiago del Estero, donde entre otras actividades se realizaron trabajos de las distintas Comisiones y sub comisiones y Foros de Autoridades y de Exportadores y Terminales de ATACALAR. La reunión plenaria de la Comisión de Turismo en dicho encuentro acordó cuestiones clave para el desarrollo binacional.

La Agencia Córdoba Turismo SEM lleva adelante numerosas acciones promocionales en el contexto nacional e internacional, como eventos, ferias, caravanas y otras en mercados identificados como prioritarios.

Respecto al sistema turístico nacional y desde el enfoque de la demanda, Córdoba posee una amplia trayectoria en el desarrollo del turismo, ubicándose entre los primeros puestos, tanto de turismo receptivo como emisor en diferentes periodos de análisis.

Es la primera provincia del interior del país destacada como sede de congresos y convenciones, a lo que se suma su importancia como hub aéreo del interior del país con más de 550 vuelos semanales.

## 1.2. TURISMO, PBGY EMPLEO

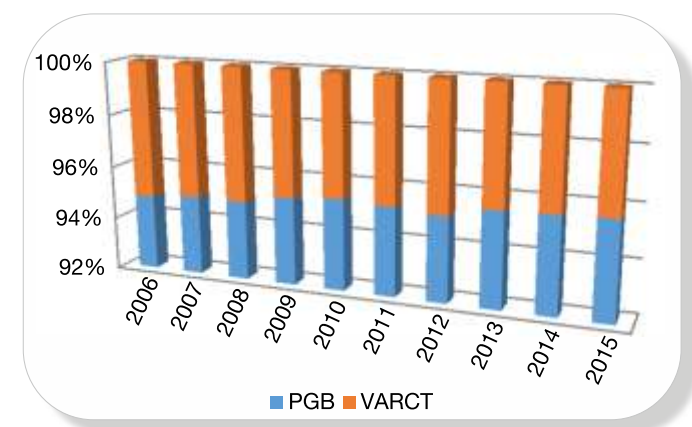
La riqueza de recursos de la Provincia de Córdoba, su producción diversificada, su industria consolidada con trayectoria exportadora, la disponibilidad de infraestructura y un importante porcentaje de población profesional y de mano de obra capacitada, la convierten en el centro productivo más importante del interior del país.

Dentro de esta matriz productiva diversificada, para el período 2006-2015, el valor agregado de los bienes y servicios producidos a precios constantes tuvo un crecimiento del 54 %, con una participación promedio del 5% del Valor Agregado de las Ramas Características del Turismo (VARCT) en el Producto Bruto Geográfico de la Provincia de Córdoba.

Esta característica referencia la estabilidad y posicionamiento del turismo en la Provincia de Córdoba. Las actividades en cuestión según informe de la Dirección de Estadística y Censos de la Provincia de Córdoba son: 1- Alojamiento para visitantes 2- Actividades de provisión de alimentos y bebidas. 3- Transporte de pasajeros por ferrocarril. 4- Transporte de pasajeros por carretera. 5- Transporte de pasajeros por agua. 6- Transporte aéreo de pasajeros. 7- Alquiler de equipos de transporte. 8- Actividades de agencias de viajes otros servicios de reserva. 9- Actividades culturales. 10- Actividades deportivas y recreativas.

# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

**Figura N° 6:** Participación VARCT en el PBG de la Provincia de Córdoba



**Fuente:** Dirección General de Estadística y Censos

El período 2010 - 2014 el turismo y sus ramas características generaron en el 9,9 % del total de empleo en la provincia. En el año 2014 el empleo provincial fue de 1.332.674 puestos de trabajo, correspondiendo al turismo y sus ramas características el 9,21 % equivalente a 122.783 empleos, con un 47,7 % correspondiendo a alojamiento, alimento y bebidas, un 22,9 % al rubro transporte automotor y pasajeros, y el resto a otros rubros como agencias de viajes, servicios para la práctica deportiva y otros.

De acuerdo a los datos aportados por el INDEC, en el año 2017 en la Provincia de Córdoba se generaron 1.536.452 puestos de trabajo. Teniendo como hipótesis que el 9,9% es generado por el turismo, las ramas características del turismo habrían generado aproximadamente 152.000 empleos.

### 1.3. OFERTA TURÍSTICA

El turismo en Córdoba ofrece al visitante innumerables atractivos, enmarcados por los distintos sistemas serranos del oeste y noroeste provincial. Sus ríos, arroyos, sus áreas verdes y boscosas, las bondades del clima y los paisajes naturales sumado a las diversas manifestaciones de su identidad cultural atraen al visitante durante todo el año.

Además, la provincia de Córdoba se destaca por su gran disponibilidad y variedad de transporte que le posibilitan al visitante movilizarse por todo el territorio cordobés a través de múltiples medios y también facilita la conexión con variados destinos de Argentina y del mundo. Una amplia conectividad aérea nacional e internacional a través del Aeropuerto Internacional Córdoba "Ing. Ambrosio Taravella", sumada a la variedad de transporte terrestre y las opciones de trenes hacen que los medios de transporte de la Provincia de Córdoba sean una buena opción para recorrer este territorio y conectarse con otros destinos.



En este mismo sentido, Córdoba ha organizado una oferta de alojamiento para todos los perfiles y necesidades, con el propósito de que el turista disfrute de todas las regiones durante todo el año. En el buscador [www.viajaracordoba.tur.ar](http://www.viajaracordoba.tur.ar) el turista puede encontrar diversas modalidades de alojamiento -hotelería de 2 a 5 estrellas, hosterías, complejos de cabañas, campamentos turísticos, hostels, viviendas de alquiler - en todas las localidades turísticas.

A enero de 2018 las áreas turísticas de la Provincia contaban con un total de 500 mil plazas de alojamiento, correspondiéndole el 54% a viviendas, el 25% a hoteles, el 16% a campamentos y el 5% a colonias.

La región Punilla concentra la mayor oferta de las plazas de alojamiento. En colonias registra el 61% de la oferta disponible; las viviendas y los hoteles representan el 46% y 44%. La modalidad Campamentos presenta un cuadro distributivo entre las áreas mucho más equilibrado.

Las áreas Mar de Ansenusa, Norte y Noroeste son las zonas de menor participación en la oferta de alojamiento turístico del destino Córdoba, en tanto que las áreas de Punilla, Calamuchita y Traslasierras concentran la mayor cantidad de plazas en todas las modalidades. En el área Capital el 55% de su capacidad de alojamiento está constituida por hoteles. En las áreas Norte y Sierras Chicas el 70% y 68% de su oferta de alojamiento correspondan a viviendas.

A esto, se suma una infraestructura y equipamiento de servicios y prestadores expertos que satisfacen las demandas recreativas, gastronómicas y de espectáculos de quienes la visitan. Entre las propuestas recreativas, adquiere especial relevancia las actividades de turismo alternativo, con 439 prestaciones registradas en la ACT SEM.





# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

Con el objetivo de consolidar el posicionamiento de la marca Córdoba, destino turístico a nivel nacional e internacional, la ACT SEM presenta con fines promocionales diferentes productos turísticos orientados a la captación de turistas con intereses y motivaciones variadas. A continuación, una breve síntesis de cada uno de ellos:

## Córdoba Natural y Activa

El atractivo básico de la provincia de Córdoba está directamente vinculado con sus paisajes de sierras y valles y su clima agradable, lo que la convirtió desde fines del siglo XIX, en el primer destino turístico del interior del país. En la mayoría de las localidades turísticas, es posible encontrar balnearios y sectores de playa en un marco de naturaleza y paisajes diferentes asociado con la oferta de servicios para la recreación.



La variada geografía de sierras, valles, llanuras, ríos y lagos y los diversos paisajes que presenta el territorio posibilitan disfrutar de la naturaleza a través de prácticas activas, un ejemplo de ello es el ascenso al Cerro Champaquí, el más alto de la provincia con 2.790 msnm.

Los ambientes naturales protegidos se constituyen en el ámbito adecuado para el trekking, caminatas y observación de flora y fauna. Los interesados en el cicloturismo pueden realizar recorridos varios en el marco del paisaje de las Sierras Grandes y las pampas de altura, en caminos de alto valor geológico y paisajístico. La aventura y el recorrido en 4x4 se asocian al sector del Cerro Áspero, antigua zona minera, hoy dedicada a las actividades de turismo aventura.

Los ríos, lagos y embalses en la Provincia de Córdoba, son lugares aptos para la práctica de pesca, buceo y deportes náuticos. Para lograr experiencias de vuelo libre, Cuchi Corral, de renombre internacional es el lugar ideal para la práctica de parapente. Los subsuelos cordobeses también ofrecen ocasiones para la aventura con la práctica de espeleoturismo.

Por otra parte, Córdoba cuenta con más de treinta campos de golf, ubicados en atractivos entornos naturales y en ciudades turísticas, entre valles, sierras y ríos, que la convierten en un destino ideal para la práctica de este deporte.

Los establecimientos rurales son otra opción en Córdoba para visitar todo el año y realizar prácticas de turismo rural como actividades de campo, caminatas, cabalgatas, avistaje de aves, paseos en bicicleta o travesías en 4x4 en medio de paisajes serranos o en la extensión de la zona pampeana.



**Tabla N° 2:** Prestaciones de Turismo Alternativo registrados por actividad

Actividades	Cantidad de prestadores	Porcentaje
Trekking	101	23%
Caminata	90	21%
Cabalgata	53	12%
Escalada	43	10%
Ciclo-turismo	40	9%
Avistaje de aves	19	4%
4 x 4	18	4%
Canotaje	15	3%
Safari Fotográfico	13	3%
Tirolesa	11	3%
Pesca	8	2%
Espeleo-turismo	7	2%
Cuadriciclos	6	1%
Rappel	6	1%
Buceo	5	1%
Supervivencia	3	1%
Trail Running	1	0,23%

**Fuente:** Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM.



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

## Córdoba Auténtica

Los testimonios materiales y espirituales de la acción de la Compañía de Jesús en Córdoba ocupan un lugar de privilegio en la historia y en el presente de la Provincia por el aporte al desarrollo cultural, económico y territorial de la provincia. Así, la UNESCO en el año 2000, ha declarado Patrimonio de la Humanidad, el sitio “Manzana y Estancias Jesuíticas de Córdoba”, integrado por la Manzana Jesuítica de la ciudad de Córdoba y las Estancias de Caroya, Jesús María, Santa Catalina, Alta Gracia y La Candelaria. El Camino de las Estancias Jesuíticas constituye un itinerario turístico cultural que permite descubrir y conocer los valores patrimoniales y la importancia mundial de estos lugares históricos asociados con paisajes, tradiciones y costumbres que marcan la identidad de Córdoba.

El norte de la Provincia de Córdoba propone un itinerario turístico cultural que constituye uno de los mayores atractivos dentro de la oferta provincial de turismo cultural. Se trata del antiguo Camino Real al Alto Perú, que durante la etapa colonial era la principal vía de comunicación, transporte y comercio entre el Virreinato del Río de la Plata y el Alto Perú. Se trata de un itinerario cultural de 176 kilómetros a partir de la localidad de Colonia Caroya hasta el límite con la provincia de Santiago del Estero, trazado que reúne postas y sitios de alto valor histórico.

Para aquéllos que desean estudiar el idioma español e interactuar con la cultura local, la ciudad de Córdoba ofrece variadas posibilidades, la cual la posiciona como un destino de importancia para el desarrollo del Turismo Idiomático, precisamente por los atributos que ofrece esta ciudad: el prestigio de sus instituciones académicas, la Universidad Nacional de Córdoba - la primera Universidad en Argentina, la Universidad Católica de Córdoba y otras. Esta experiencia también es similar en otras ciudades de la provincia como Río Cuarto, Villa María y San Francisco.

La devoción o el sentido de trascendencia puede ser una de las motivaciones para elegir un viaje, y en este sentido, Córdoba ofrece al turista diferentes opciones comprendidas en el denominado Turismo Religioso o de la Fe: los Circuitos Córdoba Ciudad reflejan la presencia de diversas órdenes religiosas (franciscanos, dominicos, mercedarios, jesuitas, bethlemitas) en numerosos templos, conventos y capillas; Capillas de Traslasierras, Villa Cura Brochero y el Camino del Peregrino, por la devoción al Santo José Gabriel Brochero, numerosos peregrinos llegan a la villa transerrana - posicionada hoy como un destino referente del turismo religioso - para recorrer el testimonio viviente de su obra; el Circuito de Capillas Serranas, el cual integra el valor de Córdoba en las tradiciones de su patrimonio representado por antiguos oratorios y edificios que datan de los siglos XVII en adelante y que pueden ser apreciados en el norte y en el noroeste cordobés, en el Valle de Calamuchita y en Traslasierra. Asimismo, numerosas grupos de personas se



congregan en las diversas casas de retiro con las que cuenta nuestra provincia para realizar jornadas de reflexión y oración. El itinerario cultural religioso se completa en toda la provincia con las manifestaciones de fe - fiestas religiosas - que se constituyen en expresiones con raíces en antiguas tradiciones litúrgicas.

Córdoba posee una larga tradición y una gran variedad de festivales y fiestas populares a lo largo de todo su territorio y durante todo el año. Las fiestas muestran la identidad de cada pueblo, enriquecen el patrimonio cultural y ya se han convertido en uno de los atractivos de la oferta turística cordobesa.

La existencia de variados rasgos culturales desde las tradiciones heredadas de la colonia, pasando por la cultura gauchesca y los aportes de las culturas inmigrantes, hasta los más modernos rasgos de las culturas urbanas-, junto con las vestimentas, las artesanías, las danzas y las comidas típicas están plasmadas dentro de una fiesta, y hacen a la identidad dinámica de un pueblo.

Los diversos paisajes de la provincia, sierras, valles, ríos, lagos y llanuras constituyen el marco excepcional que se combina con las características propias de cada localidad en donde se realizan estos eventos. En ellos se asocian costumbres tradicionales, música, gastronomía y producciones regionales para dar vida a estos días de fiesta que ya son parte del calendario turístico nacional.



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

## Córdoba Gourmet

La provincia de Córdoba ofrece a los turistas su patrimonio gastronómico para que saboreen los productos de estas tierras, para que conozcan los ciclos productivos y valoren las tradiciones locales en la elaboración de cada alimento. Para organizar sus recorridos gastronómicos, Córdoba ha partido de la base de considerar a los alimentos regionales como parte importante de su patrimonio cultural y así la combinación del turismo con la gastronomía ofrece la oportunidad de aportar mayor relevancia a las producciones de cada región turística. En los últimos años, Córdoba se ha convertido en un polo gastronómico de nivel internacional, vinculado no sólo a la calidad de su gastronomía sino también a la formación académica, siendo elegida por miles de estudiantes de cocina cada año. Entre las diferentes experiencias relacionadas a la gastronomía, Córdoba ofrece a los turistas: disfrutar de la variada oferta gastronómica en entornos paisajísticos naturales y urbanos; visitar productores locales (bodegas, fábricas de cerveza, de chacinados, elaboradores de quesos, de aceites, chocolates, entre otros productos); degustar y comprar alimentos y bebidas; participar de torneos y concursos gastronómicos; participar en muestras, ferias y mercados de productos agroalimentarios locales; tomar clases de cocina y formación especializada.

En la actualidad, el vino es motivo de nuevas experiencias turísticas, y así Córdoba, reconociendo la importancia de su



vitivinicultura, que data de comienzos del siglo XVIII cuando los jesuitas plantaron las primeras cepas en las Estancias de Jesús María y Caroya, ha conformado los Caminos del Vino como parte de su oferta turística. Presentan una característica particular por su ubicación, porque dado a su proximidad permiten conocer simultáneamente bodegas, productores artesanales y viñedos, junto con las Estancias Jesuíticas, el antiguo Camino Real y Camino de Sabores (en el Área Turística Norte), lagos, sierras, microclimas y artesanías (en las Áreas Turísticas Calamuchita, Traslasierras y Noroeste). Allí se producen vinos de uvas tintas y blancas y algunas cepas de altura de excelente calidad que han sido distinguidos con premios internacionales.

Cada una de las regiones turísticas de la provincia presenta diversidad de productos. En la Región Turística de Traslasierras (Áreas Turísticas Traslasierras y Noroeste) en

el marco natural de las sierras grandes, se hace presente una amplia gama de productos naturales como el aceite de oliva, los licores artesanales, miel, mermeladas de frutos orgánicos, infusiones de hierbas serranas y el clásico pan casero además de las preparaciones de carnes asadas en hornos de barro, chivito y cordero a la llama, carnes de caza y conservas. La Región de los Grandes Lagos (Áreas Turísticas Paravachasca, Calamuchita y Sierras del Sur) ofrece su propia identidad culinaria conformada por los sabores autóctonos como parrilladas, empanadas, cabrito serrano y por los sabores heredados de la inmigración centro-europea como embutidos y ahumados, frutos rojos, chocolate alpino, variada repostería acompañados por espumosas cervezas artesanales. La Región Turística de la Historia (Áreas Turísticas Norte y Sierras Chicas), dedicada históricamente al cultivo de la vid, ofrece a los turistas la oportunidad de degustar en los restaurantes y parrilladas de

la región, el reconocido cabrito de Quilino y las sabrosas picadas de salames y quesos producidos en la zona al igual que las variadas preparaciones de la cocina clásica italiana. En la Región Turística de la Punilla, se destacan los típicos alfajores cordobeses, la producción de miel y sus derivados, los dulces de frutos serranos, las infusiones aromáticas y truchas ahumadas. La Región del Mar de Ansenúza (Mar Chiquita) ofrece una propuesta gastronómica muy interesante caracterizada por la variedad de degustaciones de productos provenientes de su extensa laguna: escabeches y conservas derivados de las nutrias y pejerrey y otros platos elaborados. Finalmente, la ciudad capital de la provincia, cuenta con gran diversidad de emprendimientos gastronómicos en las diferentes zonas de la ciudad, que la convierten en un polo gastronómico de relevancia, donde los visitantes pueden encontrar sabores vanguardistas, cocina de autor, criolla y regional y cocktelería internacional.





# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA



## Córdoba Reuniones

La Provincia de Córdoba, situada estratégicamente en el centro de Argentina, se posiciona como el primer destino de Turismo de Reuniones del interior del país. Son muchas las potencialidades con las que cuenta para ocupar este lugar: su importante conectividad aérea y terrestre, sus valor paisajístico, su valioso patrimonio histórico, cultural y religioso, su amplia estructura hotelera, gastronomía de primer nivel y el equipamiento comercial y recreativo, entre otros factores, posicionan la provincia de Córdoba como destino altamente competitivo para la realización de Congresos, Ferias e Incentivos de nivel internacional.

La ciudad capital posee una amplia superficie cubierta destinada a la realización de eventos, distribuidos entre hoteles, centros culturales, teatros, predios feriales, estadios y más de diez universidades públicas y privadas,

además del recientemente inaugurado Centro de Convenciones "Brigadier General Juan Bautista Bustos". La calidad de sus profesionales y el trabajo conjunto entre el sector público y privado garantizan una buena calidad en el desarrollo de eventos. Para la realización de eventos corporativos y viajes de incentivos, Córdoba también dispone de espacios adecuados ubicados a distancia cercana del aeropuerto internacional. Asimismo, el estadio mundialista "Mario Alberto Kempes" se ha convertido en escenario de grandes eventos, como los shows musicales de artistas internacionales y también es sede de eventos deportivos como el Rally Mundial, entre otros.

Todos estos productos turísticos se orientan a captar diferentes segmentos de la demanda turística, los cuales pueden encontrar en el destino Córdoba experiencias satisfactorias, conforme a sus motivaciones.



## 1.4. DEMANDATURÍSTICA

En relación a la afluencia turística se destaca en primer lugar que desde la Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos de la Agencia Córdoba Turismo sólo se generan las estimaciones correspondientes a las altas temporadas y los picos de alta en baja, alcanzando la cantidad de entre 159 y 165 días al año, dependiendo de la cantidad de fines de semanas largos que tenga cada año calendario.

En el período diciembre de 2017 a noviembre de 2018 a nivel provincial se estimó una afluencia total de 7.486.618 turistas y un total de 32.310.648 pernoctaciones, con concentración en las áreas Punilla, Calamuchita y Traslasierras que juntas reúnen el 68% de turistas y el 74% de las pernoctaciones. Punilla recibió el 40,47% de los turistas, seguida por el área de Calamuchita con el 16,41% y Traslasierras con el 11,78%, alcanzando entre las tres áreas la cantidad de 5.139.698 turistas.

En la provincia la modalidad de viviendas es elegida por el 43,19% de los turistas y la modalidad hoteles por el 39,89%. En el área Punilla 2.530.248 personas optaron por las modalidades Hotel o Vivienda, lo que representa un 33% del total de los 7.486.618 turistas recibidos en la temporada 2017/2018 (Temporada estival, Semana Santa, Vacaciones de Invierno y fines de semanas largos).

En este marco se destaca el alojamiento en viviendas por

cuanto las pernoctaciones que genera la modalidad alcanzan el 51% del total general, en tanto que la hotelería genera el 33% de las pernoctaciones totales. Punilla concentra una demanda de 14.834.991 pernoctaciones, es decir un 45,82% del total; Calamuchita un 16,33% y Traslasierras un 11,79%.

La estimación del gasto turístico geográfico para la provincia de Córdoba realizada por la Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos de la ACT SEM para la temporada 2017/2018 ascendió a \$ 52.810.930.015 de los cuales 7% corresponden a gastos en transporte, 27% alojamiento, 35 % gastronomía y 31% en otros rubros tales como compras, extras y excursiones. El gasto promedio de los turistas es \$ 7.074.

Tabla N° 3: Gasto turístico por rubro

Concepto	Gasto Total	Gasto por turista [1]
Transporte	\$ 3.708.508.704	\$ 517
Alojamiento	\$ 14.238.083.122	\$ 1.901
Alimento	\$ 18.299.984.781	\$ 2.444
Excursiones	\$ 16.564.353.408	\$ 2.212
Gasto Total	\$ 52.810.930.015	\$ 7.074

[1] Promedio ponderado por la participación del gasto total por tipo de alojamiento.

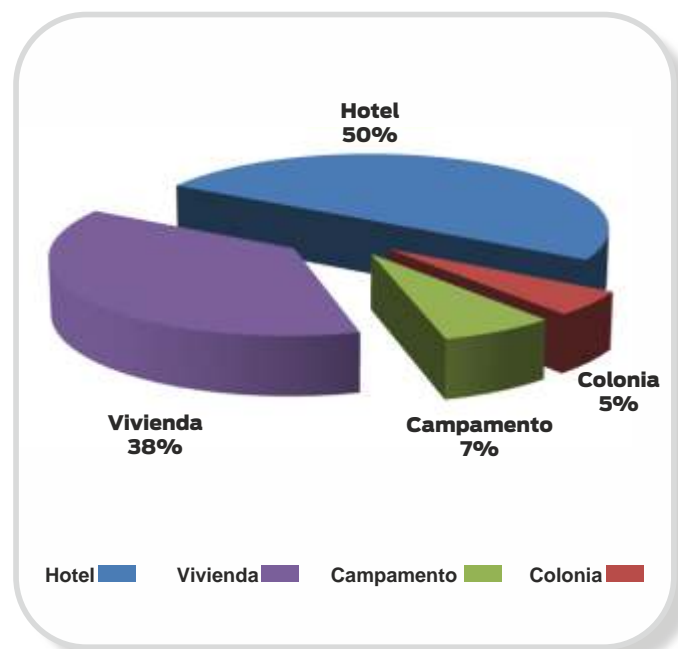
Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

Analizando la distribución del gasto turístico el 50% está generado por turistas que utilizan la modalidad de hotel como alojamiento. Vivienda contribuye con un 38% como está ilustrado en el siguiente gráfico.

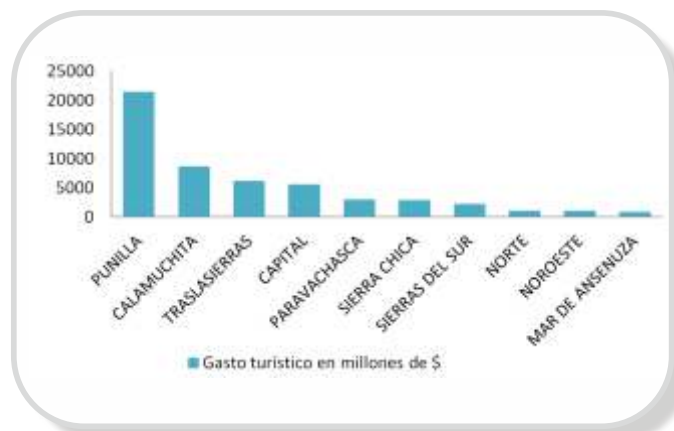
**Figura N° 7:** Gasto turístico por modalidad de alojamiento



**Fuente:** Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

Considerando el gasto por turista y la cantidad en cada área se puede representar el gasto de la siguiente forma, en la que se destaca que las áreas de Punilla, Calamuchita, Traslasierras y Capital concentran el 79% del gasto turístico.

**Figura N° 8:** Gasto turístico por Área Turística



**Fuente:** Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM



## 1.5 GESTIÓN TURÍSTICA

La Agencia Córdoba Turismo SEM es una sociedad de economía mixta regida por la Ley N° 9156/2004 encargada de implementar la política turística provincial, conforme a lo establecido en la Ley Provincial de Turismo N° 9.124/2003. Tiene como objetivos la promoción, asistencia, regulación, supervisión, fiscalización y la ejecución de planes, programas y proyectos vinculados con la actividad turística para lograr posicionar el destino turístico Córdoba a nivel local, nacional e internacional.

**Para la consecución de los objetivos mencionados, y en el marco de las funciones que le compete, durante el período 2007-2017, la ACT SEM ha desarrollado una serie de acciones, las cuales se presentan a continuación a modo de síntesis y considerando las líneas programáticas formuladas en el PETS – Córdoba 2006.**

### 1. Puesta en valor de los recursos turísticos

Algunos de los programas y proyectos identificados en esta línea programática se han trabajado conjuntamente con la Agencia Córdoba Cultura y la Secretaría de Ambiente y Cambio Climático.

- Puesta en valor del Antigo Camino Real de la Historia: obras de restauración exterior e interior de los edificios y su iluminación ornamental: Iglesia de Villa de Tulumba y Centro de Interpretación, Iglesia de San Francisco del Chañar, Postas Históricas de Santa Cruz, Las Piedritas y Pozo del Tigre. Inauguración del Centro Turístico del Legado Jesuítico en la Estancia de Caroya como Centro de Interpretación general del sitio de patrimonio mundial de Córdoba. Proyectos de mejoramiento de instalaciones para recepción de visitantes en las Postas del Antigo Camino Real.

- Puesta en valor de diversos recursos culturales patrimoniales: Casa Natal de Brochero, Capilla de Tegua, Palacio de Justicia, Iglesias y conventos del centro histórico de la ciudad de Córdoba. Recuperación del “alma de la ciudad” que incluyó la puesta en valor e iluminación de 39 íconos turísticos de la ciudad capital.

- Construcción del Camino del Peregrino: Un recorrido de 26 km. desde Giulio César en el Camino de las Altas Cumbres hasta Villa Cura Brochero, llegando al Santuario de la Providencia. Se han construido 8 estaciones para reflexión y oración de los peregrinos, identificadas cada una por un gran tótem de hormigón, coronado con la figura de



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

Brochero. También se puso en valor la capilla de la localidad de Villa Benegas, ubicada en la mitad del recorrido, con servicios sanitarios.

- Proyecto en curso: Parque Temático en Villa Cura Brochero, el cual constará de diez estaciones en 2.500 m<sup>2</sup>, donde se representarán momentos fundamentales de la vida y obra de Brochero.
- Realización del proyecto del Parque Temático Cura Brochero en Santa Rosa de Río I.
- Inauguración del circuito turístico interreligioso en la Ciudad de Córdoba, primera experiencia nacional de visita integrada a lugares de diversos cultos.
- Puesta en valor del Monumento Barranca Yaco
- Construcción de calle de acceso y puesta en valor de la Capilla Histórica de Pilar.
- Parque del Cincuentenario, San Francisco.

## 2. Mejoramiento de infraestructura

Los proyectos detallados en esta línea programática se efectivizan a través de acuerdos y convenios mantenidos con los organismos gubernamentales correspondientes a cada sector.



## 3. Coordinación intersectorial e interjurisdiccional para el mejoramiento de los servicios generales

- Trabajo conjunto con la Dirección Nacional de Vialidad y el MINTUR referido a la determinación de lugares aptos para la colocación de carteles de bienvenida en los límites provinciales.
- Señalética en rutas provinciales



## 4. Mejoramiento y creación de equipamiento y servicios turísticos

- Señalética Turística Provincial: Se continuó con las etapas de contratación con su seguimiento a partir de tareas de relevamiento y control de colocación de cartelería e indicadores de interés turístico en localidades del interior provincial.

- Servicio de Información Turística: Oferta de información al turista en dependencias instaladas estratégicamente en los principales puntos de acceso a Córdoba. En la ciudad capital se cuenta con cinco oficinas: Terminal de ómnibus 1, CIAC (Centro Integral de Atención al Ciudadano) de Terminal 2, Aeropuerto Internacional Córdoba, Cabildo Histórico y en el Paseo Cultural del Buen Pastor. En el interior provincial: oficinas en Puente Uruguay de Villa Carlos Paz, en la Plaza Federal, en el Centro de Interpretación del Camino Real en Villa de Tulumba, en Centro Turístico Caroya, en Cerro Colorado, en oficinas ubicadas en los CIAC de Villa María y de San Francisco y en la Delegación del Gobierno de Córdoba en Río Cuarto. Fuera de nuestra provincia funciona una delegación de la ACT SEM en Rosario y otra en la Casa de Córdoba en la ciudad de Buenos Aires. En todas las oficinas, se entrega folletería de información turística y se ofrece información orientación al turista en general, contando con personal técnico especializado al que constantemente se lo capacita mediante viajes de relevamiento, cursos y otras actividades.
- Mejoras y mantenimiento del Complejo Ferial Córdoba para la realización de ferias, eventos, congresos, capacitaciones y exposiciones.
- Mantenimiento de centros de atracción turística: Galería turística Puente Uruguay de Villa Carlos Paz, Plaza Federal, centro histórico de Córdoba capital, el legado Jesuítico, el Camino Real de Colonia Caroya y Villa de Tulumba.
- Equipamiento técnico en oficinas de informes y administrativas.

## 5. Adecuación y creación de equipamiento e instalaciones para la recreación

- Articulación con la Dirección Nacional de Inversiones Turísticas para el desarrollo de programas o acciones de aplicación local, entre otros, la presentación del proyecto de una oficina de Información turística en La Paz y el seguimiento de proyectos de miradores y senderos de interpretación en localidades de la Región Turística de Ansenusa.

## 6. Desarrollo del turismo social

- Relevamiento de establecimientos accesibles, desarrollo de una página web accesible y acciones de asesoramiento, información y capacitación: esta acción se implementó en Villa Carlos Paz y Villa General Belgrano, conjuntamente con el Ministerio de Desarrollo Social, a través de la firma de convenios específicos.
- Transporte: numerosos traslados otorgados por ACT SEM a Municipios y Comunas, instituciones educativas, centro de jubilados, fundaciones, entidades deportivas y culturales, y viajes de integración para personas con discapacidades.
- Participación en actividades organizadas por el Ministerio de Desarrollo Social.





# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

## 7. Desarrollo integral de la promoción turística

Entre las acciones de promoción, comercialización y marketing, se llevaron a cabo las siguientes:

- Promoción internacional en destinos americanos y europeos: Participación en ferias generales, ferias de productos turísticos, encuentros de comercialización, eventos especiales destinados a operadores turísticos, profesionales e interesados en general con el objetivo de posicionar el destino y sus productos turísticos a nivel internacional.
- Promoción nacional en las principales ciudades del país: Participación en ferias nacionales, ferias de productos turísticos, eventos especiales, ferias rurales, encuentros de comercialización, road shows / workshops, press trips y fam tours.
- Caravana de promoción nacional, visita a diferentes ciudades con el objetivo de invitar a los turistas a visitar la provincia.
- Ferias de productos: Ferias específicas en las que Córdoba apuesta a un segmento en particular. Entre ellos, Turismo de Reuniones, Caminos del Vino, Avistaje de Aves, Turismo Cultural, Turismo Idiomático, Turismo Activo.
- Programas de Verano: Asistencia al Turista, Cine Móvil, Córdoba te Divierte, Córdoba te Premia, Asistencia en Festivales.
- Campañas para el posicionamiento del destino Córdoba y sus productos turísticos en mercados estratégicos nacionales e internacionales. Para optimizar el impacto de

cada campaña, se desarrolló una planificación de comunicación permanente en medios gráficos, radiales, televisivos, digitales, vía pública, entre otros para la promoción de productos o eventos de acuerdo al mercado.

- Campaña Conectividad Córdoba – Puerta de Entrada a la Argentina: Córdoba ha logrado un importante desarrollo aerocomercial, posicionándose como el principal hub aéreo de la región centro del país. A partir del inmenso desarrollo aerocomercial logrado por el destino Córdoba, se implementó una campaña puntual de promoción del destino, que tuvo por objetivo promocionar la conectividad aérea a nivel nacional.
- Press trips - viajes de prensa: Estrategia comunicacional para llegar al turista potencial a través de los medios de comunicación masivos. En este sentido, se realizaron recorridos por diferentes lugares de la provincia con periodistas argentinos y extranjeros de aquellas provincias y países considerados como mercados potenciales, prioritarios o estratégicos. Como resultado se obtuvo la publicación de notas en diarios, revistas – con gran despliegue de imágenes fotográficas -, la emisión de programas de televisión con informes dedicados a Córdoba, menciones continuas en programas radiales y presencia en sitios de internet.
- Nuevas tecnologías: Creación de portal [www.viajaracordoba.com.ar](http://www.viajaracordoba.com.ar) para promocionar todos los alojamientos registrados en la ACT SEM como una herramienta comercial donde se pueden hacer reservas, auto-administrar para cargar toda la información necesaria

para el turista, de manera completamente gratuita. Trabajo mancomunado con el sector privado y se tuvieron en cuenta tendencias de consumo, proyecciones del sector, intereses de los usuarios de internet, necesidades de los establecimientos, las cámaras y asociaciones hoteleras y de agencias de viaje de Córdoba.

- Campaña de Promoción: Programa “En Córdoba tu billetera también descansa”, diversas acciones tendientes a potenciar y mejorar los niveles de rentabilidad de la actividad turística en la provincia de Córdoba. Se ofrece a los turistas diferentes opciones de financiación con tarjetas de crédito emitidas por Banco de Córdoba, Banco Macro y Banco Nación para el pago de los servicios de alojamiento, gastronomía, entretenimiento y espectáculos.



Además de las acciones promocionales y comunicacionales, en el marco del posicionamiento de Córdoba como destino turístico de alcance nacional e internacional se han desarrollado acciones vinculadas con la conformación, desarrollo y gestión de diferentes



productos turísticos, los cuales comprenden las características de la oferta turística provincial y se orientan a captar diferentes segmentos de mercado.

- **Córdoba Natural y Activa** (Turismo aventura, Pesca recreativa, Ecoturismo, Observación de Aves, Turismo Rural, Golf, Polo, Turismo Geológico Minero, Senderos de Córdoba)
- **Córdoba Auténtica** (Turismo Cultural, Turismo Idiomático, Turismo Religioso, Turismo Salud, Fiestas y festivales populares, Estancias Jesuíticas)
- **Córdoba Gourmet** (Caminos del Vino, Sabores de Córdoba)
- **Córdoba Eventos** (Turismo de Reuniones, Incentivos y Eventos Especiales - Constitución del Córdoba Bureau)

# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA



## 8. Identificación de perfiles de inversión y captación de inversiones

- Asesoramiento a profesionales e inversores.
- Análisis de propuestas y proyectos de nuevos alojamientos turísticos y a la aplicación de la Ley de Fomento Turístico N° 7232.
- Charlas y talleres orientados a potenciales inversionistas y el asesoramiento sobre el alcance del Dcto. 1359/00 (Decreto reglamentario de la Ley de Alojamientos Turísticos N° 18.829).
- Resoluciones relacionadas a la aprobación de proyectos y las declaraciones de beneficiarios de la Ley de Fomento Turístico N° 7232.
- Gestión de créditos ante CFI y Banco de Córdoba, Banco de la Nación (en acuerdo con el MINTUR).
- Participación en la Red de Oportunidades de Inversiones Turísticas.
- Elaboración de la “Guía de Orientación para Inversores Turísticos”.
- Elaboración del mapa provincial de inversiones turísticas
- Convenio con el Banco de Córdoba: instrumentos de financiamiento para el sector turístico.

## 9. Desarrollo de acciones de concientización

- Charla “Turismo y Gastronomía”: Trabajo conjunto con la Universidad Nacional de Villa María en el marco de su Programa de Formación Académica para la gestión pública.

- Concientización a quienes cuentan con emprendimientos turísticos o gastronómicos sobre la necesidad de profesionalizar el rubro, entregar mejores servicios y mayores ventas como resultado.
- Charla “Delitos contra la integridad sexual y Explotación sexual de niños y adolescentes en viajes y turismo”: Trabajo conjunto con la Universidad Nacional de Córdoba.
- Charla “Recomendaciones de Bromatología e Higiene Alimentaria en Fiestas Populares”: Trabajo conjunto con Ministerio de Industria de la Provincia de Córdoba.
- Cultura Turística: Trabajo conjunto con el Ministerio de Turismo de la Nación: una serie de propuestas educativas que involucran a distintos actores de la comunidad educativa y turística en la tarea de promover la construcción de la conciencia turística de las nuevas generaciones y de la ciudadanía argentina en general, a través del aprendizaje de los contenidos relacionados al desarrollo del turismo sostenible y el patrimonio natural y cultural de nuestro país.

## 10. Desarrollo de actividades de capacitación

- Metodología aplicada para la estimación de la Afluencia Turística: Talleres de capacitación en distintas localidades con entrega de material didáctico necesario para el procesamiento de la información.
- Curso de Capacidades Básicas Comunes “CBC” para prestadores de Turismo Alternativo, mediante la firma de convenios con diferentes Institutos de formación en turismo para la elaboración, dictado y evaluación.

- Capacitación a Informantes en las diferentes áreas turísticas.
- Acciones de formación en turismo: Tienen como finalidad contribuir con las localidades en el proceso de crecimiento y desarrollo de las mismas, a través del asesoramiento, concientización y asistencia permanente en conocimientos específicos vinculados a la actividad turística. Organización y coordinación de acciones conjuntamente con instituciones públicas y privadas del sector a los fines de fortalecer la formación de los recursos humanos.
- Curso internacional de la OMT “Excelencia en la Gestión Turística: El Turista Digital”: cuatro días de curso teórico-práctico, durante el cual se realizaron presentaciones, discusiones, debates, trabajos en grupos y actividades prácticas a fin de compartir conocimientos, herramientas, habilidades y la oportunidad de discutir y poner en práctica temas relevantes al marketing digital y la experiencia del turista.
- “Plan Federal de Capacitación” del MINTUR: a través del mismo se le otorga a cada provincia una determinada cantidad de cursos presenciales que se distribuyen de acuerdo a las necesidades de capacitación planteadas por los municipios. Cursos:
  - Planificación estratégica de los destinos turísticos
  - Desarrollo y Gestión de productos turísticos sostenibles
  - Sensibilización turística y emprendedurismo
  - Marketing digital aplicado a servicios turísticos
  - Herramientas de Promoción y Comercialización para

prestadores de turismo Activo y otros.

- Desarrollo Campus Virtual de Capacitación de ACT SEM – [www.capacitacioncordoba.com.ar](http://www.capacitacioncordoba.com.ar)
- PROTUR (Programa Provincial para la Capacitación en Turismo)
- Programa de Capacitaciones Turismo S.R.L.: Saber – Responsabilidad y Logros, el cual tiene como finalidad brindar herramientas al sector público y privado sobre el uso de las nuevas tecnologías, asesoramiento online y estrategias de comercialización, dictados por profesionales altamente calificados de reconocidas empresas nacionales e internacionales. Se trabajó mancomunadamente con los municipios en la organización y convocatoria. Entre las temáticas abordadas: Comercialización turística /marketing digital / uso de redes sociales para la promoción y venta.
- Ciclo de Diplomaturas de formación y capacitación en servicios turísticos, mediante acuerdos con Municipios e instituciones académicas:
  - Diplomatura en Calidad, Innovación y Gestión en Gastronomía.
  - Diplomatura en Gestión Operativa de Servicios de Alojamiento
  - Diplomatura en Diseño y Gestión de Emprendimientos en Turismo Rural.
  - Diplomatura en Gestión de la Calidad en Turismo
  - Programa Ejecutivo en Gestión Turística
- Cursos presenciales en conjunto con FEHGRA Córdoba:
  - Atención al Cliente (Salsipuedes)



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

- Mozo y Camarera (Mina Clavero – San Javier)
- Organización de Eventos en Hotelería y Gastronomía (Villa María)
- Plan de Negocio Hotelero (Villa María)
- Servicio de Piso-Mucama (Villa María)
- Marketing práctico para empresas hoteleras-gastronómicas (Villa Cura Brochero - Salsipuedes)

Ciclo de capacitaciones sobre Productos Turísticos de Córdoba: Se presentaron con los referentes de cada producto, como expositores en la Casa de Córdoba y se dirigieron a público vinculado con cada producto:

- Seminario de Turismo Aventura (Buenos Aires)
- Seminario de Observación de Aves (Buenos Aires)
- Seguridad en las Sierras de Córdoba y Turismo Aventura (Rosario – Santa Fe).

Capacitación sobre “Recomendaciones en Bromatología e Higiene Alimentaria en Fiestas Populares” (Jesús María – Alta Gracia – Mina Clavero – Cosquín) conjuntamente con el Ministerio de Industria, Comercio y Minería de la Provincia de Córdoba.

Capacitaciones realizadas con Organismos Internacionales – OMT – OEA – Patronato de Turismo de la Diputación de Córdoba España:

- La gastronomía en internet (OMT): Plan de acción on line.
- Seminario Viajar por el gusto (OMT Fundación Themis). Turismo Gastronómico
- 1º Congreso Internacional de Turismo para el Desarrollo Sostenible en Córdoba: Objetivos: Fortalecer el papel del

turismo en los cinco ámbitos propuestos: crecimiento económico inclusivo y sostenible; inclusión social, empleo y reducción de la pobreza; uso eficiente de los recursos, protección ambiental y cambio climático; valores culturales, diversidad y patrimonio; comprensión mutua, paz y seguridad.

- Charla informativa “La organización turística en Córdoba y Andalucía como motor económico, de promoción y diversificación del trabajo”.

## 11. Adecuación de la legislación turística

- Colaboración para la formulación y redacción del proyecto, hoy ley, de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba. (10312/2015).
- Resoluciones por turismo estudiantil, turismo salud y turismo rural, entre otras.
- Generación del proyecto de decreto reglamentario de la Ley 9856 de Zonas de Riesgo.
- Resoluciones para la regulación de la prestación de servicios por parte de baqueanos en ambientes naturales.
- Reuniones con Federaciones y Asociaciones de actividades de turismo alternativo con miras a generar una actualización en las regulaciones particulares de cada actividad.
- Resolución de creación del Registro de Casas y Departamentos de Alquiler Turístico Temporal.
- Elaboración de un proyecto hotelero sustitutivo del Dcto.

1359/00, hoy Decreto N° 1681 de la Ley Provincial de Hotelería N° 6483.

- Participación en el Proyecto de Ley Impositiva Provincial para el período 2017.

## 12. Fortalecimiento de las acciones de control

- Ordenamiento y actualización del registro de prestadores de Turismo Activo.
- Capacitación para habilitación en el registro.
- Controles e inspección de Prestadores de Turismo Activo en zonas de riesgo (Cerro Champaquí, Cerro Uritorco y otros).
- Intervención ante incidentes acontecidos en Cerro Uritorco, Los Gigantes y la zona del Cerro Champaquí.
- Reuniones con Secretaría de Ambiente para coordinar acciones con el fin de disminuir los posibles accidentes en zona de riesgo.
- Inspecciones de obras vinculadas al desarrollo de establecimientos impactados por la Ley de Fomento Turístico.
- Alojamiento: acciones de control en establecimientos de alojamiento: se labraron actas por irregularidades y trámites de inscripción, denuncias, ceses, sanciones y relevamientos. Se realizaron nuevas inscripciones, cambios de firmas, categorizaciones, descensos de categorías y cierres definitivos.

## 13. Sistematización de la información

- Actualización de base de datos de Turismo de Reuniones de toda la provincia.
- Actualización informativa del sitio web [www.cordobaturismo.gov.ar](http://www.cordobaturismo.gov.ar)
- Creación del sitio web [www.viajaracordoba.tur.ar](http://www.viajaracordoba.tur.ar)
- Creación de la RIT (Red de Información Turística)
- Encuesta de Demanda y Programa de Fidelización: la encuesta se realiza con el objetivo de cuantificar la demanda turística y caracterizar los viajes realizados en función de los aspectos más relevantes como el motivo, la duración, el tipo de alojamiento, el medio de transporte, etc. Puntos de relevamiento: oficinas de informes en la ciudad de Córdoba y en el interior y los grupos de asistencia al turista. Los turistas que respondieron la encuesta participaron en sorteos de estadías para vacaciones en la provincia. Premios: 4 viajes a Córdoba por 2 noches y para cuatro personas con media pensión.
- Estadística: se efectúa el estudio de la afluencia turística provincial mediante la elaboración de informes correspondientes a temporada estival, semana santa, rally mundial, fines de semana largos y vacaciones de invierno, obteniéndose datos de plazas disponibles por modalidad, reservas, movimiento de pasajeros y vehículos / aeronaves, estimaciones de gasto, concluyendo en el análisis global de la temporada, comparándola con la anterior. Se toma como fuente la información obtenida en Oficinas de Informes y muestreo telefónico a establecimientos privados y

# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

sindicales.

- Actualización de la cantidad de plazas disponibles según modalidad de alojamiento, por localidad y por Área Turística
- Trabajo conjunto con la Secretaría de Innovación y Modernización del Ministerio de Finanzas de la Provincia de Córdoba en la creación de una nueva plataforma digital para actualizar el sistema de relevamiento de afluencia turística de la provincia.
- Actualización del inventario de recursos turísticos patrimoniales.
- Estudios sobre el empleo en el sector alojamiento.

## 14. Optimización de la Calidad Turística

- Programa de Buenas Prácticas en Destinos: Trabajo conjunto con el MINTUR. La convocatoria a participar alcanzó a prestadores de diferentes localidades de rubros: agencia de viajes, alojamientos, restaurantes, artesanías, oficinas de informes, comercios turísticos, áreas recreativas y deportivas, áreas naturales protegidas, guías, museos y centros de interpretación.
- Directrices de Accesibilidad de Servicios Turísticos: Buscan fomentar el proceso de planificación de actividades turísticas y recreativas que contemplen la plena inclusión, desde lo funcional y lo psicológico de las personas con movilidad y/o comunicación reducida, especialmente aquellas con discapacidad, permanente o temporaria.
- Directrices de Gestión Ambiental: Comprende ejes

básicos y críticos para que los participantes accedan a prácticas que tiendan al desarrollo sostenible del turismo. La convocatoria estuvo dirigida a autoridades de organismos oficiales vinculados al sector turístico, propietarios, gerentes, empleados de empresas de prestadores de servicios turísticos, instituciones vinculadas a la actividad turística local, miembros de asociaciones empresarias y ONGs.

- Directrices de Gestión Turística de Municipios: Recomendaciones para que el organismo local de turismo se oriente hacia una gestión integrada, comprendiendo el liderazgo, las relaciones con otros actores, la comunicación, la gestión de la calidad, la gestión ambiental, la gestión de los recursos humanos y del conocimiento y las tecnologías de soporte a la gestión, apuntando al fortalecimiento de la capacidad institucional.
- Directrices para una Organización Competitiva: Estas directrices especifican recomendaciones para que la organización se oriente hacia una gestión sostenible, que integre la planificación estratégica, operativa y económica-financiera, la organización, el marketing, la responsabilidad social empresaria, la atención y cuidado del usuario y la innovación. Beneficiarios: organizaciones participantes, visitantes (turistas y excursionistas, nacionales e internacionales, cámaras, asociaciones y ONGs, destinos turísticos, comunidad en general.
- Curso sobre Buenas Prácticas Energéticas: A través de un Convenio con el Ministerio de Agua, Ambientes y Servicios Públicos de la Provincia de Córdoba.

- Encuentro Federal de Calidad y Formación para un Turismo Sostenible: Espacio de intercambio para abordar los múltiples desafíos que en la actualidad enfrenta el sector turístico, en torno a la mejora continua de la calidad y la formación integral de las personas involucradas en la actividad. Trabajo conjunto entre la Agencia Córdoba Turismo SEM y MINTUR.
- Certificación Hoteles Más Verdes
- Programa de Formación en Calidad, en vinculación con la Organización Mundial del Turismo.
- Programa de certificación de calidad en Oficinas de Información Turística.
- Certificación UNTWO QUEST en reconocimiento a la ACT SEM por su elevado nivel de rendimiento en tres áreas de gestión de destinos: liderazgo estratégico, ejecución eficaz y gobernanza eficiente.
- Distinción a oficinas de información turística del Aeropuerto Internacional Ambrosio Taravella y la Terminal de Ómnibus Córdoba, en el marco del Programa de Calidad para Oficinas de Información Turística de la Agencia Córdoba Turismo SEM.

## 15. Asistencia técnica permanente a Municipios

Asesoramiento a Municipalidades / Comunas turísticas y emprendimientos privados en materia de ordenamiento ambiental y patrimonio local.

Diplomatura en Gestión Pública del Turismo para el

Desarrollo Local: Esta propuesta de formación turística con una duración de 3 meses y medio y destinado a funcionarios y autoridades de turismo de los diferentes municipios y comunas de la provincia de Córdoba, se propuso proporcionar una visión integral sobre la importancia e impactos de la actividad turística en una ciudad o región y brindar las herramientas teóricas y prácticas que permitan desarrollar una gestión turística sostenible, además de capacitar a los gestores del turismo en la formulación e implementación de políticas y estrategias que les permita alcanzar una mejor desarrollo de la actividad turística. Se realizaron dos ediciones.



Con el objeto de brindar a los municipios y comunas turísticas, estrategias y herramientas que permitan gestionar el desarrollo del turismo de manera eficaz, la ACT SEM ha impulsado los procesos participativos para la formulación de planes de desarrollo y gestión turística en



# 1. EL DESTINO TURÍSTICO CÓRDOBA

diferentes regiones de la Provincia de Córdoba:

- Proyecto Urbal 3 en la Comunidad Regional Punilla (2009-2012) cofinanciado por la Unión Europea, liderado por la Región Toscana (Italia), coordinado por la Asociación Cooperera (Italia) y con la colaboración de entidades latinoamericanas locales, en el caso Punilla: la ACT SEM.
- Plan de Gestión Turística Sustentable en Traslasierras Sur (2013-2014): El proceso contempló distintas etapas, desde el relevamiento regional y local hasta la instancia de propuestas de gestión de programas y proyectos para el desarrollo. El trabajo estuvo acompañado de un proceso participativo estratégico según las temáticas turísticas clave.
- Plan de Gestión Turística Sustentable del Norte Cordobés (2016): En el marco del programa Córdoba por Descubrir, cuyo objetivo es promover el desarrollo sostenible de las diferentes regiones turísticas emergentes de la Provincia de Córdoba, a partir de la identificación de sus principales potencialidades, se llevó adelante el proceso para formular este plan en la región Norte de la provincia, cuyo desarrollo contempló instancias de participación de los diferentes actores clave del turismo de la región.
- Actualización del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Córdoba: En 2017 se inició con la primera etapa, a través del trabajo conjunto entre los Equipos Técnicos de la Agencia Córdoba Turismo SEM e instituciones académicas del ámbito cordobés: Universidad Provincial de Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Nacional de Villa María, Universidad Blas

Pascal y Universidad Siglo 21. En esta etapa se realizaron los Foros en cada Área Turística Provincial, con la participación de los actores locales intersectoriales.

Con el fin de fortalecer la asistencia técnica a los municipios / comunas turísticas de la provincia, la Agencia Córdoba Turismo SEM, en su estructura organizativa contempla la figura de las Direcciones Regionales, cuya función es establecer el vínculo con las áreas de turismo en las diferentes localidades turísticas y con las demás entidades privadas y organizaciones sociales de la región con el fin de trabajar conjuntamente en la implementación de acciones para el desarrollo turístico.

A su vez, conforme a las decisiones políticas de las gestiones locales, los municipios y comunas presentan diferentes situaciones en cuanto a la estructura administrativa del sector turismo:

- a) Existe estructura institucional (secretaría, dirección, áreas). Esta situación se manifiesta principalmente en los centros turísticos consolidados, con algunos condicionantes como los recursos financieros;
- b) Existe la estructura institucional pero carecen de recursos y equipamiento para cumplir con las funciones adecuadamente. Generalmente, se evidencia en localidades donde el área de turismo está integrada con otras como Cultura, Ambiente, lo cual conduce en algunos casos a la pérdida de operatividad y especificidad;

c) No existe la estructura institucional, pero hay personas que cumplen limitadamente con algunas funciones vinculadas al turismo de manera no sistemática;

d) No existe estructura ni personas vinculadas al área.

Estas dos últimas situaciones se manifiestan principalmente en destinos turísticos no consolidados o en aquellos donde el turismo no constituye la principal fuente de recursos económicos, sino es considerado como un aporte que puede sumar valor a las actividades productivas de base. Sin embargo, es destacable el sentido de pertenencia al lugar que evidencian las personas que trabajan por el turismo en sus comunidades, quienes junto, con las organizaciones sociales y educativas locales aportan al desarrollo del turismo en la región.



2.

MARCO TEÓRICO  
METODOLÓGICO





# 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO



## 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

### 2.1 ENFOQUE TEÓRICO - CONCEPTUAL

A los fines de contextualizar el proceso de formulación del PETS CBA 2030 - Actualización del PETS CBA 2006 - se cree conveniente precisar el enfoque teórico sobre el cual se sustentan las diferentes etapas del proceso metodológico y los resultados emanados para su posterior implementación.

En las últimas décadas, el sector turístico ha experimentado un notable crecimiento, convirtiéndose en una actividad de gran peso en la economía y el comercio internacional. Sin embargo, pese a los beneficios económicos que genera el sector, también el turismo convencional produce efectos negativos como la contaminación de los ambientes naturales, la erosión, el desplazamiento de la población local ante la llegada de turistas, el hacinamiento hotelero, y otros. En este contexto, adquiere relevancia el concepto de sostenibilidad.

La Organización Mundial del Turismo, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, en síntesis, aboga por el desarrollo de un turismo responsable. Así, el Código Ético Mundial para el Turismo se constituye en el marco a partir del cual se deben referenciar todas las actuaciones vinculadas con el desarrollo y la gestión del

turismo en la actualidad. El documento comprende los siguientes principios:

1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
3. El turismo, factor de desarrollo sostenible.
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
5. El turismo, actividad beneficiosa para los países y comunidades de destino.
6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
7. Derecho al turismo.
8. Libertad de desplazamiento turístico.
9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
10. Aplicación de los principios de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

La OMT se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo.



## 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

### Objetivos del Desarrollo Sostenible (Agenda 2030 sobre Desarrollo Sostenible)

- |  |   |
|--|---|
| 1. Fin de la pobreza                       | 10. Reducción de las desigualdades        |
| 2. Hambre cero                             | 11. Ciudades y comunidades sostenibles    |
| 3. Salud y Bienestar                       | 12. Producción y Consumo responsables     |
| 4. Educación de Calidad                    | 13. Acción por el clima                   |
| 5. Igualdad de Género                      | 14. Vida submarina                        |
| 6. Agua limpia y saneamiento               | 15. Vida de ecosistemas terrestres        |
| 7. Energía asequible y no contaminante     | 16. Paz, Justicia e Instituciones sólidas |
| 8. Trabajo decente y crecimiento económico | 17. Alianzas para lograr los objetivos    |
| 9. Industria, Innovación e Infraestructura |   |

Según la Organización Mundial del Turismo, *el turismo sostenible es “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”*. Así, el turismo sostenible tiene en cuenta el desarrollo de las economías locales, la conservación de los ambientes naturales y la preservación de los valores de las identidades locales.

Los beneficios derivados del Turismo Sostenible son los siguientes:

### Beneficios Medioambientales

- Tiene mínimo impacto ambiental.
- Favorece el consumo responsable y el respeto al medioambiente.
- Logra el desarrollo equilibrado con el medioambiente.
- Genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, favoreciendo las comunidades locales.
- Vigila, evalúa y gestiona sus impactos.

### Beneficios Culturales

- Respeto la autenticidad sociocultural de las comunidades locales y contribuye al entendimiento y tolerancia intercultural.
- Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo.
- Promueve y valora las manifestaciones culturales locales y regionales.
- Promueve la autoestima comunitaria.

### Beneficios Sociales

- Integra las comunidades locales a las actividades turísticas.
- Fomenta prácticas turísticas sostenibles en su propio entorno, lo cual representa una experiencia enriquecedora para los turistas.
- Destina parte de los beneficios a la construcción de obras de interés comunitario.
- Reactiva las zonas rurales.
- Apoya los derechos humanos y los derechos del trabajador.
- Mejora la calidad de vida de la población local.
- Promueve la mejora de las infraestructuras.

### Beneficios Económicos

- Genera empleo local, directa e indirectamente.
- Estimula el desarrollo de empresas turísticas.
- Genera divisas y suministra capitales a la economía local.
- Contribuye a la reducción de la pobreza.
- Beneficia un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.
- Potencia el consumo de productos autóctonos y naturales de la zona en que se realiza.

Fuente: Biospheretourism Responsible Tourism



## 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

A modo de síntesis de todos los beneficios que genera la sostenibilidad, no puede dejarse de mencionar la sostenibilidad política, donde la visión estratégica es una condición relevante para el desarrollo de un destino turístico ya que implica definir un perfil y una orientación que permite definir la dirección de las políticas. Así, las iniciativas para el desarrollo turístico tendrán mayor coherencia y se podrán establecer prioridades.

**Visión Turística**  
perspectiva futura, imagen proyectiva  
sobre el desarrollo del turismo  
en el territorio.

Con el objeto de llevar a cabo de manera eficaz y eficiente, los objetivos para el desarrollo y gestión del turismo desde la perspectiva de la sostenibilidad, se hace necesario recurrir a la planificación estratégica, entendida como una herramienta de gestión que permite a las organizaciones apoyar las decisiones relativas al quehacer actual y el curso de acción orientado al futuro para adecuarse a los cambios y transformaciones que presenta el entorno político, social y económico. La planificación turística constituye un requerimiento fundamental para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, la sociedad y el medio ambiente locales; y por otra parte, la adecuada

satisfacción de la demanda turística, lo cual genera beneficios para todos los involucrados.

Algunas características de la planificación estratégica son:

- Es un proceso que se utiliza para alcanzar los objetivos organizacionales.
- Se deben establecer los mecanismos necesarios para poder evaluar el cumplimiento de lo acordado.
- Se realiza sobre la base de un análisis del entorno.

El aspecto fundamental de la planificación estratégica en el turismo es la necesidad de abordar el proceso desde la óptica de involucramiento del mayor número de actores sociales y económicos; en esencia la participación y el consenso de todas las fuerzas sociales y económicas con capacidad de decisión e inversión en la mejora de la competitividad del territorio turístico. Es precisamente este último punto, el que caracteriza fundamentalmente a esta actualización del PETS - CBA, el análisis del entorno se evidencia en el carácter participativo de este plan, a través del cual, los actores regionales, de manera sinérgica, proporcionan sus aportes para la conformación de la situación diagnóstica del territorio, a partir del cual se elaboran los objetivos para el desarrollo y sus consecuentes líneas de acción para aumentar los efectos positivos. De esta manera, el turismo puede promoverse como una actividad de dinamización económica y social que contribuya a los procesos de desarrollo local de un territorio.

En este sentido, se hace necesario considerar que los sistemas de gestión tradicionales no siempre tienen la capacidad para enfrentar las necesidades que implican el desarrollo turístico, por lo que las administraciones públicas deben generar las instancias para articularse con el sector privado y la sociedad civil para lograr la gobernanza del territorio. “El concepto gobernanza hace referencia a la creación de redes de cooperación y coordinación entre los actores directa e indirectamente implicados en la cadena de valor del turismo, que se caracterizan por tener sus propias reglas y normas. En otras palabras la gobernanza se traduce en concertación de actores” (Bustos Cara, 2008).



# 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

## 2.2. PROCESO METODOLÓGICO

El proceso metodológico para la formulación de la Actualización del PETS CBA 2030 contempla diferentes etapas, en las cuales se recurre a instancias participativas y estrategias para la generación de debates, el logro de consensos y la obtención de información desde los propios actores territoriales. Posteriormente el Equipo Técnico Coordinador procede al procesamiento de la información y al análisis de los resultados obtenidos.



### Especificaciones Operacionales

ETAPA	ACTIVIDAD
I. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA	<b>Foro Regional:</b> - Identificación de las Ventajas / Desventajas de los componentes del sistema turístico en el territorio en base al diagnóstico PETS 2006 desde diferentes dimensiones - Conformación de la visión turística del territorio - Identificación de Ideas Fuerza
	- Procesamiento de la información. - Producción de informe de resultados. - Elaboración de situación turística actual integrada a la visión futura del turismo en el territorio.
II. PROPUESTA	<b>Mesa de Trabajo 1:</b> - Validación del diagnóstico y la visión del turismo en el territorio. - Validación de Ideas Fuerza para el desarrollo turístico sostenible.
	- Procesamiento de la información. - Formulación del Diseño Estratégico: - objetivos - líneas de acción - acciones. - Formulación del Diseño Operativo: - Pautas para la implementación - Indicadores de Seguimiento y Resultados.
III. VALIDACIÓN	<b>Mesa de Trabajo Interna ACT SEM y Mesa de Trabajo Interinstitucional:</b> Validación del Plan incluyendo Objetivos Estratégicos
	- Procesamiento de la información. - Producción del Documento final.

### Etapa 1: Conformación del Diagnóstico y la Visión Turística del territorio

Para el desarrollo de esta etapa del Plan, se recurre a la realización de **Foros Regionales** en todas las Áreas Turísticas de la Provincia.

Los Foros Regionales son instrumentos concebidos como espacios de trabajo colaborativos en torno al desarrollo turístico sostenible de referentes institucionales del sector público (Municipios, Comunas y Entes Regionales), sector privado (empresarios y representantes de asociaciones), sector comunitario (Centros Vecinales, Asociaciones Civiles, organizaciones del tercer sector y público interesado en general) y sector académico (docentes, estudiantes avanzados y representantes de instituciones educativas).

Su objetivo es generar un ámbito de debate entre los actores del sector turístico regional, propiciando el análisis, la discusión y el consenso sobre dimensiones de análisis consideradas claves para el sector; elaborando *ideas fuerza* y la visión compartida del turismo en la región con miras a la definición de estrategias de acción.

**Idea Fuerza**  
 acción o situación que se constituye en un mensaje clave, sintetizador y motivador para impulsar el desarrollo del turismo en el territorio.

Los Facilitadores y Referentes de los Equipos Técnicos Regionales promueven el debate productivo de los participantes de cada comisión para la identificación de los aspectos favorables y desfavorables para el desarrollo, la elaboración de la visión turística de la región en el contexto provincial, y finalmente la determinación de *Ideas Fuerzas* para su logro. Se cierra el trabajo con la exposición de las conclusiones pertinentes.

El desarrollo de las actividades planteadas implica la distribución de los participantes en grupos asociados a cinco dimensiones de análisis y temas vinculados:

- **Marco Político- Institucional**
- **Desarrollo de la Oferta Turística**
- **Promoción y Comercialización de Destinos y Productos y Turísticos**
- **Gestión de la Calidad Turística**
- **Inversiones Turísticas**

Estas temáticas facilitan el abordaje integrado de diferentes componentes del sistema turístico para establecer el diagnóstico del territorio.



# 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO



## 1. MPI Marco Político Institucional:



Hace referencia a los dispositivos y recursos con los que cuenta cada región para el desarrollo del turismo, a la capacidad para gestionar el turismo y a la disponibilidad o no de planes, programas y proyectos vinculados con el turismo.

- Estructura organizativa del sector en el organigrama municipal/comunal. Vinculación y acciones en conjunto con el organismo provincial /nacional (ACT SEM – SECTUR) y otras entidades del sector privado (CAT, otras)
- Disponibilidad de recursos asignados al sector: económico-financieros, legales, humanos, de información.
- Acciones en vinculación con los actores del sector privado y social local y regional.
- Planes, programas y proyectos gestionados desde el sector público.
- Planes, programas y proyectos gestionados desde el sector privado y entidades sociales.

## 2. DOT Desarrollo de la Oferta Turística:



Esta dimensión comprende el análisis de todos los componentes del patrimonio turístico regional, su protección y acciones de conservación, como así también los servicios y facilidades turísticas y las modalidades de práctica turística desarrolladas en el territorio.

- Recursos y Atractivos Turísticos (Naturales y Culturales): capacidad de atracción, estado de conservación, requerimientos para su puesta en valor. Capacidad de retención del visitante: actividades propuestas en el lugar y alrededores. Capacidad de integración con otros recursos locales y/o regionales. Modalidades de práctica turística en relación a esos recursos.
- Servicios Turísticos: cantidad y calidad para la demanda actual. Requerimientos de adecuación y / o creación de nueva oferta de servicios. Medios de comercialización. Capacidad de integración de los prestadores entre sí y con otras entidades.

## 3. PCDP Promoción y Comercialización de Destinos y Productos Turísticos:



Los aspectos incluidos en esta dimensión hacen referencia a las políticas y estrategias para promocionar los destinos y productos turísticos, la vinculación de la oferta y la demanda turística, la identificación de mercados reales y potenciales para la conformación de nuevos productos y las estrategias y acciones de comercialización.

- Identificación de mercados meta para la orientación de las acciones de promoción y comercialización.
- Desarrollo actual de los productos turísticos existentes y requerimientos para la conformación de nuevos productos.
- Acciones de promoción. Disponibilidad de recursos materiales, tecnológicos y humanos.
- Vinculación del sector público y privado para las acciones de promoción.
- Dispositivos y recursos usados por las empresas turísticas para la comercialización de productos.

## 4. GC Gestión de la Calidad Turística:



Esta dimensión comprende el análisis de todos los componentes involucrados en la cadena de valor para gestionar servicios, productos y destinos turísticos de calidad, con particular atención a la implementación de sistemas de calidad y al rol del capital humano como eje fundamental de este proceso.

- Enfoque integral de la calidad en el destino.
- Aplicación de sistemas de calidad en las prácticas y servicios turísticos.
- Aplicación de criterios sustentados en la calidad para la selección y permanencia de los recursos humanos en los sectores de alojamiento, de gastronomía, de viajes y de información turística.
- Capacitación de los prestadores turísticos.
- Acciones de sensibilización para la comunidad sobre la importancia de la actividad turística.

## 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

### 5. IT Inversiones Turísticas:

Esta dimensión aborda el análisis de la disponibilidad de recursos y fuentes de financiamiento para llevar adelante proyectos turísticos; los requerimientos de articulación con otros organismos; la disponibilidad y búsqueda de incentivos para facilitar las inversiones en instalaciones y redes de infraestructura.

- Áreas / sectores con requerimientos de inversión para su mejoramiento y optimización.
- Relación Municipio/Comuna con otros organismos provinciales para la implementación de inversiones en las redes de infraestructura.
- Información sobre las posibilidades disponibles para la búsqueda de inversiones (legislación, otros dispositivos).
- Identificación de posibles inversores.
- Acciones público-privadas para el fomento de la inversión.



### Etapa 2: Propuesta

La instancia participativa considerada para la implementación de esta etapa es la **Mesa de Trabajo 1**, cuyo objetivo es la formulación de lineamientos para el desarrollo turístico a partir de los resultados emanados de los Foros Regionales.

La convocatoria para la participación alcanza a los representantes de las organizaciones vinculadas al sector turístico regional del ámbito privado, público, académico y comunitario.

**Objetivos Estratégicos**  
Propósitos interrelacionados que permiten concretar la estrategia planteada para alcanzar la visión.

El desarrollo de las actividades planteadas implica la validación colectiva de la situación diagnóstica del turismo en la región, la definición de la visión a futuro de cada región para la conformación de la visión del destino Córdoba, y la validación de Ideas Fuerza.

En base a los resultados emanados de estas instancias de participación, el Equipo Técnico Coordinador aborda el Diseño Estratégico elaborando Objetivos Estratégicos,

Líneas de Acción y Acciones, los cuales se constituyen en el marco referencial para las actuaciones en pos del fortalecimiento del desarrollo turístico de la provincia. La instancia del Diseño Operativo se conforma con las pautas para la formulación de ambos tipos de planes: del Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM y de los Planes Regionales de Gestión Turística Sostenible.

### Etapa 3: Validación

Esta etapa contempla la Validación Técnico - Política del Plan, mediante dos instancias de participación:

En la **Mesa de Trabajo Interna ACT SEM**, representantes de las diferentes áreas logran acuerdos y consensos sobre la visión, los objetivos estratégicos y las líneas de acción de este Plan, considerando la consolidación de los proyectos existentes y la viabilidad de implementación de acciones futuras. Una vez procesados los resultados emanados de este encuentro, se elabora un documento preliminar, el cual será trabajado en la próxima instancia.

En la **Mesa de Trabajo Interinstitucional**, representantes de diferentes organismos del gobierno provincial, de entidades privadas del sector y de instituciones académicas y sociales vinculadas, validan las propuestas del Plan. Se analiza, se debate y se logran acuerdos de articulación para trabajos conjuntos sobre aquellos proyectos existentes y futuros necesarios para el desarrollo del turismo provincial.



# 2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO



## 2.3 Síntesis del Proceso Participativo





3.

DIAGNÓSTICO Y  
VISIÓN TURÍSTICA





# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA



## 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

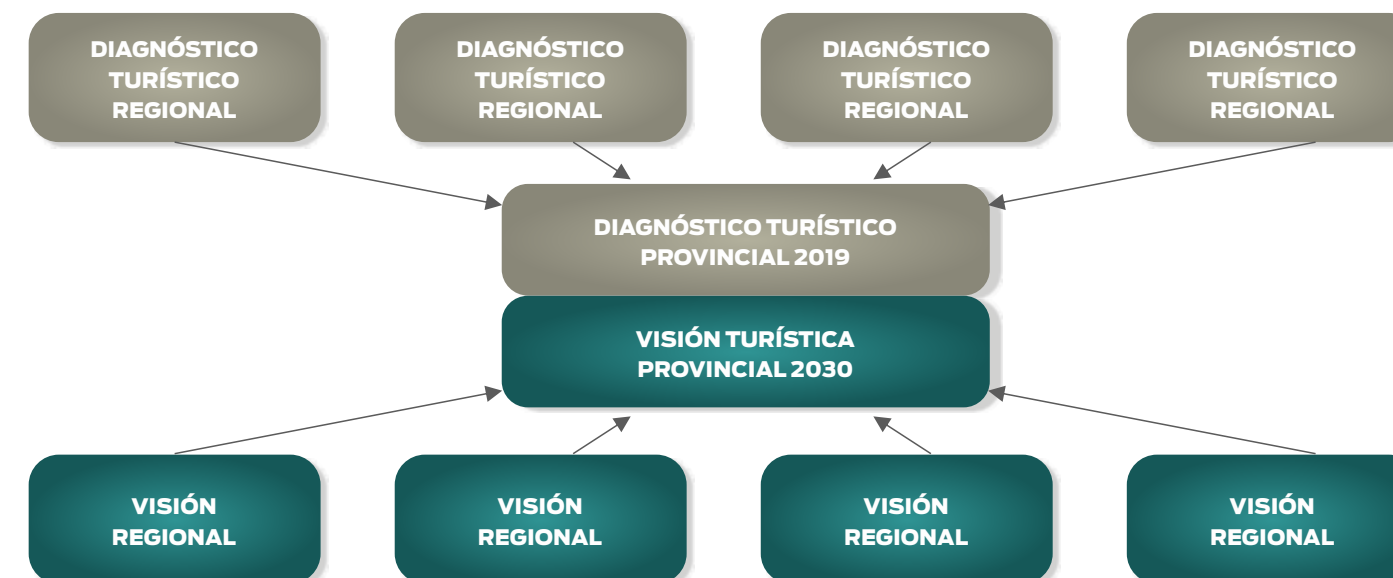
A continuación se presenta para cada región turística una breve caracterización de los componentes del sistema turístico regional, el Diagnóstico Turístico 2018 y la Visión Turística 2030 elaborados de manera participativa en los Foros Regionales y Mesas de Trabajo 1.

Sobre el final del apartado se presentan el Diagnóstico Turístico 2018 y la Visión Turística 2030 del Destino Turístico Córdoba, conformados a partir del procesamiento de los resultados emergentes de los Foros Regionales y las Mesas de Trabajo 1 y Mesa de Trabajo Interna ACT SEM y Mesa de Trabajo Interinstitucional.

### Dimensiones de análisis

- MPI** Marco político institucional
- DOT** Desarrollo de la Oferta Turística
- PCDPT** Promoción y Comercialización de Destinos y Productos Turísticos
- GCT** Gestión de la Calidad Turística
- IT** Inversiones Turísticas

### Proceso de construcción de Diagnóstico y Visión Turística Provincial





# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

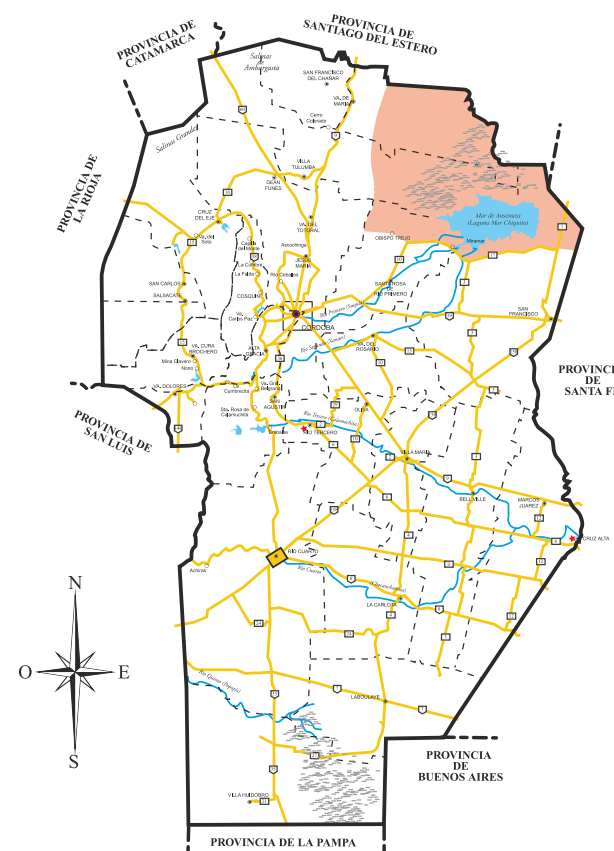
## REGIÓN TURÍSTICA DEL MAR DE ANSENUZA



### 3.1. CARACTERIZACIÓN, DIAGNÓSTICO TURÍSTICO 2018 Y VISIÓN TURÍSTICA 2030 POR REGIÓN TURÍSTICA

#### Región Turística del Mar de Ansenúza

Figura 9: Región Turística del Mar de Ansenúza



Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

#### Caracterización

- Área Turística Mar de Ansenúza (Mar Chiquita)

La Región Turística del Mar de Ansenúza se encuentra ubicada al noreste de la Provincia de Córdoba, ocupando la zona de influencia de la Laguna Ansenúza o Mar Chiquita, accediendo desde la ciudad de Córdoba por RP N° 17. La región alberga numerosas localidades, muchas de ellas comunas y parajes rurales. Entre los municipios se destacan Miramar, Balnearia, Marull y La Para.

El atractivo turístico más importante de la región es la Reserva de Uso Múltiple “Bañados del Río Dulce y Laguna Mar de Ansenúza”, cuya laguna recibe los afluentes del Río Primero, el Río Segundo y el Río Dulce, constituye uno de los humedales salinos más grandes de Latinoamérica y del mundo. El ecosistema, que se distingue por la presencia de una variada y abundante flora y fauna autóctona con más de 250 especies de aves, ha sido declarado sitio RAMSAR, dentro de una categoría internacional de sitios de conservación de especies de aves.

Este ambiente posibilita la realización de actividades de ecoturismo, principalmente avistaje de aves. Se pueden avistar flamencos rosados, gaviotas, patos y otras especies de ambientes acuáticos. A estas propuestas se suman alternativas como la pesca de pejerrey, deportes náuticos, excursiones guiadas, safaris fotográficos, paseos nocturnos



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

y actividades vinculadas al turismo salud, aprovechando las propiedades minerales del agua, como fangoterapia y masajes relajantes.

Para los visitantes interesados en los recorridos culturales, la región ofrece la oportunidad de conocer, entre otros atractivos, el Museo Histórico de la localidad de La Para, la centenaria Iglesia de la Virgen de la Asunción ubicada en Marull, y el Museo Aníbal Montes de la ciudad de Miramar, que propone interesantes ciclos y muestras de arte.

Además de las actividades recreativas, Miramar cuenta con oferta de alojamiento y gastronomía para sus visitantes.

## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística del Mar de Ansenuza

### MPI

Se llevan adelante acciones para dinamizar el desarrollo del turismo en la región, pero al haber escasa articulación entre las localidades y los actores sectoriales, sus resultados son limitados. Muchas localidades no consideran al turismo como una oportunidad de desarrollo, por lo que buena parte de los municipios/ comunas no cuentan con una estructura para el turismo. Se requiere la constitución de un Director Regional que articule con ACT SEM.

### DOT

La región presenta recursos naturales (laguna y ambiente natural en buen estado de conservación) y culturales (capillas rurales, museos, eventos populares y otros) que posibilitan el desarrollo de variadas prácticas y actividades turísticas como el senderismo, avistaje de aves, actividades náuticas, pesca y otras. Estas fortalezas se ven disminuidas por la escasa oferta de servicios (alojamiento, recreación y otros) que permitan retener al visitante por más tiempo en la región, y sostener la afluencia durante todo el año.

### PCDPT

La región presenta potencialidad para la conformación de productos turísticos; los pocos existentes requieren mejoras en su gestión. Si bien se reconoce la existencia de oficinas de información turística, y acciones de promoción, éstas son implementadas por cada localidad en particular, lo cual evidencia la escasa articulación y visión integral de la región en su conjunto. Se identifica como necesidad la conformación de una agenda integrada a nivel regional y provincial que permita atenuar la fuerte estacionalidad, como así también la configuración de una imagen identitaria de la región. Las estrategias y herramientas de promoción y comercialización se encuentran desactualizadas.

### GCT

En general los habitantes de la región no tienen conciencia del valor patrimonial del territorio y no se muestran interesados en el turismo. Aunque se realizan acciones de capacitación para optimizar la calidad del servicio, éstas no son muy valoradas por que no garantizan la inserción laboral continua. Existe variedad de servicios para recepcionar al turista, algunos de ellos muy reconocidos por su valor intrínseco como la gastronomía y avistajes, aunque éstos se concentran en la localidad de Miramar. Se identifica la necesidad de incorporar la visión integral de calidad del destino a partir de la implementación de acciones en los diferentes sectores de la población.

### IT

En lo que respecta a las inversiones públicas se están implementando acciones a nivel local, aunque no son suficientes para optimizar la cantidad y calidad de los servicios públicos. En el ámbito privado existe una fuerte cultura de inversión inmobiliaria y agropecuaria, que sumada a la inexistencia de información y de estímulos para microemprendedores, generan una baja inversión en turismo. Se identifica la necesidad de contar con información sistematizada y actualizada sobre las posibilidades de inversión.

## Visión Turística 2030 - Región Turística del Mar de Ansenuza

El Mar en Córdoba. La Región del Mar de Ansenuza como un destino único que en base al potencial de sus aguas, su biodiversidad y su identidad cultural ofrece experiencias turísticas de calidad; planificado y gestionado de manera articulada y participativa, accesible, con servicios e infraestructuras que permitan su desarrollo turístico sostenible mejorando la calidad de vida de sus habitantes.



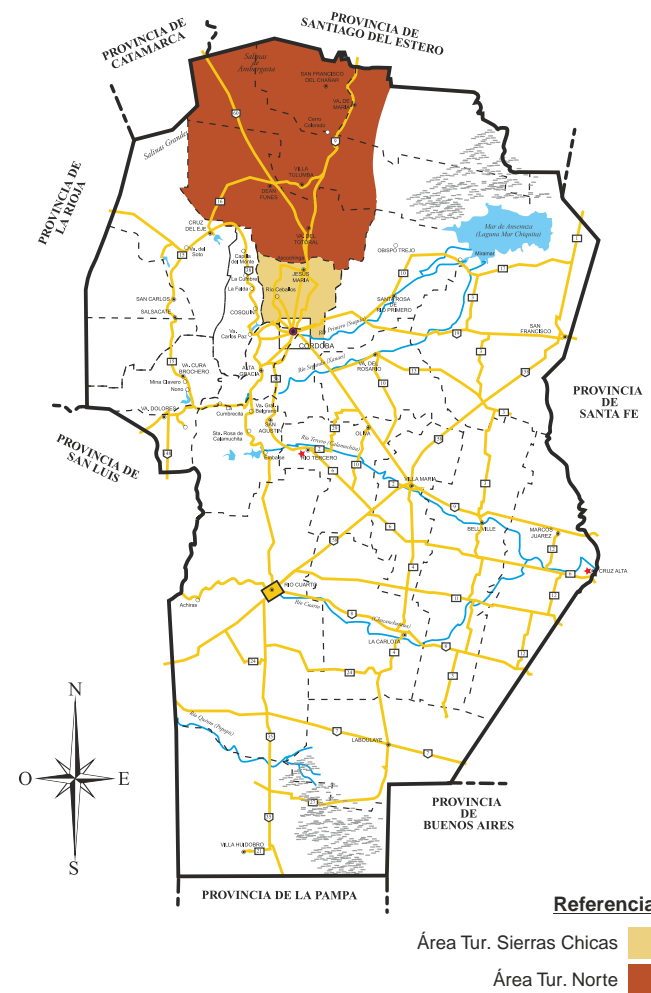


# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## REGIÓN TURÍSTICA DE LA HISTORIA

### Región Turística de la Historia

Figura 10: Región Turística de la Historia



Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

### Caracterización

#### • Área Turística Sierras Chicas

El área turística Sierras Chicas se encuentra al Noroeste de Córdoba capital. Desde la ciudad de Córdoba, se accede a esta región por las RP N° 53 y N° 57.

El entorno natural, con abundante vegetación, sierras y ríos, es ideal para realizar actividades al aire libre. Los lugares recomendados para visitar son la Reserva Hídrica Natural Parque de La Quebrada, ubicada en la localidad de Río Ceballos, que posee un embalse homónimo, en donde se pueden practicar senderismo, pesca y deportes náuticos como canotaje y el windsurf.

Entre las localidades que componen la región, se destacan La Calera y sus importantes construcciones históricas de orden religioso y cultural; la ciudad de Villa Allende, ubicada al pie del cerro Pan de Azúcar, con su exclusiva cancha de golf; Unquillo con su centenaria Capilla de Leonor construida y decorada por el reconocido pintor Guido Buffo y sus tradicionales Corsos. Más al norte se ubica Río Ceballos, considerado el “Corazón de las Sierras Chicas”, con una gran variedad de actividades de turismo aventura; le siguen Salsipuedes con su Gruta en honor a la Virgen de Itatí; El Manzano y Agua de Oro, cercanos a la consagrada Capilla de Candonga; Villa Ani Mí, La Granja y Ascochinga.



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

Además, el área de Sierras Chicas ofrece una amplísima gama de posibilidades en materia de turismo cultural, ya que la mayoría de las localidades que integran la región, formaron parte del Antiguo Camino Real, que permite disfrutar de una opción histórica muy interesante. Uno de los circuitos recomendados invita a recorrer la tradicional Capilla de Candonga, ubicada a 20 km. de Río Ceballos. Esta capilla data del año 1730 y es el oratorio más antiguo de la región.

A la riqueza de su patrimonio natural y cultural, Sierras Chicas suma su variada oferta de servicios de alojamiento, gastronomía y de entretenimiento.



## • Área Turística Norte

El norte de la provincia de Córdoba presenta su encanto distintivo que se refleja en los senderos trazados por la historia, en la hospitalidad de sus pobladores y en sus paisajes naturales y leyendas. Desde Córdoba capital, se accede al área por RN N° 9.

La diversidad de paisajes: bosques autóctonos, ríos y arroyos, sierras de palmas, cerros rocosos y salinas, permite el recorrido de diferentes circuitos que combinan naturaleza y cultura. El entorno natural es ideal para realizar prácticas de ecoturismo, cabalgatas, trekking, mountain bike, paseos guiados y un sinnúmero de actividades recreativas al aire libre.

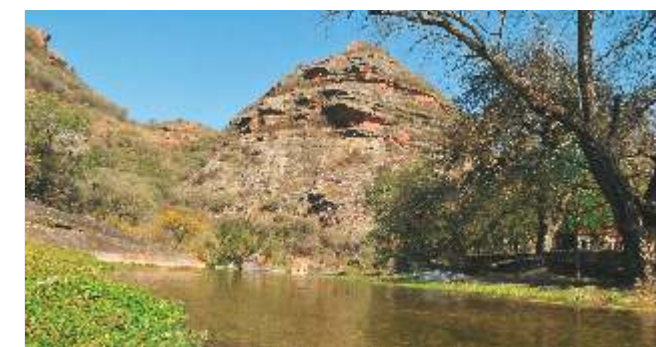
A lo largo del territorio, se ubican dos de las áreas naturales más importantes de la provincia: el Refugio de Vida Silvestre Monte de las Barrancas y Reserva de Uso Múltiple Salinas Grandes, un oasis en las salinas y la Reserva Cultural Natural Cerro Colorado, que constituye uno de los yacimientos arqueológicos más importantes del país. Esta formación montañosa, erosionada por el viento y agua, fue poblándose de aleros y cuevas que utilizaron los aborígenes comechingones para plasmar la historia de su pueblo a través de pinturas rupestres.

En el Norte de Córdoba se concentran siglos de cultura, materializados en pueblos y ciudades, donde la tradición religiosa y artesanal mantiene la esencia criolla. Localidades como Ischilín, Villa de Tulumba, Villa de San Pedro Norte y Cañada del Río Pinto, se destacan por conservar un estilo colonial, que resguarda el pasado. En estos poblados, los visitantes pueden disfrutar de productos artesanales típicos como cuero, cestería, cerámica y madera; además tienen la oportunidad de degustar la gastronomía tradicional y disfrutar con la música folclórica.

El área Norte es también sinónimo de historia, los visitantes pueden conocer El Museo Rural Posta de Sinsacate, que integra la cadena de postas del antiguo Camino Real al Alto Perú; la tradicional Iglesia de Tulumba, en donde se conserva un tabernáculo de madera y plata tallado por los nativos para la iglesia de la Compañía de Jesús; la Casa Museo de Atahualpa Yupanqui, ubicada en el paraje Agua Escondida, en donde se exponen objetos personales del artista; la Casa natal del escritor Leopoldo Lugones en Villa de María del Río Seco y el Museo Fernando Fader, ubicado en Ischilín, que conserva parte de la obra del reconocido pintor.

El circuito cultural más visitado por los turistas propone conocer tres de las cinco estancias construidas por la orden de los Jesuitas, declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO: la Estancia de Jesús María, de Colonia Caroya y Santa Catalina, que se encuentran abiertas al público y ofrecen recorridos guiados.

En esta zona también se aprovecha el medio rural. Una variada oferta de establecimientos, en su mayoría construcciones antiguas de gran valor histórico y arquitectónico, han sido refuncionalizadas y transformadas en hoteles rurales que invitan a los turistas a experimentar la auténtica vida de campo a los que se suman hoteles tradicionales, posadas y cabañas muy bien equipadas.



## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística de la Historia

### MPI

Gran parte de los municipios y comunas de ambas áreas manifiestan interés por trabajar conjuntamente en pos del desarrollo turístico, aunque existen algunos donde el turismo no es considerado como oportunidad de desarrollo por el sector público. A excepción de los municipios del sur de cada área (con mayor organización y recursos) los presupuestos comunales son escasos, y el interés y la participación social creciente. Si bien existen experiencias de integración entre los actores del sector público, y entre éstos y el sector privado, académico y comunitario, en ambas áreas la atomización de esfuerzos dificulta la conformación de una visión turística integrada y la implementación de acciones a nivel regional para dinamizar el desarrollo del turismo. Existen organizaciones del tercer sector que promueven la integración de los productores interesados. Se requiere mayor integración entre las

# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

acciones de la ACT SEM, la Secretaría de Ambiente, el sector privado y demás organismos del Gobierno de la Provincia, en especial en relación a planificación, ordenamiento territorial medioambiental y el análisis de la sostenibilidad de las iniciativas privadas. Además, en el área Norte se presenta como necesidad la integración de las actividades productivas locales en el turismo para generar empleo y así evitar la migración y el desarraigo.

## DOT

Se identifica la relevancia de los recursos turísticos en toda la región. En el área Sierras Chicas existen circuitos turísticos sustentados en la singularidad de paisaje y sus manifestaciones culturales asociadas, y en el Norte productos conformados en base a recursos culturales de jerarquía vinculados a su entorno natural (Camino Real, Estancias Jesuíticas, Cerro Colorado y eventos locales), que posibilitan la práctica de turismo cultural religioso, gastronómico, rural y otros. Hacia el norte de la región, estas fortalezas se ven disminuidas por deficiencias en la oferta de servicios turísticos, además de las problemáticas de infraestructura y servicios generales (luz, agua, gas, comunicaciones, salud, servicios bancarios, digitales, otros) producto del crecimiento inmobiliario (que también produce desmonte con pérdida de servicios ecosistémicos) en el caso de Sierras Chicas, y en el Norte de falta de obras estructurales de provisión. Se evidencia la necesidad de emprendimientos de turismo que aumenten la capacidad de

retención del turista en la región, mejorar la oferta gastronómica y los servicios de información turística, y sensibilizar, capacitar y articular a la comunidad receptiva prestadora de servicios.

## PCDPT

Se reconocen acciones para promocionar y comercializar (herramientas digitales, participación en ferias, folletería y otros), con escasa integración público - privada. Solo algunas localidades tienen productos turísticos identificados, los promocionan y los gestionan, aunque estas iniciativas no son continuadas. Se identifica la necesidad de mayor articulación entre los actores y sectores involucrados, y en Sierras Chicas en particular, se requiere la conformación de una identidad compartida como corredor turístico.

## GCT

En la región se observa un desequilibrado desarrollo del concepto de calidad, con mayor presencia en los principales centros turísticos, que a su vez cuentan con mayor infraestructura vial, sanitaria y de servicios básicos. En cuanto a los servicios turísticos, en general las prestaciones no se ajustan a los parámetros de calidad, y en Sierras chicas en particular el alojamiento requiere mayor regulación y control. Algunas localidades de la región articulan con Nación y Provincia la realización de acciones

de capacitación relacionadas con innovación, atención al cliente y calidad alimentaria, y en particular en el sur del Área Norte, la implementación de directrices de calidad, certificación de productos y otras, aunque se reconoce que no alcanzan a todos los sectores involucrados. En ambas áreas se reconoce la necesidad de profundizar en el tema, e implementar acciones de sensibilización hacia la comunidad acerca de la importancia de la actividad turística a nivel local y la protección de los recursos para alcanzar destinos turísticos de calidad.

## IT

En la región se reconoce la realización de algunas inversiones en infraestructura, principalmente en Sierras Chicas: conectividad vial, cloacas, comunicación y otros, aunque se manifiesta la necesidad de ampliar y continuar éstas y otras obras. En el Área Norte, se reconoce que los problemas de articulación entre Municipios, Provincia y Nación dificulta la realización de obras. Ante la existencia de intenciones de inversión (en menor medida en el norte del Área Norte), se hacen necesarias herramientas que desde la articulación de los sectores público y privado, ordenen y regulen las inversiones (principalmente en alojamiento/cabañas) para dar un marco de sostenibilidad al desarrollo turístico. En el Área Norte se identifica la necesidad de facilitar la inversión a través de mayor información y fácil acceso a créditos por parte de pequeños inversores.

## Visión Turística 2030 - Región Turística de la Historia

La Región de la Historia como un destino turístico caracterizado por la identidad serrana y rural, que en base a recursos culturales históricos, artísticos y gastronómicos en estrecha relación con el paisaje y el ambiente natural, ofrece experiencias turísticas de calidad; planificado y gestionado de manera articulada y participativa, accesible, y con servicios e infraestructuras que garanticen su desarrollo turístico sustentable con respeto de la identidad local.





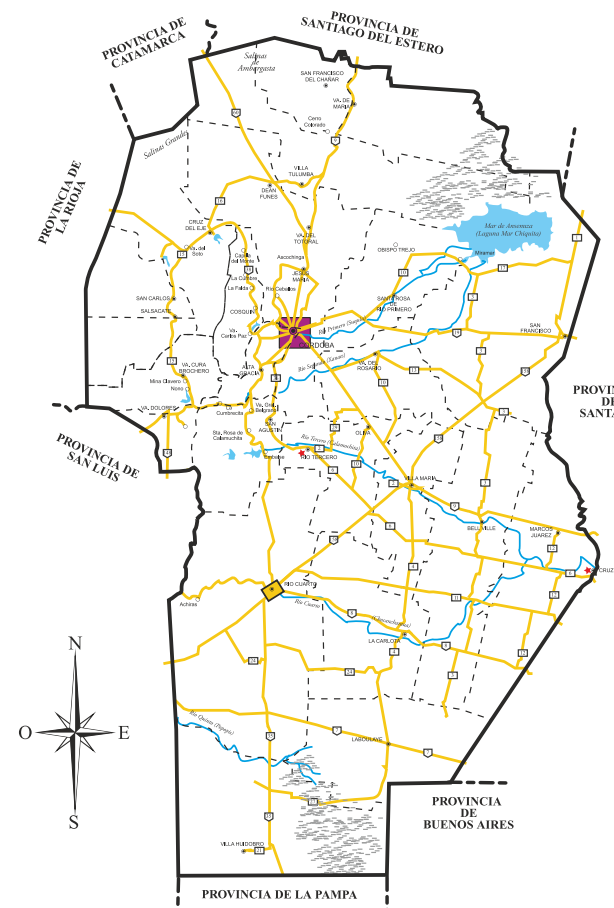
# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## REGIÓN TURÍSTICA DE LA CAPITAL



### Región Turística de la Capital

Figura 11: Región Turística de la Capital



Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

### Caracterización

- **Área Turística Capital**

La ciudad capital de la Provincia de Córdoba, se encuentra ubicada a orillas del Río Suquía y se accede por diversas rutas terrestres: por RN N° 9, N° 20, N° 36 y N° 19, y por las RP N° 5, N° 17, E 53, E 55, entre otras.

En lo que refiere a conectividad aérea, Córdoba se posiciona como el principal Hub aéreo de la región centro del país. El Aeropuerto Internacional Ing. Ambrosio Taravella, actualmente posee numerosos vuelos semanales, que comunican a la ciudad de Córdoba con destinos nacionales como Buenos Aires, Rosario, Tucumán, Mendoza, Salta, Iguazú y Resistencia, y destinos internacionales como Panamá, San Pablo, Río de Janeiro, Porto Alegre, Santiago de Chile, Montevideo, Lima y Madrid, entre otros.

Además, Córdoba posee una amplia terminal de ómnibus, ubicada estratégicamente en el sector este del área céntrica de la ciudad, que recibe a la mayor parte de los visitantes que llegan por vía terrestre desde otros puntos del país. La ciudad de Córdoba se ha transformado en el eje central del Corredor Bioceánico, contando con la infraestructura de telecomunicaciones más moderna del MERCOSUR: aeropuerto internacional, óptimas rutas de acceso, servicios de apoyatura logística, hotelería y



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

gastronomía de primer nivel, son los factores que se conjugan para posicionar a esta ciudad como el principal destino del interior del país para la realización de reuniones, congresos y convenciones.

Fundada el 6 de julio de 1573, esta ciudad alberga a una de las poblaciones más antiguas de Sudamérica. Aquí se instalaron distintas órdenes religiosas desde épocas remotas, la más importante fue la orden de los Padres Jesuitas, que dejó en la ciudad un valioso legado cultural, histórico, académico y religioso, materializado en la denominada Manzana Jesuítica, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000.

La ciudad de Córdoba se distingue a nivel nacional e internacional por el valioso patrimonio histórico y religioso, así como también es destacable su trayectoria académica, ya que aquí comenzaron a funcionar la primera universidad pública y la primera universidad privada de la Argentina. En sus calles y paseos se destacan huellas de la antigua arquitectura colonial, que se combina con modernos edificios, rodeados por parques y espacios verdes como el Parque Sarmiento, diseñado a fines del siglo XIX.

Quienes visiten la ciudad de Córdoba capital, podrán recorrer su Centro Histórico, recientemente restaurado e iluminado por el Gobierno Provincial, a través de sus museos, monumentos, iglesias, conventos y centenarios edificios, en los que se conserva gran parte de la historia

cultural de la antigua Argentina. La tradicional Plaza San Martín, la Iglesia Catedral, la Iglesia de Las Teresas, el Museo de Arte Religioso Juan de Tejada y la Manzana Jesuítica, son los edificios más distinguidos que han sido recuperados y puestos en valor. Este paseo se completa con la tradicional Plazoleta del Fundador, el Pasaje Santa Catalina, la Iglesia Santa Catalina de Siena, la Plazoleta, Iglesia y Convento de San Francisco, la Plazoleta de Ambrosio Funes y el imponente Teatro del Libertador General San Martín.

Otro de los circuitos recomendados para realizar en el centro de la ciudad de Córdoba, propone recorrer la nueva rambla turística de la Avenida Hipólito Irigoyen, que vincula el centro histórico de la ciudad con espacios culturales y recreativos. Aquí se pueden visitar el Paseo del Buen Pastor y su atractiva fuente de aguas danzantes, el Palacio Ferreyra, el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa y el Museo de Ciencias Naturales. Además, a lo largo de esta rambla, los turistas pueden recorrer modernos restaurantes y bares temáticos.

En Córdoba es posible realizar un sinnúmero de actividades, como caminar por la tradicional peatonal, conocer La Cañada, visitar la distinguida Iglesia de Los Capuchinos, recorrer el lujoso Palacio Ferreyra, pasear por la Plaza San Martín y visitar la Iglesia Catedral. A estas alternativas se suman la posibilidad de recorrer museos, galerías de arte, centros de exposiciones, paseo de

artesanos y festivales de música.

Esta Córdoba histórica y cultural se combina con una ciudad moderna, que cuenta con centros y espacios comerciales de primeras marcas, restaurantes de primer nivel, paseos de compras de distintos estilos y una gran oferta de productos y servicios. A la par de esto, la ciudad de Córdoba cuenta con una importante infraestructura hotelera, donde los visitantes podrán optar por hoteles de 2, 3, 4 y 5 estrellas, a los que se suman Apart Hoteles y Hostels.





# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística de la Capital

### MPI

Se identifica un marco institucional apropiado para la gestión turística en cuanto a las acciones que se desarrollan desde la Dirección de Turismo Municipal, su reciente participación en el directorio de la ACT SEM, el Córdoba Bureau, los convenios celebrados con municipios de otras provincias, la vinculación con el sector privado y algunos proyectos en curso como la elaboración del plan estratégico municipal. Se identifica la necesidad de jerarquizar el organismo dentro de la estructura municipal (creación de Secretaría de Turismo), y una mayor integración entre los diferentes subsectores (gastronomía, alojamiento, servicios receptivos, otros).

### DOT

Se reconoce como potencialidades la organización de circuitos en torno al valioso patrimonio cultural conformado por los bienes arquitectónicos, eventos y las variadas manifestaciones artísticas, a lo que se suma la oferta gastronómica y comercial, y el transporte al aeropuerto. Como debilidad se mencionan problemáticas con servicios públicos específicos, en particular la recolección de residuos en área central los fines de semana, transporte en el área central (alto costo, baja frecuencia y mantenimiento), tarifas desproporcionadas en aeropuerto y problemas para

el pago con sistema de tarjeta magnética. Se identifican necesidades dependientes de la articulación entre el sector público y privado como la innovación en productos para mercados específicos, la actualización de la legislación, la introducción de incentivos a sectores específicos y la capacitación de recursos humanos.

### PCDPT

Se reconoce como fortaleza la existencia de productos turísticos definidos y el trabajo en la identificación de mercados reales y potenciales a partir del Observatorio Turístico. Se identifican oportunidades en el mercado no solo internacional sino también nacional, y en la oferta de propuestas que incluyan la ciudad y su área metropolitana. Se requiere fortalecer la articulación público-privada para la promoción turística orientada a segmentos específicos de la demanda turística.

### GCT

Se identifican algunos indicadores positivos que dan cuenta de la conciencia sobre la calidad turística como la existencia de herramientas específicas para la gestión de la calidad, la certificación de algunos hoteles y agencias de viajes, la existencia de instituciones de formación en turismo, la buena convocatoria de diferentes capacitaciones, la presencia de guías habilitados y la sensibilización turística en los diferentes sectores: transporte, policía, alojamiento,

otros. Si bien éstos son aspectos positivos, también se reconoce que para alcanzar la calidad integral del destino, se requiere ampliar la convocatoria en el sector privado, concientizar a la comunidad en general sobre la importancia de la actividad turística, y mayor atención a la sostenibilidad ambiental y a la accesibilidad en la prestación de servicios. Se identifica la necesidad de valorar las certificaciones y el trabajo en relación a la gestión de la calidad no sólo en los prestadores de servicios sino también en los clientes.

### IT

Se reconoce el crecimiento del presupuesto destinado a turismo y se han realizado inversiones vinculadas con la optimización de la oferta turística: puesta en valor de atractivos en Barrio Nueva Córdoba, Güemes y Centro Cívico, obras de infraestructura, fortalecimiento de productos turísticos y otros. A la vez se identifica la necesidad de realizar inversiones en otros barrios, en seguridad e higiene, en el cuidado del patrimonio y acciones de concientización y promoción. En el ámbito privado, si bien hay inversiones en curso en diferentes sectores turísticos (transporte aéreo, alojamiento) y están disponibles diferentes mecanismos de financiamiento desde el Sector, CFI y otras entidades, se identifican aspectos que dificultan las inversiones: la escasa difusión de las fuentes de financiamiento y nichos de inversión, la falta de regulación de la competencia desleal en servicios turísticos, la disminución de beneficios e incentivos fiscales y el escaso margen de rentabilidad, entre otros.

## Visión Turística 2030 - Región Turística de la Capital

Córdoba Capital posicionada como un destino turístico urbano de permanencia y distribución, que brinda experiencias innovadoras en base a su patrimonio cultural, académico y arquitectónico, su patrimonio natural, y su oferta comercial, gastronómica, de negocios y de eventos, con diversidad de servicios turísticos de calidad, planificado y gestionado de manera articulada, accesible, y sostenible.





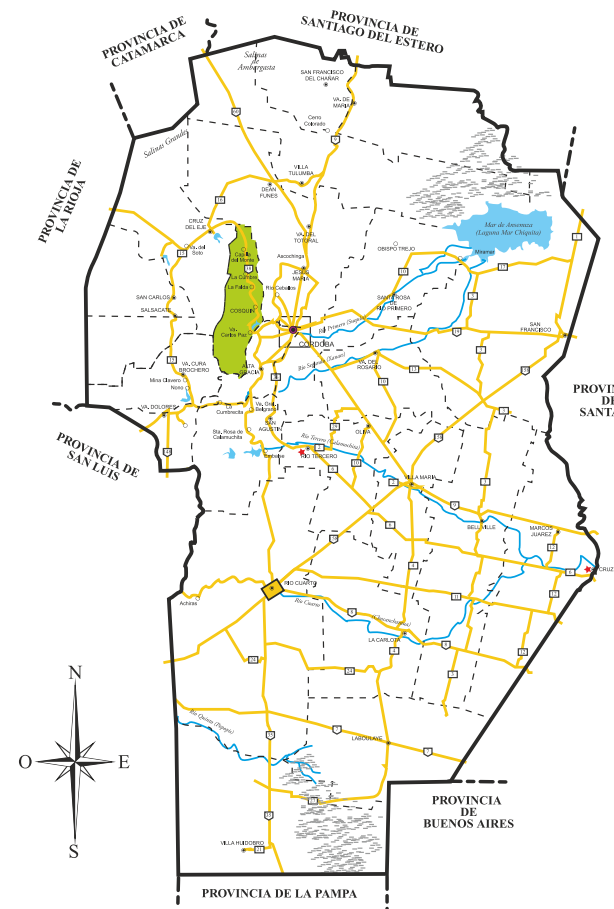
# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## REGIÓN TURÍSTICA DE LA PUNILLA



### Región Turística de la Punilla

Figura 12: Región Turística de la Punilla



Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

### Caracterización

- **Área Turística Punilla**

Esta área, ubicada al oeste de la ciudad de Córdoba, está limitada por diversos cordones de las Sierras Grandes. Desde Córdoba capital, se accede por la RN N° 20 hasta empalmar con la Autopista Justiniano Allende Posse que conduce a la ciudad de Villa Carlos Paz; luego por la RN N° 38 se accede al resto de las localidades de la región.

En esta área está ubicada la ciudad de Villa Carlos Paz, uno de los principales destinos turísticos de la provincia por la atraktividad de su paisaje en torno al Lago San Roque y la amplia oferta de servicios y actividades recreativas; además la región alberga más de treinta localidades turísticas, entre las que se destacan importantes ciudades, comunas y parajes.

El área está atravesada por numerosos ríos y arroyos con atractivos balnearios, playas y paradores, los ríos San Antonio, Icho Cruz, Yuspe, Cosquín, Pinto y el río Ávalos, son los preferidos por los turistas durante el verano. A su vez, Punilla alberga cinco diques muy importantes: San Roque, El Cajón, Los Alazanes, La Falda y San Jerónimo, en los cuales se puede pescar y practicar deportes náuticos a vela y a motor.

En toda la región es posible realizar actividades de turismo



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

activo, como caminatas, cabalgatas y rappel, ya que existen escenarios que invitan a tomar contacto con la naturaleza. Próximo a la localidad de Capilla del Monte se encuentra el cerro Uritorco, ideal para realizar actividades de trekking y cabalgatas. Este cerro, además de su belleza natural, ha adquirido reconocimiento por las propiedades energéticas que se le atribuyen.

Cercano a la localidad de Tanti, en dirección al cordón de las Sierras Grandes se alza el macizo Los Gigantes, que se ha transformado en uno de los centros de escalada en roca más importantes del país.

Aquellos turistas que visitan la región tienen la oportunidad de conocer otros atractivos como el histórico horno de cal “La Argentina” en Bialet Massé, la magnífica cancha de golf en La Cumbre, el atractivo laberinto de arbustos en Los Cocos, entre muchos otros.

Otros lugares de interés para visitar en el área Punilla son el mirador de Cuchi Corral, próximo a la ciudad de La Cumbre, óptimo para la práctica de parapente y aladeltismo, el Parque Autóctono Los Terrones, ubicado a 14 km. de la localidad de Capilla del Monte y la Cueva de los Pajaritos, cercana a la localidad de Tanti.

Además, la región es sede de consagrados festivales y fiestas populares que se desarrollan a lo largo de todo el año. El más destacado es el “Festival Nacional de Folclore de Cosquín”, que se realiza en el mes de Enero en la

tradicional Plaza Próspero Molina de la ciudad de Cosquín.

Los interesados en el turismo cultural, encontrarán en esta región una gran diversidad de propuestas, entre las que se destacan, entre otras, el legendario Hotel Edén en La Falda y la Casa del escritor Mujica Lainez, en La Cumbre. A estas alternativas se suma la posibilidad de visitar el nuevo puente carretero Uruguay, ubicado sobre la RN° 38, al ingreso de la ciudad de Villa Carlos Paz, donde se ofrece un atractivo show nocturno de luces y sonido, programado cada una hora. Además, en el interior de este puente, los visitantes pueden recorrer una galería turística, donde se exponen muestras fotográficas.

El Valle Punilla cuenta con una importante estructura hotelera, gastronómica y de servicios. Para alojar a sus visitantes posee hoteles de 2, 3, 4 y 5 estrellas, a los que se le suman cabañas, casas de alquiler y campings. Para aquellos interesados en la buena gastronomía, el área de Punilla ofrece un atractivo recorrido por el Camino de las Dulzuras, que incluye un circuito por los poblados de Huerta Grande, Villa Carlos Paz y La Cumbre.



## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística de la Punilla

### MPI

Se reconoce que en el área, la mayoría de las localidades dependen del turismo como fuente de recursos económicos y contemplan el turismo en sus estructuras orgánicas (Secretaría o Dirección). Entre otros aspectos positivos se destacan la diversidad de actores vinculados con la actividad, la implementación de planes locales y la aplicación de programas emanados de Nación, Provincia y Organismos Internacionales. Estos aspectos positivos se ven debilitados por otras cuestiones como el escaso presupuesto propio para el sector y la escasa profesionalización en algunos de los organismos públicos, la falta de coordinación y diálogo intrarregional para dar continuidad a la agenda de trabajo integrada, los conflictos de intereses, la falta de transversalidad institucional de las áreas afines. Se identifica la necesidad de realizar un ordenamiento territorial, implementar legislación conjunta con foco en el cuidado del ambiente y ampliar la participación comunitaria.

### DOT

La principal fortaleza del área la constituye la pluralidad de atractivos y recursos turísticos basados en lo natural, histórico y contemporáneo, posicionados e integrados entre

sí, a lo que se suma la localización estratégica del área, la complementación entre sus diferentes zonas, y una buena estructura de alojamiento en algunas localidades. Se reconoce la existencia de impactos negativos por el desarrollo de inversiones, el incumplimiento de la legislación ambiental vigente y otras cuestiones, que de manera conjunta conducen a la degradación de los recursos. Para la optimización de la oferta se hace necesario un plan para la puesta en valor de algunos recursos (accesibilidad, protección, conservación, mejor manejo de la información), el fortalecimiento en las inversiones sobre todo en la infraestructura básica (cloacas y otros), el acceso a créditos para el desarrollo de emprendimientos, la concientización de los pobladores sobre la actividad turística y sus implicancias, y la formulación de propuestas que integren a las diferentes localidades.

### PCDPT

Se reconoce como un aspecto positivo la voluntad de caracterizar y presentar a la región como un corredor ecoturístico, lo cual se evidencia en la conformación de algunos productos turísticos, en las acciones promocionales y en las páginas webs oficiales. Sin embargo, se identifica como una debilidad la no consideración de los recursos turísticos culturales (Punilla Sur) y la presentación de un ambiente natural que no se condice con la realidad, debido a su degradación actual y sus proyecciones. Asimismo, si bien algunas localidades

# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

realizan estudios vinculados con el perfil de la demanda turística, se requieren mayores precisiones para conocer el perfil del turista actual y así poder planificar el desarrollo del turismo durante todo el año. En este sentido, también se plantea la necesidad de una mayor articulación entre el sector público y privado y la posibilidad de acceso al financiamiento de programas web con toda la información.

## GCT

Si bien algunos prestadores de servicios turísticos (empresas hoteleras y gastronómicas) adhieren a los sistemas de calidad propuestos desde el MINTUR, se realizan capacitaciones en el sector privado y existen escuelas de formación en turismo, en términos generales, se reconoce que no se tiene incorporado el concepto de calidad integral del destino, lo cual se evidencia en la falta de cuidado de la calidad ambiental (control de la basura, limpieza del lago, incumplimiento de la legislación vigente), la falta de profesionalización en muchos niveles (oficinas de información turística y otros), y la venta de paquetes turísticos que no satisfacen totalmente las expectativas del cliente. Para el desarrollo de calidad integral en el destino se requiere atender las problemáticas anteriormente planteadas, fortalecer la formación profesional con apoyo a las instituciones formadoras, ampliar la difusión y el alcance de las capacitaciones, garantizar la inserción laboral y sobre todo mejorar la articulación entre el sector público y privado a través de un organismo regional.

## IT

Se reconocen como aspectos positivos las inversiones para la mejora en la accesibilidad terrestre en general, las ordenanzas de adhesión a la Ley de Fomento Turístico y la información disponible sobre indicadores económicos reales en algunos Municipios. Se identifican como principales debilidades las escasas inversiones vinculadas con la restauración / conservación del ambiente (principal recurso de la región) y en servicios básicos (cloacas, residuos, conectividad digital y otros), considerando como probable causa la falta de coordinación de los sectores públicos y privados para obtener financiamientos. Se identifica la necesidad de buscar mayores consensos para el desarrollo de obras de infraestructura que afecten el patrimonio natural, y emerge como obra necesaria y fundamental la recuperación del tren de las sierras como transporte articulador del corredor. Se plantea como necesidad la regulación de las inversiones golondrina; el ordenamiento territorial atendiendo al desarrollo inmobiliario; el acompañamiento a los pequeños inversores con formación, información, incentivos y créditos; una mayor participación del sector privado en las cámaras y organizaciones afines.

## Visión Turística 2030 - Región Turística de la Punilla

El destino Región Turística de la Punilla posicionado como un corredor ecoturístico sostenible de permanencia y excursión, en base a experiencias vinculadas a las identidades locales, su paisaje natural (relieve, flora, fauna, cuencas hídricas), su patrimonio cultural (arquitectónico, histórico, culinario, religioso, artístico, arqueológico, festivales), y la calidad y diversidad de sus servicios turísticos; planificado y gestionado de manera articulada y participativa, accesible y sustentable.



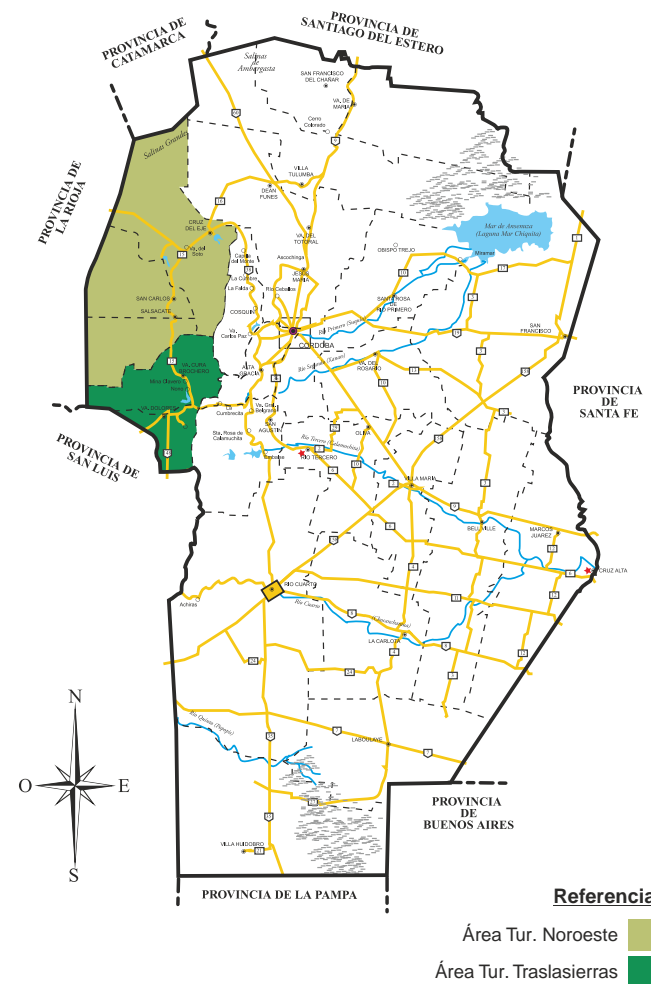


# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## REGIÓN TURÍSTICA DE TRASLASIERRAS

### Región Turística de Traslasierras

Figura 13: Región Turística de Traslasierras



**Fuente:** Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

### Caracterización

- **Área Turística Noroeste**

El área Noroeste constituye un importante patrimonio natural y cultural, donde la acción del hombre ha dejado valiosos testimonios. Desde la ciudad de Córdoba capital, se accede por RN N° 20, para luego empalmar con la RN N° 38 y la RP N° 15. Entre las localidades más importantes del área se destacan Cruz del Eje, San Marcos Sierras, Salsacate, San Carlos Minas, Serrezuela y Villa de Soto.

Disfrutar del aire de las sierras, de los cauces naturales de agua que surcan la región, recorrer los senderos de la historia y tomar contacto con el legado de la cultura de los comechingones, son sólo algunas de las maneras de disfrutar este territorio.

Asimismo, también es posible visitar su valioso patrimonio cultural conformado por la Estancia Jesuítica La Candelaria – integrante del sitio de Patrimonio Mundial “Manzana y Estancias Jesuíticas de Córdoba” -, las iglesias de Cruz del Eje, Soto y La Higuera, y las capillas de Salsacate, Las Palmas, Pocho y La Playa, entre otros hitos histórico-patrimoniales, que testifican la importancia de la zona en momentos históricos pasados.

El importante patrimonio arqueológico está presente en el sector de Charquina (en la sierra de Guasapampa), y muestra pictografías aborígenes anteriores a la conquista



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

hispana. Las antiguas explotaciones mineras en La Bismutina, La Argentina y el antiguo distrito de Guaico, así como en la zona de Ciénaga del Coro y La Playa, dan cuenta de la importancia económica que la región tuvo en el pasado.

Se destacan dos importantes obras hídricas: el Dique Cruz del Eje (junto a la ciudad del mismo nombre) y el Dique Pichanas (ubicado en las cercanías de Villa de Soto), adecuados para la práctica de pesca y deportes náuticos como windsurf, kayak, canotaje y remo. Los curiosos Volcanes de Pocho, el Parque Natural Provincial y Reserva Forestal Natural "Chancaní", refugio para diversas especies y donde es posible realizar actividades como observación de fauna, caminata y cabalgatas en el marco de las sierras y las pampas altas de la región invitan a disfrutar de un turismo en la naturaleza. Cabe destacar también la presencia de Los Túneles, obra vial relevante por su valor técnico y paisajístico, ubicado en el oeste del departamento Pocho, en las estribaciones de la sierra de Pocho hacia los llanos del oeste, siendo parte integrante del Camino de los Túneles y los Volcanes.

Los turistas que visiten la región pueden participar de atractivos Festivales Populares donde se rinde homenaje a las más arraigadas tradiciones, además de formar parte de las convocantes Fiestas Patronales celebradas en cada poblado a lo largo de todo el año.

Asimismo, esta zona se distingue por sus sabores tradicionales, donde se destaca el cabrito y las empanadas. Presenta además una amplia gama de productos regionales como el aceite de oliva, licores artesanales, miel, mermeladas, hierbas serranas y el tradicional pan casero. También se puede disfrutar de las artesanías de la región, donde se distinguen los objetos elaborados con fibra de palma caranday, piedra y cuero.



## • Área Turística Traslasierras

El área turística Traslasierras está ubicada al oeste de la provincia de Córdoba, limitada por diversos cordones serranos. Desde Córdoba capital, se accede por la RN N° 20 y luego se toma la RP N° 34, el denominado Camino de las

Altas Cumbres. Traslasierras se destaca por sus particularidades naturales y por lograr una síntesis entre el paisaje y el espíritu serrano. Un imponente cordón montañoso, una atractiva vegetación y amplios espejos de agua convierten a esta región en un destino ideal para el descanso y la recreación.

La región posee un importante equipamiento hotelero, gastronómico y de servicios. Para alojar a sus visitantes cuenta con hoteles de categoría muy confortables, a los que se le suman cabañas, casas de alquiler, hostels y campings.

El área de Traslasierras se encuentra atravesada por numerosos ríos y arroyos, que se distinguen por sus aguas claras que dan origen al Embalse La Viña. Allí se pueden practicar deportes náuticos como windsurf, kayak, canotaje, remo y pesca de pejerrey, entre otras especies. Durante el

verano el río Mina Clavero declarado una de las siete maravillas naturales de Argentina por la Fundación New 7 Wonders, y el río Panaholma con sus confortables balnearios y paradores, son los más visitados por los turistas.

Esta zona alberga más de veinte localidades turísticas, entre las que se destacan importantes ciudades, comunas y parajes. Las ciudades de Villa Dolores y Mina Clavero, constituyen los centros urbanos más destacados, le siguen las localidades de Nono, Villa Cura Brochero, Las Rabonas, Los Hornillos, Villa de las Rosas, Las Tapias, San Javier, Yacanto, Luyaba y La Paz.

En Traslasierras los turistas pueden disfrutar del contacto con la naturaleza, a través de la práctica de ecoturismo, recorriendo paisajes agrestes y rocosos. Se destaca en esta





# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

región la presencia de áreas naturales protegidas de importancia: el Parque Nacional Quebrada del Condorito y la Reserva Hídrica Pampa de Achala, en donde se realizan actividades al aire libre como observación de fauna, caminatas y cabalgatas y el Parque Nacional Traslasierras recientemente creado en abril del 2018.

A estas posibilidades se suma una atractiva ruta alimentaria, que ofrece a los visitantes recorridos por distintos establecimientos con el objetivo de conocer las tradiciones del serranas a través de sabores y aromas. Además, Traslasierras propone un interesante circuito de Turismo Religioso, que encuentra su epicentro en la localidad de Villa Cura Brochero, en donde desarrolló su obra cristiana el párroco José Gabriel del Rosario Brochero; y también desde allí recorrer el Camino del Peregrino, en honor al "Cura Gaucho". También en la localidad de Nono, los visitantes pueden conocer el museo polifacético Rocsen, que alberga más de 22.000 piezas vinculadas a las ciencias, el arte y la tecnología.

Otros lugares recomendados para visitar son el antiguo Camino de las Altas Cumbres, con sus puentes colgantes; el Cerro Champaquí, que es el más alto de la Provincia, y la Quebrada del Condorito, donde anidan los cóndores andinos, ave que se encuentra en peligro de extinción en toda Sudamérica.



## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística de Traslasierras

### MPI

En los principales centros turísticos de la región, el turismo está contemplado en las estructuras orgánicas municipales; en otros, aunque no está formalizado, se realizan acciones en pos del desarrollo turístico. Se evidencia la necesidad de fortalecer la asistencia técnica a los municipios y comunas, desarrollar una planificación integrada a nivel regional y fortalecer la participación y el compromiso del sector privado. Algunas localidades llevan adelante proyectos que buscan la integración regional pero el trabajo en conjunto y la articulación entre las localidades y los diferentes sectores es débil. Todas estas situaciones se manifiestan acentuadas o con particularidades en el Área Noroeste.

### DOT

Si bien la totalidad de la región presenta una marcada identidad y una gran diversidad de recursos naturales y culturales, buena parte de ellos integrados en circuitos turísticos, la oferta turística se manifiesta de manera dispar. Muchos recursos para ser insertados en la oferta turística requieren su puesta en valor (protección legal, accesibilidad, señalización, propuesta de actividades complementarias y otras), como por ejemplo, las actividades productivas regionales (productores

artesanales de miel, cerveza, bodegas, olivo, frutihorticultura y otras). Igual situación presenta la infraestructura y la provisión de servicios generales (red vial, comunicaciones, salud, seguridad y otros) y la oferta de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, información turística), los cuales requieren ser fortalecidos en cantidad y calidad para lograr una mayor competitividad (controles, categorización alojamiento, profesionalización del sector). Con algunas experiencias exitosas, el trabajo integrado de los prestadores privados en general es débil. La legislación actual en materia de espectáculos y producción de alimentos limita la oferta de propuestas culturales de interior y la inserción de los productores locales a las cadenas de valor, como así también la propiedad privada en las sierras dificulta el desarrollo de productos turísticos de senderismo, para lo cual la región posee gran potencial.

### PCDPT

Si bien se reconoce la existencia de productos turísticos en algunas localidades de la región, como el turismo religioso y otros, y la realización de eventos regionales y otras manifestaciones identitarias principalmente gastronómicas, no existe un producto turístico integrado que identifique toda la región, como puede serlo el senderismo. Esta dificultad puede atribuirse a la falta de trabajo en conjunto entre todos los Municipios y Comunas y a la escasa articulación entre el sector público y privado, que también se manifiesta en acciones de promoción desfasadas. Se



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

requiere la implementación de diferentes acciones: el fortalecimiento de las acciones de promoción a través de la innovación y actualización de los medios y canales utilizados (folletería, redes sociales, páginas webs y otros), mejoramiento de las facilidades de pago para los turistas (generalización del uso medios electrónicos), y la optimización de herramientas estadísticas (muy pocas localidades las implementan) para conocer el mercado real y potencial y atenuar la marcada estacionalidad y concentración de la afluencia turística en la región. La carencia de habilitación de muchos actores prestadores de servicios limita los canales de comercialización y la participación en las acciones de promoción integrada con el sector público. El desarrollo turístico actual del Área Noroeste manifiesta características particulares siendo muy reducidas las acciones de promoción conjuntas entre localidades, y entre sector público y privado.

## GCT

El nivel de concientización de la comunidad acerca del valor de los recursos naturales y culturales y el rol del turismo en la economía local es bajo. En los principales centros turísticos se reconoce calidad en algunas prestaciones turísticas; sin embargo a nivel regional no se tiene incorporado el concepto de calidad integral del destino, lo cual se ve evidenciado por ejemplo en la escasa conservación de los ambientes naturales (contaminación, desmontes y otros), el cumplimiento de las normativas

vigentes, la insuficiente capacitación en algunas temáticas. Si bien se realizan acciones de capacitación, no siempre éstas llegan a todos los actores vinculados con el turismo. Asimismo, las acciones de asistencia técnica para fortalecer los planes de negocios son limitadas y muchos emprendimientos no logran desarrollar productos competitivos.

## IT

Se identifica como un aspecto positivo la relación Provincia – Municipio/Comuna, aunque se reconoce la necesidad de realizar inversiones que optimicen la conectividad y otros servicios básicos (cloacas, comunicaciones, transporte, otros). Se identifican como debilidades, entre otras, la falta de información para y sobre inversores interesados en la región, así como también la inexistencia de programas de financiamiento y asistencia técnica a los privados locales y la dificultad en los procesos de habilitación comercial, en particular para los pequeños productores agropecuarios. En el Área Turística Noroeste se requieren inversiones privadas en equipamiento hotelero y gastronómico. Se propone la creación de una red regional para la implementación de inversiones conjuntas.

## Visión Turística 2030 - Región Turística de Traslasierras

El destino Región de Traslasierras posicionado como un corredor turístico sostenible en base a experiencias vinculadas al paisaje natural autóctono (relieve, bosque nativo, hierbas nativas, fauna, cuencas hídricas, salinas, aguas termales) y su patrimonio cultural (arqueológico, histórico, gastronómico, religioso, de eventos, producción regional, agroecológicos), y la calidad y diversidad de sus servicios turísticos; con planificación urbana y territorial respetuosa de la identidad de cada comunidad, gestionado de manera articulada, participativa y sostenible.





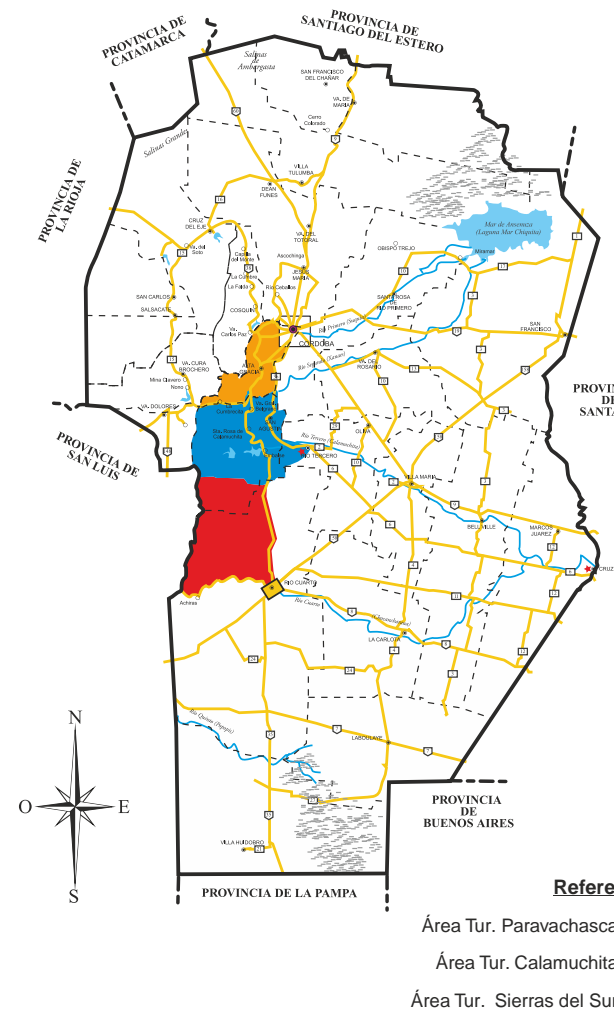
# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## REGIÓN TURÍSTICA DE LOS GRANDES LAGOS



### Región Turística de los Grandes Lagos

Figura 14: Región Turística de los Grandes Lagos



**Fuente:** Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

### Caracterización

- **Área Turística Paravachasca**

El Área Turística Paravachasca se encuentra al suroeste de la ciudad de Córdoba, entre las Sierras Grandes al oeste y las Sierras Chicas al este. Partiendo desde Córdoba capital, se accede a esta área por la RP N° 5.

La ciudad más destacada de esta región es Alta Gracia, que formó parte de un importante asentamiento aborigen y religioso. También se encuentran en esta área una sucesión de pequeñas localidades turísticas, ideales para descansar y respirar aire puro: Anisacate, Villa La Bolsa, La Paisanita y Villa Los Aromos, son los poblados más reconocidos

Paravachasca es un área que se distingue por reunir naturaleza y cultura. El paisaje serrano invita a los turistas a realizar actividades al aire libre como cabalgatas, caminatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas.

La región está atravesada por mansos ríos como el Anisacate, que ofrece a los turistas hermosos balnearios y paradores. Otro lugar recomendado para visitar es el Dique Los Molinos, en el que se puede pescar pejerreyes, carpas y practicar deportes náuticos como windsurf, canotaje, ski acuático y paseos en balsa.

Junto a este atractivo entorno natural, Paravachasca ofrece

# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

un importante patrimonio histórico-arquitectónico. La localidad de Alta Gracia fue elegida por la orden de los Jesuitas para la construcción de un imponente complejo, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Actualmente, en la Estancia funciona el Museo Nacional "Casa del Virrey Liniers", conserva su antigua iglesia y tradicional Tajamar. Además en esta ciudad se encuentran dos museos muy importantes como son el Museo Manuel de Falla y el Museo Ernesto Che Guevara, que despiertan el interés de los interesados en la música y la historia latinoamericana.



## • Área Turística Calamuchita

El área Calamuchita está ubicada al suroeste de la ciudad de Córdoba, limitada por diversos cordones de las Sierras Chicas y las Sierras Grandes. Partiendo desde Córdoba Capital, a esta área se accede por la RP N° 5.

Calamuchita se distingue por su especial combinación de paisajes serranos, arquitectura centroeuropea y una

excelente gastronomía. Esta zona se caracteriza por albergar grandes espejos de agua como el Dique Los Molinos, el Embalse Río Tercero, el Dique Piedras Moras, la Segunda Usina y el Embalse Cerro Pelado, en los cuales es posible practicar deportes acuáticos como navegación a vela y motor, kitesurf, kayak y moto de agua.

Uno de los embalses más destacados de la región es el Embalse de Río Tercero, en donde se conjuga la belleza natural con los avances tecnológicos de las centrales hidroeléctricas y nucleares, ambas generadoras de energía para todo el territorio nacional.

Estos lagos y embalses son alimentados por numerosos ríos que atraviesan todo el territorio; los más visitados durante el verano son El Espinillo, Los Reartes, el río del Medio y el río Santa Rosa, que cuentan con balnearios y paradores muy bien equipados y confortables.

Esta área alberga más de veinte localidades turísticas. Entre el relieve de las montañas, fueron naciendo pintorescas villas serranas, algunas de las cuales aún hoy, conservan su estirpe criolla y colonial. Otras en cambio, fueron creciendo en población hasta convertirse en importantes ciudades con adecuadas infraestructuras de servicios.

Aquellos turistas que visitan el área de Calamuchita, tienen la oportunidad de conocer la ciudad de Santa Rosa, con sus confortables balnearios y paradores; Villa General Belgrano, con su típica gastronomía europea; Villa Berna, con sus bosques de pinos, robles y abedules; Villa Alpina, con su

maravilloso río; La Cumbrecita, con su tradicional arquitectura, Almafuerde con su imponente Dique Piedras Moras; la localidad de Embalse con su lago y su festival de verano, y la ciudad de Río Tercero, con su balneario sobre el río homónimo.

La presencia del Cerro Champaquí, de 2.790 m de altura, incorpora una belleza inigualable al paisaje. Este cerro es el más alto de la Provincia de Córdoba y se ha transformado en uno de los referentes nacionales del turismo aventura, ya que resulta un escenario ideal para la práctica de trekking, cabalgatas, travesías 4x4, rappel y escalada en roca.

Para aquellos interesados en la buena gastronomía, Calamuchita ofrece un sinnúmero de posibilidades para el deleite de los amantes de la buena comida. De hecho, esta área, durante todo el año, es sede de consagradas fiestas y festivales gastronómicos, que rinden homenaje a las tradiciones centroeuropeas; las más destacadas son "La Fiesta de la Masa Vienesa", "La Fiesta del Chocolate Alpino", "La Fiesta de la Cerveza", entre otras.

Calamuchita cuenta con una estructura de servicios de calidad, que incluye hoteles de 2, 3 y 4 estrellas, a los que se suman posadas, cabañas, casas de alquiler y campings. Además, también se distingue por la presencia de antiguas estancias abiertas al público, que han sido refuncionalizadas y transformadas en hoteles boutiques, preparados para poner a sus huéspedes en contacto con la

vida de campo, sin abandonar el confort y la exclusividad.

## • Área Turística Sierras del Sur

El área turística Sierras del Sur está ubicada entre las últimas estribaciones de las sierras grandes y la extensa llanura al sur de la Provincia. Se accede por RN N° 36 hasta la ciudad de Río IV.

Esta región puede ser definida como el encuentro de ambientes rurales y serranos, donde se conjugan diferentes paisajes, tradición y aventura. El entorno natural es ideal para realizar actividades al aire libre y disfrutar de la tranquilidad de los ríos.

Además, las manifestaciones culturales se hacen presentes a cada paso en este territorio. La historia precolombina se plasma a través de pictografías que realizaron, hace cientos de años, los comechingones en el Cerro Intihuasi, considerado como uno de los yacimientos arqueológicos más importantes de la provincia.

Los destinos turísticos más destacados en el área - Río de los Sauces, Alpa Corral, Las Albahacas y El Chacay, entre otros - ofrecen circuitos turísticos para el descanso y la recreación. Cabalgatas, trekking, pesca de truchas y excursiones guiadas, dan lugar al turismo activo, junto a modalidades no tradicionales como el turismo rural y de estancias. La ciudad de Río Cuarto, es el centro de servicios y cultura más importante de la región, dotado de un importante equipamiento e infraestructura de servicios.



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística de los Grandes Lagos

### MPI

Como aspectos positivos, se reconoce la existencia del área turismo en la estructura orgánica en gran parte de los Municipios/Comunas de la región, aunque el trabajo desarticulado y la escasa participación de localidades más pequeñas dificulta la gestión integrada. Se destaca la presencia de la Comunidad Regional Calamuchita, la cual realiza algunas acciones en conjunto como por ejemplo promoción a nivel nacional. Se plantea la necesidad de contar con un referente regional a nivel técnico, (fundamentalmente requerido por el área Sierras del Sur) para poder implementar una política turística integrada. Se observa escasa participación del sector privado en las acciones a nivel regional, como así también en la integración a las acciones del sector público. El marco normativo se encuentra desactualizado frente a las problemáticas actuales; además es desconocido y poco aplicado por los entes públicos y privados.

### DOT

Las principales fortalezas de la región residen en la atractividad de sus recursos naturales (lagos, sierras, bosques, ríos) y culturales (bienes arquitectónicos, históricos, religiosos, manifestaciones artísticas y

productivas), con buena parte de ellos integrados entre sí y conectados por las redes viales, lo que sumado a una oferta variada de servicios turísticos permite la conformación de productos turísticos diversos, algunos ya desarrollados y otras con potencialidad para su desarrollo. Se plantean los siguientes requerimientos para optimizar el desarrollo turístico con una visión integrada de la región: la puesta en valor de algunos recursos (legislación, protección ambiental, accesibilidad, señalética); la planificación de actividades complementarias; la mejora en los servicios básicos en algunas localidades, la diversificación en la oferta de servicios turísticos (alojamiento y otros); el aprovechamiento de la infraestructura para turismo social y el ordenamiento de los perilagos (banquinas, paradores, otros).

### PCDPT

Se reconoce la existencia de productos turísticos diversos y la realización de acciones de promoción a nivel provincial y nacional. Sin embargo se identifica como principal debilidad la escasa articulación entre los diferentes actores del turismo y como consecuencia, la inexistencia del concepto de región integrada que posibilite la implementación y planificación de acciones conjuntas. Se requiere la actualización de las estadísticas para conocer el mercado potencial y de herramientas tecnológicas innovadoras para la comercialización y promoción de la oferta turística existente, a lo que se debería sumar una mayor

concientización de las poblaciones locales sobre la actividad turística y sus implicancias. Muchas localidades pequeñas no cuentan con una propuesta turística que las identifique y les permita insertarse en la promoción regional, lo que produce una fuerte concentración de la demanda en los centros turísticos consolidados.

### GCT

En los principales centros turísticos de la región se reconoce compromiso con brindar servicios de calidad y con dar calidad al destino (capacitación de recursos humanos, institutos terciarios de formación en turismo, acciones de sensibilización de la población y otras). Las acciones de capacitación son consideradas insuficientes, cerradas y focalizadas en algunos rubros específicos, lo que se evidencia en una débil comunicación entre los diferentes niveles del sector público (Provincia-Región-Municipios/Comunas), y entre éste y el sector privado. Existe escaso estímulo del sector público para la profesionalización en el sector privado, para la implementación de las normas de calidad, el uso de nuevas tecnologías, y para la mejora de las condiciones de seguridad e higiene en algunas prestaciones de servicios turísticos.

### IT

En términos generales se visualiza una tendencia creciente en las inversiones públicas (infraestructura vial, aumento de

cartelería, ampliación de la red eléctrica, otras) las cuales aún son insuficientes, sobre todo en algunas localidades más pequeñas. Se identifica intención de inversión privada en la región, aunque por la falta de información, control, incentivos, trabajo articulado, y sobre todo por la inexistencia de un marco normativo común a la región, proliferan prestadores de servicios que producen impactos desfavorables.



## Visión Turística 2030 Región Turística de los Grandes Lagos

La Región de los Grandes Lagos posicionada como un destino turístico multiproducto, en base a la atractividad de su paisaje natural (sierras, lagos, bosques, ríos), su patrimonio cultural (arquitectónico, histórico, religioso y gastronómico) y la calidad y diversidad de sus servicios turísticos, planificado y gestionado de manera articulada, accesible, y sostenible, que contribuye a la mejora calidad de vida de sus habitantes.

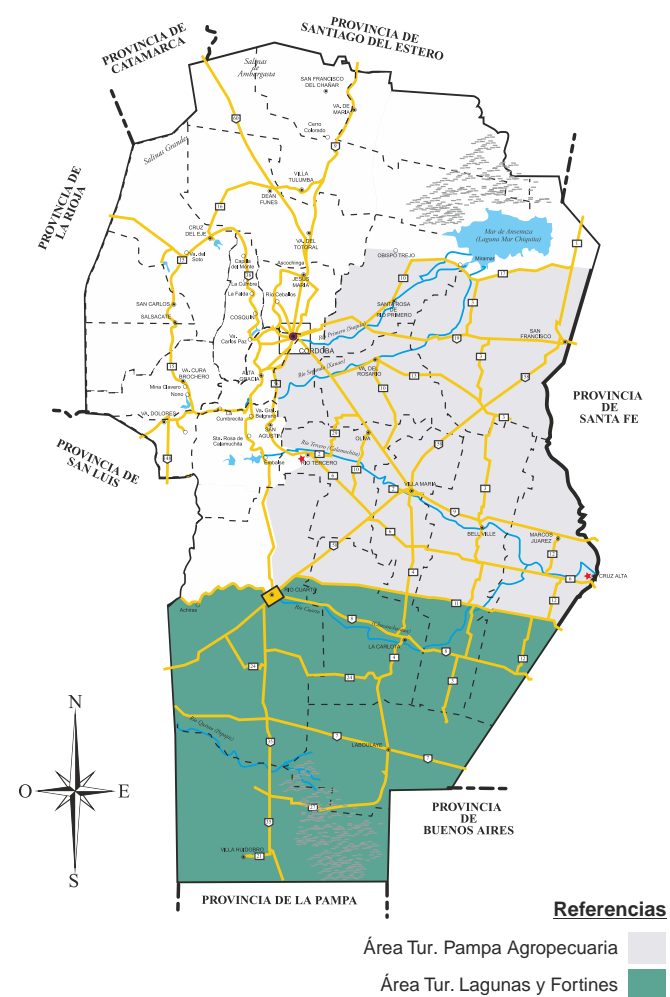


# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## REGIÓN TURÍSTICA DE LA LLANURA

### Región Turística de la Llanura

Figura 15: Región Turística de la Llanura



Fuente: Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

### Caracterización

- **Área Turística Pampa Agropecuaria**

El este de la Provincia de Córdoba, diferenciándose del resto del territorio provincial, se extiende a través de un vasto territorio con extensos campos dedicados a la producción agropecuaria que también se combina con el dinamismo de un importante sector agroindustrial. Comunican esta región con la ciudad capital, dos importantes rutas: la RN N° 19 al norte y la R N° 9, más al sur, donde se suceden importantes ciudades que evidencian sus costumbres y tradiciones rurales.

Su relieve es de llano a ligeramente ondulado y posee un clima benigno y templado, lo cual la transforman en una zona agrícola y ganadera por excelencia. La economía agrícola se basa en el cultivo de trigo, maíz, girasol y soja, entre otras. También se desarrolla en la región la actividad ganadera – bovina y ovina.

La provincia participa de la estructura productiva pampeana que la inserta en el comercio de granos y carnes para el mercado nacional e internacional. Por otro lado, se fue desarrollando un importante sector industrial, donde se destacan la industria láctea y de oleaginosas, la metalurgia y la agroindustria. Los principales centros de la región son Villa María, San Francisco, Arroyito, entre otros.



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

La ciudad de Villa María es un punto neurálgico de desarrollo económico, con una ubicación estratégica y una amplia oferta académica que la transforma en un nodo mediterráneo de acceso a la formación y al conocimiento para los jóvenes del centro del país. En el aspecto industrial, es una de las más importantes cuencas lecheras del país, además cuenta con industrias agropecuarias, metalmecánicas, alimenticias y tecnológicas.

La ciudad combina edificios que conservan sus valores arquitectónicos y culturales con un importante crecimiento de modernas construcciones. Villa María ofrece opciones todo el año, con servicios, esparcimiento y atractivos para el disfrute de toda la familia: la costanera sobre la margen del río Citalamuchita con amplios espacios verdes, un lago y el anfiteatro municipal y los circuitos turísticos que permiten adentrarse en su rica historia, también en sus productos elaborados.

El Festival Nacional de Peñas que se realiza todos los años en el mes de Febrero, único en su tipo dedicado a la música folclórica, al humor, el rock y también el cuarteto, es de gran convocatoria a nivel nacional.

Otra ciudad importante en la región es San Francisco, paso obligado en la comunicación entre las provincias de Córdoba y Santa Fe, abre la puerta al litoral argentino. Es interesante visitar en esta ciudad, los diferentes parques y paseos con amplias arboledas, sitios ideales para realizar

caminatas y otras actividades recreativas al aire libre. La ciudad de San Francisco es reconocida por el Parque Industrial, emplazado allí el cual se constituye en un importante polo industrial y productivo para la provincia.

La ciudad de Arroyito es otro de los destinos de la región, donde naturaleza y cultura se combinan para ofrecer al visitante la posibilidad de disfrutar actividades al aire libre en las diferentes plazas o visitar sus museos, monumentos e iglesias. La ciudad es reconocida como la más dulce del país, precisamente por contar con la fábrica Arcor, que también da lugar al desarrollo del turismo industrial en esta ciudad.



## • Área Turística Lagunas y Fortines

Esta área debe su nombre al emplazamiento de diferentes fortines (el primero en 1752), que dan cuenta del recorrido histórico y del poblamiento de esta región, además de la

presencia de lagos y lagunas con ejemplares de fauna acuática en sus orillas.

El área abarca un territorio al sur de la Provincia de Córdoba que tiene como carreteras troncales las RN N°7 y RN° 8, y una red de caminos provinciales que vinculan las diferentes localidades: La Carlota, Laboulaye, General Levalle, Villa Huidobro, Del Campillo, Vicuña Mackena, entre otras.

Presenta sus atractivos turísticos en un amplio espacio con riachos, bañados y lagunas. Junto con ello, los campos sembrados con trigo, alfalfa y otros cultivos ofrecen paisajes particulares, que posibilitan realizar prácticas turísticas diferentes, como el turismo rural, el agroturismo, la observación de aves, la caza o pesca deportiva, safaris fotográficos, entre otros.

Las localidades de Laboulaye y La Carlota, entre otras, posibilitan la estadía en la región para disfrutar del campo y sus ambientes singulares, ya que brindan servicios en establecimientos rurales revalorizados para el alojamiento de los visitantes, donde a la vez se pueden realizar actividades como yerras, domas y otras.

En esta zona hay gran cantidad de lagos y lagunas, espejos de agua rodeados de frondosa vegetación y variada fauna. Dentro del conjunto de lagunas se destacan La Brava, a unos 15 km de la ciudad de La Carlota; la Chanchera, ubicada sobre la RP N° 4 entre La Carlota y Laboulaye; la

Margarita, emplazada a 30 km. de Jovita; Laguna Oscura y Wenceslao Paunero en la zona de Onagoity, Washington y La Felipa, a 12 km. de Ucacha, que es una reserva natural con importante presencia de aves acuáticas.



## Diagnóstico Turístico 2018 - Región Turística de la Llanura

### MPI

Se remarca la ausencia de espacios institucionales destinados al turismo en los organigramas municipales (excepto Villa María), aunque se identifican algunas asociaciones profesionales y otras que llevan a cabo diferentes proyectos vinculados al aprovechamiento de los recursos que las localidades poseen. Se requiere la acción de un director regional que promueva el vínculo con la ACT SEM y la coordinación entre las diferentes localidades del área/región, y fortalezca el trabajo conjunto entre el sector

# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

público y privado para la conformación de un corredor turístico regional y la integración del turismo a las economías regionales revalorizando la producción local. Asimismo, se requieren estrategias para informar y dar participación a los sectores interesados en el desarrollo turístico sostenible.

## DOT

Se reconoce la existencia de atractivos con potencialidad para su desarrollo y aprovechamiento actual y futuro, como lagunas, cuencas hídricas, ambientes naturales, festividades y otras vinculadas a la identidad local; costaneras y sus facilidades complementarias, el circuito agropecuario, el circuito cultural, eventos deportivos, tradicionalistas (El Arañado) y musicales, la Reserva Laguna La Felipa, el recorrido de la industria láctea y rural y otras complementado por la ubicación estratégica, la buena accesibilidad (rutas nacionales y provinciales) y conectividad. Asimismo, se identifican algunos aspectos que dificultan el aprovechamiento turístico de estos recursos como el bajo estado de conservación; la falta de señalización, instalaciones e infraestructura (transporte, telecomunicaciones y servicios bancarios digitales); carencias en información y promoción (folletería); y la insuficiente oferta de servicios turísticos, fundamentalmente propuestas recreativas, a excepción de Villa María que cuenta con una oferta variada de servicios de alojamiento y gastronomía. Se requieren acciones para

lograr una mayor inserción de los pequeños productores agropecuarios en la oferta turística.

## PCDPT

En términos generales se reconocen como principales fortalezas de la región la ubicación estratégica; la presencia de atractivos y recursos turísticos con potencialidad para conformar productos turísticos vinculados con la naturaleza, las artesanías, festividades, las actividades productivas y otros; y la existencia de múltiples medios para realizar acciones promocionales. A la vez, se remarca la inexistencia de datos sistematizados de oferta y demanda turística en la región, de acciones conjuntas de promoción integradas, y de estrategias para promover la colaboración y coordinación intersectorial y entre localidades. Para lograr el posicionamiento de la región en el contexto turístico provincial, se requieren las siguientes acciones, que hasta el momento dificultan el desarrollo de la actividad turística: la puesta en valor de algunos recursos, la propuesta de actividades para potenciar las producciones locales, el diseño de circuitos turísticos que integren el patrimonio local, mayores acciones de promoción y la incorporación de medios tecnológicos para la comercialización de productos y servicios.

## GCT

Se reconoce que no existe en la región un enfoque integral de la calidad del destino. En general, la población no tiene incorporado el turismo como posible actividad productiva a desarrollar. Esto se evidencia en cuestiones como la falta de profesionales capacitados (especialmente guías), la no aplicación de los sistemas de calidad, y la falta de criterio de calidad para la selección de recursos humanos afectados a la actividad. Se plantea la necesidad de estandarizar y controlar la prestación de servicios y la calidad de la oferta, contar con personal profesionalizado en todos los rubros, y sensibilizar a la población sobre el valor del patrimonio local y la importancia de su aprovechamiento turístico para la economía regional. Se requiere el compromiso colectivo para una mayor capacitación en el sector privado y la integración de todos los sectores.

## IT

Aunque se reconoce la existencia de capital y posibles inversores, se requiere fomentar la inversión privada desde los municipios, con exenciones, inversiones en transporte e infraestructura (caminos rurales y algunas rutas nacionales y provinciales), e información actualizada. Se identifica la necesidad de orientar las inversiones para el aumento de la capacidad de retención del visitante en la región, a partir del desarrollo de servicios de alojamiento y recreación. Para el logro de estas acciones, se remarca la necesidad de

articulación entre los diferentes Municipios y Comunas de la región.

## Visión Turística 2030 - Región Turística de la Llanura

La Región de la Llanura posicionada como un destino turístico competitivo en base a una variedad de experiencias vinculadas al paisaje nativo y rural, la identidad cultural pampeana (historia, religión, deportes, educación, arquitectura, gastronomía), las actividades productivas de base (agropecuarias e industriales), y la calidad y diversidad de sus servicios turísticos; gestionado de manera articulada, participativa y sostenible.



# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

## 3.2 DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO PROVINCIA DE CÓRDOBA

### Diagnóstico Turístico Provincial 2018

A partir de los **diagnósticos turísticos 2018** de cada una de las regiones turísticas se elabora el presente diagnóstico turístico provincial 2018 que de manera integral expresa las fortalezas, oportunidades y elementos condicionantes del desarrollo turístico sostenible en la Provincia de Córdoba.

La potencialidad turística de la Provincia de Córdoba se asienta en la singularidad y diversidad de paisajes por su relieve, su rica hidrografía, su gran biodiversidad y las bondades de su clima; y en su importante y variado patrimonio cultural, de amplia distribución territorial.

Más allá de la distribución homogénea de sus recursos y atractivos, el desarrollo turístico expresado en la existencia de organismos de gestión, equipamiento y servicios específicos, se concentra fuertemente en los principales centros urbanos y en algunos corredores turísticos consolidados, configurándose en una relevante actividad socio productiva en contribución al producto bruto geográfico provincial con importantes impactos ambientales, socioculturales y económicos.

Su ubicación estratégica y contar con un hub aéreo nacional e internacional con más de 550 vuelos semanales, sumado

a las acciones vinculadas con el mejoramiento y mantenimiento de la red vial, facilitan el arribo y la distribución de visitantes en el territorio provincial. Los servicios de infraestructura básica (gas, electricidad, agua y otros) evidencian amplia cobertura y calidad de prestación en buena parte del territorio provincial y continúan su expansión.

Sin embargo, la principal problemática en materia de infraestructura y servicios generales está representada por la escasa cobertura del sistema de cloacas y la ineficiencia del sistema de tratamiento de residuos sólidos, que generan significativas consecuencias ambientales. En materia de capital social básico se requiere optimizar la cobertura del sistema transporte, como así también los servicios financieros digitales y la conectividad a internet, entre otros.

En términos de servicios turísticos específicos, la provincia cuenta con una amplia y variada oferta de servicios de alojamiento, de gastronomía y de comercios turísticos. La oferta de agencias de viajes receptoras y oficinas de información turística es limitada, lo cual dificulta la distribución de los flujos turísticos y la capacidad de retención de los visitantes. Todos estos servicios requieren de mejoras en las condiciones de prestación para alcanzar niveles de calidad conforme a las necesidades e intereses de la demanda real y potencial, y adecuarse a los criterios de sostenibilidad.

Asimismo, considerando la importancia del recurso humano en la prestación del servicio, la provincia cuenta con instituciones de formación en turismo y con oferta de capacitación en diversas temáticas vinculadas al turismo; sin embargo se hace necesario fortalecer las acciones de capacitación de los prestadores de servicios turísticos para favorecer la inserción laboral y alcanzar una mayor profesionalización del sector.

A pesar de que existen prestaciones de servicios de calidad en algunas regiones y en rubros específicos, las cuestiones anteriormente mencionadas inciden de manera desfavorable en la calidad integral de los destinos turísticos, lo cual afecta el grado de satisfacción de la experiencia del visitante.

La provincia de Córdoba se encuentra bien posicionada entre los destinos del mercado nacional, de donde proviene casi la totalidad de sus visitantes, 7.486.618 para la temporada 2017/2018. Respecto al mercado internacional existe una fuerte demanda de turismo idiomático y de reuniones concentrado en la Ciudad de Córdoba.

La tendencia de arribos es creciente a partir del desarrollo de destinos que combinan paisaje y cultura, y diferentes festividades, con fuerte estacionalidad y una estadía promedio de 4,2 noches de promedio, verificando así la tendencia mundial de un turismo itinerante y de excursionismo.

El Gobierno de la Provincia orienta el desarrollo de la actividad a través de un profuso marco normativo y la acción de la ACT SEM, con políticas de fuerte incidencia en el territorio y la demanda, que requieren ampliar su alcance integrando a los diferentes organismos y sectores involucrados en el desarrollo turístico, principalmente a los Municipios y Comunas con menor grado de desarrollo.

En la provincia existen destinos turísticos emergentes y en desarrollo en los que la representación del turismo en las estructuras orgánicas de Municipios y Comunas es limitada, comúnmente junto a cultura y/o deporte, requiriendo jerarquización, profesionalización y mayor financiamiento.

También existen numerosas localidades en las que el valor turístico de su patrimonio no es considerado por los gobiernos locales, y no incorporan al turismo en sus organigramas aun cuando las actividades productivas de base, generalmente agropecuarias, manifiestan potencialidad para ser incorporadas a la oferta turística de manera sostenible.

En materia de instrumentos de planificación turística la provincia cuenta con el PETS 2006, mientras que en la escala regional existen algunas experiencias con limitada continuidad en la ejecución, y en la escala local se cuenta con planes de desarrollo con diferentes grados de impacto. Todos ellos requieren potenciar su etapa de implementación fortaleciendo la articulación a nivel regional.

# 3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA

Más allá de algunas iniciativas de articulación entre los actores de las organizaciones sociales y del sector privado, en las localidades en las que el turismo no es la actividad productiva de base, la mayor parte de la población no es consciente del potencial de su patrimonio local, ni conoce la incidencia del turismo en las economías locales y regionales. Esto representa limitados niveles de participación y articulación entre los actores locales y provinciales a la hora de llevar adelante acciones en pos del desarrollo turístico.

Si bien el destino Córdoba está posicionado en el mercado nacional e internacional con una diversidad de productos turísticos sustentados en los valores de su patrimonio natural y cultural, se hace necesaria la incorporación de productos turísticos innovadores y sostenibles que en base a los atractivos y recursos vinculados a la identidad natural y cultural promuevan la integración regional.

Las acciones promocionales del destino Córdoba y sus productos implementadas por la ACT SEM son variadas y de amplio alcance; sin embargo se requiere la incorporación de nuevas tecnologías y la mejora en la articulación, integrando a los organismos locales y a los prestadores de servicios turísticos medianos y pequeños.

En materia de inversiones privadas existen destinos con sectores saturados y de alta presión tributaria como el alojamiento. Asimismo, se presentan nichos de inversión

vacíos principalmente en lo que refiere a equipamiento e instalaciones para actividades recreativas. Si bien existen acciones de sistematización de información para inversores, se requiere direccionarlas y ampliar su alcance considerando oportunidades para la integración de pequeños inversores locales.

En la actualidad existen inversiones públicas y privadas vinculadas al crecimiento urbano y al desarrollo productivo agropecuario, industrial y turístico que, por cambios en el uso de suelo y generación de residuos entre otros factores, impactan desfavorablemente en los recursos naturales que conforman los productos turísticos de la provincia, afectando su capacidad de brindar servicios ecosistémicos de relevancia para la actividad turística y la calidad de vida de las comunidades locales.

Cabe destacar también que en algunas localidades el surgimiento de nuevos emprendimientos turísticos y el asentamiento de inversores no residentes genera disrupciones en la identidad local, provocando conflictos entre los miembros de la comunidad. Tanto los impactos naturales como culturales y económicos de la actividad turística requieren acciones de medición que permitan su monitoreo.

Finalmente, el destino turístico Córdoba encuentra un marco propicio para el aprovechamiento de las oportunidades que brinda el escenario socio político

nacional, regional e internacional del Siglo XXI y la creciente demanda de nuevas experiencias por parte de los turistas, que impone la necesidad de adaptarse a los desafíos tecnológicos, innovar y generar conocimiento para consolidar su posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

## Visión del Destino Turístico Córdoba 2030

Considerando los factores condicionantes del turismo en la provincia, las proyecciones de la actividad y los desafíos futuros, y a los fines de fortalecer la sostenibilidad de su desarrollo, a continuación se expresa la Visión del Destino Turístico Córdoba 2030.

**El turismo en la Provincia de Córdoba, motor de las economías regionales y generador de empleo, que contribuye a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.**

**La Provincia de Córdoba, un destino turístico sostenible, competitivo y de calidad, gestionado de manera articulada y participativa, posicionado en el mercado nacional e internacional, con diversidad de productos turísticos innovadores que posibilitan experiencias satisfactorias durante todo el año.**





4.

DISEÑO ESTRATÉGICO  
Y OPERATIVO





# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



## 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO

A partir de las *Ideas Fuerza* emergentes en cada región turística se inicia la etapa de Propuesta del Plan mediante el diseño estratégico, el cual comprende el planteo de los objetivos estratégicos y la formulación de líneas de acción y las acciones a implementar surgidas de dichos objetivos.

La revisión, integración y síntesis de las *Ideas Fuerza* regionales constituye un insumo clave para la formulación de acciones a escala provincial y para la elaboración de los planes regionales.

### Esquema de la etapa de propuesta

#### DISEÑO ESTRATÉGICO



#### DISEÑO OPERATIVO





# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



## 4.1 IDEAS FUERZA POR REGIÓN TURÍSTICA



### REGIÓN TURÍSTICA DEL MAR DE ANSENUZA

#### Área Turística Mar de Ansenúa

- Incorporación de Director Regional ACT SEM con agenda de trabajo mensual.
- Conformación de Mesa de Trabajo Regional de Turismo con representantes regionales y articulación con ACT y demás organismos provinciales.
- Elaboración de un plan de turismo regional.
- Emplazamiento de oficinas de información turística con sus respectivos responsables en todas las localidades de la región.
- Mejoramiento de la infraestructura y los servicios básicos.
- Emplazamiento de señalética con identidad regional.
- Desarrollo de productos turísticos integrados y sostenibles vinculados a la naturaleza, la cultura y a las actividades productivas regionales con el objetivo de atenuar la estacionalidad.
- Realización de estudios de mercado con el objeto de captar otros perfiles de demanda (nacional e internacional).
- Mejoramiento de la calidad de servicios en toda la región. Ordenamiento y control de las prestaciones. Inserción laboral de los profesionales formados.

- Concientización a la comunidad sobre el desarrollo del turismo sostenible.
- Fomento de las inversiones en el sector privado, acceso a créditos para micro emprendedores.
- Apoyo a la creación del espacio protegido Ansenúa.



### REGIÓN TURÍSTICA DE LA HISTORIA

#### Área Turística Sierras Chicas – Área Turística Norte

- Fortalecimiento de la participación y articulación entre todos los actores regionales.
- Conformación de Mesas de Trabajo regionales para la gestión, planificación y promoción integradas con ACT SEM y otros organismos provinciales.
- Emplazamiento de oficinas de información turística con sus respectivos responsables en todas las localidades de la región.
- Desarrollo de normativas para el ordenamiento territorial ambiental, conservación del patrimonio, regulación de inversiones, entre otras.
- Sensibilización y formación de la comunidad a nivel regional, integrada a las políticas educativas.
- Desarrollo y mejoramiento de infraestructura y servicios básicos, bancarios, digitales y otros con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.
- Emplazamiento de señalética con identidad regional.

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



- Desarrollo de una agenda cultural integrada regionalmente que promueva la identidad serrana rural.
- Desarrollo de productos de turismo deportivo, turismo gastronómico, ecoturismo, golf y polo.
- Realización de estudios de mercado con el objeto de segmentar la demanda para la oferta de productos turísticos y acciones promocionales.
- Mejoramiento de la calidad de servicios en toda la región. Ordenamiento y control de las prestaciones. Inserción laboral de los profesionales formados. Capacitación de recursos humanos conforme a necesidades específicas. Fomento de la asociatividad.
- Ordenamiento y direccionamiento de la inversión privada. Acompañamiento a emprendedores para viabilizar trámites de financiamiento, créditos y otros.

patrimonio natural, académico y religioso, y el ordenamiento del paisaje urbano.

- Ordenamiento del transporte: tarifas de taxis en aeropuerto; sistema de pago y frecuencia de aerobús; frecuencia y costo del transporte en el área central; obleas-permisos para transporte receptivo en zona centro; conectividad aérea con el interior provincial.
- Diversificación de la oferta turística mediante el desarrollo de productos vinculados al patrimonio académico (Universidades), el patrimonio natural (Distrito Verde, Reserva San Martín y otros), puntos panorámicos, y atractivos del área metropolitana, con foco en la accesibilidad.
- Desarrollo de nuevos productos para nuevos mercados nacionales e internacionales con acciones de promoción específicas que incluyan atributos clave de la ciudad (entre ellas la conectividad) e integren al sector privado.
- Fortalecimiento del Observatorio Turístico municipal, trabajo articulado con el sector privado. Estudios para la identificación de nuevos mercados.
- Mejoramiento de la calidad integral del destino. Concientización de los prestadores turísticos sobre la importancia de la calidad y las implicancias de la sostenibilidad económica, ambiental y sociocultural del turismo. Fomento a la adhesión de las certificaciones B.
- Concientización de la comunidad en el valor del turismo sostenible con contenidos regionalizados para la escuela primaria y media, con foco en el cuidado del espacio público.
- Fomento de la inversión privada con criterios de sostenibilidad.
- Fijación de objetivos de inversión para pequeños emprendedores y también para grandes inversores.
- Incorporación de los pequeños productores artesanales a las cadenas de valor locales que promueve el turismo, brindando también apoyo financiero.



## REGIÓN TURÍSTICA DE LA CAPITAL

### Área Turística Capital

- Fortalecimiento de la articulación vertical (Nación, Provincia, Municipio), y horizontal entre los diferentes sectores vinculados al turismo en toda la ciudad.
- Planificación participativa integrada (público-público, público-privada) que promueva la sostenibilidad, la conservación del



# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



## REGIÓN TURÍSTICA DE LA PUNILLA

### Área Turística Punilla

- Desarrollo de la figura “Corredor Ecoturístico Sostenible Punilla”, con planificación integral intersectorial a través de mesas de trabajo regionales que posibiliten el intercambio de experiencias.
- Fortalecimiento de la articulación y la participación comunitaria a través de un ente turístico regional mixto público – privado que informe, dé lugar a las decisiones de la comunidad y respete las identidades locales.
- Creación de comités de cuencas y desarrollo de áreas protegidas en cada municipio.
- Sensibilización a los actores del sector público acerca de la importancia del turismo en el sistema socio-productivo regional y su relación con el ambiente.
- Concientización de la comunidad a través del sistema educativo acerca de la importancia de la actividad turística, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales en la región y el tratamiento de los residuos líquidos y sólidos.
- Emplazamiento de oficinas de información turística en todas las localidades, con herramientas e información actualizada sobre todo el corredor.
- Actualización de la legislación con criterios regionales unificados en materia de ordenamiento territorial ambiental, desarrollo urbanístico, conservación de paisaje y cuencas, inversiones, aspectos impositivos, otros.

- Puesta en valor de los recursos culturales locales (ej., museos como espacios de conservación) con el objeto de diversificar la oferta turística regional.
- Fortalecimiento de la identidad cultural local: promoción de la gastronomía local, potenciación de las festividades locales – diseño del calendario regional de eventos.
- Apoyo al desarrollo de actividades recreativas que aumenten la capacidad de retención: prestadores de turismo alternativo.
- Fortalecimiento del aprovechamiento de la infraestructura de transporte existente a nivel regional articulando los servicios locales: Camino del Cuadrado, Tren de las Sierras, aeroclubes locales, transporte urbano. Transporte turístico a lo largo del corredor. Revalorización del Tren de las Sierras como transporte público y turístico ampliando su alcance territorial y frecuencias.
- Mejoramiento de la accesibilidad integral en cada atractivo y del destino en general.
- Desarrollo de señalética integrada a nivel regional.
- Mejoramiento de la disponibilidad de servicios financieros digitales y ampliación de los horarios de atención en rubros y servicios básicos.
- Apoyo a micro emprendedores locales y fortalecimiento de redes comerciales que promuevan el desarrollo local. Promoción de la producción artesanal y orgánica
- Desarrollo de circuitos educativos recreativos ambientales con geolocalización de eco-puntos.
- Creación de un observatorio turístico regional con criterios unificados para la identificación de mercados reales y potenciales, cuya información se comparta con privados a los fines de articular las acciones de promoción en tiempo real.
- Fortalecimiento de la capacitación y formación de los recursos humanos regionales. Ampliación del alcance de las capacitaciones.
- Aplicación y certificación de normas internacionales de sostenibilidad, y desarrollo de normas de calidad que preserven la identidad local y regional.
- Incentivo a prestadores de servicios turísticos sostenibles: eco-construcción, usos de energías alternativas, tratamiento de residuos, otros.
- Fijación de políticas de promoción impositiva para direccionar las inversiones, regular las inversiones golondrinas.
- Realización de estudios de proyección turística, demográfica y ambiental para determinar prioridades de inversión en infraestructura y estructura turística: cloacas, saneamiento del dique San Roque y sus cuencas, tratamiento de residuos, restauración del monte nativo, otros.
- Desarrollo de guía de inversiones actualizadas anualmente (mínimo) y creación de dependencias específicas para orientar a posibles inversores.

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



## REGIÓN TURÍSTICA DE TRASLASIERRAS

### Área Turística Noroeste – Área Turística Traslasierras

- Creación de un ente regional público-privado interdisciplinario y multisectorial para la planificación y gestión del turismo, con funciones de asesoramiento técnico a municipios y comunas. Creación de espacios de participación local con participación interactoral.
- Ordenamiento territorial regional y planificación urbana para controlar el desarrollo urbanístico que afecta el monte nativo, el paisaje y la identidad local.
- Articulación entre entes de turismo, ambiente y cultura en municipios y comunas, con poder de policía.
- Difusión y apertura de las acciones para el fortalecimiento de la articulación público-privada.
- Creación de la Región Noroeste como destino turístico independiente del Área Traslasierras.
- Creación de Casa de Traslasierras en Córdoba Capital.
- Elaboración de protocolo para la presentación de propuestas turísticas integrales en los municipios y en ACT SEM.
- Implementación, mayor información y control del cumplimiento de las normativas ambientales.
- Desarrollo de normativa de protección y puesta en valor del patrimonio natural y cultural: patrimonio arqueológico, Dique La Viña, Pichanas, Cruz del Eje, PN Traslasierras, otros.

- Mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos (señalética, transporte, red vial, conectividad digital, servicios bancarios digitales, cobertura telefónica, otros), en particular en el Área Turística Noroeste.
- Promoción y fortalecimiento de festivales y eventos integrados a nivel regional: Festival de Jazz, Hierbas medicinales, otros. Diseño de calendario unificado de eventos regionales y desarrollo de propuestas artísticas para distribuir temporalmente, desconcentrar espacialmente la afluencia turística y atenuar la estacionalidad.
- Mayor desarrollo del turismo cultural vinculado especialmente a lo histórico.
- Desarrollo y consolidación de productos turísticos vinculados al aprovechamiento sostenible del monte nativo: senderismo, hierbas medicinales, cultivos biodinámicos, viveros, producción orgánica, otros.
- Apoyo al desarrollo de actividades de turismo alternativo: profesionalización de guías y prestadores de turismo alternativo, mejoramiento de la infraestructura básica y equipamiento y los servicios de rescate. Facilitar el acceso a las sierras para el desarrollo de actividades de senderismo.
- Desarrollo de información estadística accesible a privados para la captación de mercados específicos.
- Implementación de programa “compre local” para fortalecer la economía regional promoviendo la identidad. Aplicación de los criterios de sostenibilidad a todos los productos, servicios y procesos vinculados al turismo
- Concientización de la comunidad local y de los prestadores de servicios turísticos sobre las implicancias del desarrollo del turismo: el valor de los recursos naturales y culturales y su aprovechamiento sostenible y sobre la necesidad de aplicación de criterios de sostenibilidad a todos los productos y servicios vinculados al turismo.
- Apoyo técnico y financiero a emprendedores y pequeños productores locales con el objeto de regularizar los emprendimientos y promover la sostenibilidad. Difusión de las oportunidades para inversión. Capacitación en valor agregado para pequeños productores locales.



# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



## REGIÓN TURÍSTICA DE LOS GRANDES LAGOS

### Área Turística Paravachasca – Área Turística Calamuchita – Área Turística Sierras del Sur

- Ampliación de límites de la regionalización y generación de imagen turística integradora con logotipo y slogan propio.
- Mejoramiento de la comunicación nación-provincia-región-municipios/comunas. Acceso al documento del plan vía web.
- Continuidad, agilidad e integración en los procesos de planificación integrada Nación-Provincia-región-Municipios/Comunas.
- Ordenamiento territorial continuo con participación diversa.
- Mayor apoyo técnico operativo a nivel local/regional para el desarrollo del corredor del Área Sierras del Sur.
- Mejoramiento/apoyo a la capacidad técnica de los organismos de turismo locales.
- Referentes/coordinadores técnicos con participación en los entes regionales y agenda integral.
- Diseño de formularios unificados para la presentación de propuestas de desarrollo turístico.
- Fortalecimiento de la participación y articulación público-privada y privada-privada con agendas de trabajo. Articulación entre organismos de turismo-cultura-ambiente y entre éstos y los privados.
- Declaración de "municipio/comuna/región turística" con evaluación de impactos de la actividad, y desarrollo de normativa de protección patrimonial integral a nivel regional, y de atributos vinculados a la identidad local.

- Apoyo técnico y financiero para la aplicación y control de la legislación vigente por parte de cada Municipio /Comuna.
- Remediación ambiental: saneamiento del lago y cuencas hídricas, gestión de residuos sólidos y líquidos. Normativa para el ordenamiento de uso turístico de arroyos y lagos, perillagos, espacios públicos, estacionamientos y paradores.
- Difusión en sector privado de la normativa de Accesibilidad, Recursos Hídricos, Ley de Ambiente y otras herramientas para el desarrollo sostenible (Estudios de Impacto Ambiental, Capacidad de Carga, Códigos de edificación).
- Mejoramiento de infraestructura vial, conectividad aérea, servicios generales, telecomunicaciones, servicios bancarios digitales, y equipamiento para la recepción de turistas.
- Diseño de señalética común que permita delimitar y realzar los atractivos y la esencia de la región y sus áreas.
- Conservación del patrimonio natural: estética de lagos, contaminación visual, protección paisajística.
- Difusión de las acciones de prevención y de seguridad para que los turistas realicen un adecuado uso de los recursos.
- Apoyo a la creación de áreas protegidas locales, integradas a nivel regional y apoyo a museos e instituciones de promoción cultural locales.
- Desarrollo de rutas y productos turísticos con base en la producción local: vitivinícola, olivícola, caprina, y otros, con promoción integrada. Creación de propuestas de turismo alternativo, ecoturismo, gastronómico y de eventos orientados a un perfil de turista consciente.
- Promoción de atractivos y eventos para atenuar la estacionalidad y prolongar la estadía del visitante. Organización de agenda de eventos articulada por área y región, con promoción integrada y actualizada. Diseño de un evento regional rotativo entre las localidades de cada área/región. Creación de nodos culturales para la formulación y coordinación de propuestas areales /regionales
- Difusión de los instrumentos de promoción para facilitar su utilización por parte de privados y municipios / comunas.
- Fortalecimiento del posicionamiento de las marcas de la región y sus áreas turísticas.
- Distribución de los flujos turísticos hacia localidades emergentes, contribuyendo a la generación de una imagen de destino propia.
- Investigación con indicadores en el sector público y privado para obtener información del comportamiento del mercado.
- Ordenamiento de los servicios de transporte, gastronómico, alojamiento (en particular extra hotelero) en cada localidad.
- Estímulo a la compra de productos locales especialmente por parte del sector gastronómico.
- Reconocimiento y promoción de prestadores de servicios turísticos sostenibles y accesibles. Etiquetas verdes.
- Concientización al pequeño/mediano emprendedor privado acerca del impacto de la actividad turística sobre el ambiente y sobre la necesidad de implementación de energías alternativas y nuevas tecnologías en la prestación de servicios turísticos.

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO

- Concientización, formación y apoyo técnico financiero a privados y sector comunitario en protección del ambiente, accesibilidad, impacto del turismo en la economía local y calidad integral del destino turístico.
- Mayor difusión y distribución de propuestas de formación públicas y privadas para forjar la vocación turística, comercial y empresarial. Programas educativos que desde los diferentes niveles de la educación formal promuevan el conocimiento y apropiación del entorno. Regionalización de contenidos.
- Normativa y control de emprendimientos temporarios/golondrina.
- Retribución al sector privado por capacitación e inclusión de profesionales en turismo.
- Generación de objetivos y directrices locales de sostenibilidad y calidad.
- Reducción de la presión fiscal, regulación de tarifas y fomento del empleo local.
- Normativa de inversión con criterios comunes a nivel regional, y mayor control del impacto en los recursos y atractivos.
- Información, acompañamiento técnico y financiero a pequeños inversores para el logro de servicios turísticos sostenibles y de calidad.
- Diversificación de las inversiones futuras; orientación hacia la oferta de actividades turísticas y recreativas.
- Facilitación para el acceso a créditos y acompañamiento a los actores de las economías regionales para la formalización de proyectos de inversión.



## REGIÓN TURÍSTICA DE LA LLANURA

### Área Turística Pampa Agropecuaria – Área Turística Lagunas y Fortines

- Creación de Mesa de Trabajo regional público–privada, articulada con ACT SEM a través de un Director Regional.
- Fortalecimiento de los canales de participación y diálogo intersectorial promoviendo la participación comunitaria y del sector privado en las localidades y entre ellas.
- Integración entre organismos de turismo, ambiente y cultura a nivel local, regional y provincial promoviendo el trabajo interdisciplinario.
- Ordenamiento territorial a nivel regional, y normativas patrimonial – ambiental común a nivel regional.
- Mayor participación comunitaria en la toma de decisiones sobre las inversiones públicas o privadas.
- Revisión de la imagen comercial asignada a la región y la relación con su identidad. Revisión de la denominación de la región (“agropecuaria”, es una visión sesgada); considerar Región Pampeana, Pampa Cordobesa, otros.
- Mejoramiento de la infraestructura vial (Ruta 7, Ruta 158) y el servicio de transporte.
- Mejoras en telefonía, internet, cajeros automáticos, rutas, pavimentos, frecuencia de colectivos, otros.
- Registro y sistematización de la oferta turística.



# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO

- Desarrollo de actividades recreativas a nivel local y regional para fortalecer el valor de los atractivos locales.
- Desarrollo de productos de turismo deportivo y educativo con núcleo en Villa María (considerar su declaración como Ciudad de Aprendizaje).
- Incorporación de las producciones rurales locales a los productos turísticos. Fomento de encadenamiento de los actores productivos locales en el marco del Turismo Rural.
- Fomento al consumo responsable de artículos locales – regionales de producción sostenible.
- Impulso para la definición de una imagen de destino para cada localidad asociada a su identidad con el objeto de distribuir los flujos turísticos de manera sostenible.
- Utilización de herramientas digitales de promoción, comercialización (pago) y distribución: aplicaciones.
- Trabajo articulado con instituciones de formación e instituciones agropecuarias para la capacitación y formación virtual para emprendedores y micro productores.
- Desarrollo de propuestas de formación específicas a las necesidades de cada localidad. Apertura de espacios de formación profesional en turismo de manera permanente, principalmente guías.
- Acciones para la sensibilización de la comunidad acerca del valor patrimonial local y la importancia de su aprovechamiento turístico sostenible.
- Profesionalización del personal de contacto con el turista.
- Facilitación del acceso a la información de los pequeños y nuevos inversores.
- Facilitación de canales de comercialización para la producción local y regional.
- Apertura de líneas de créditos para pequeños inversores.
- Ordenamiento de las inversiones a través de un ente autárquico que favorezca la participación comunitaria.

## 4.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

La estrategia para el desarrollo turístico sostenible de la Provincia se expresa a través de objetivos estratégicos, que se constituyen en propósitos a alcanzar.

Los objetivos estratégicos generales se sustentan en la concepción del turismo como política de estado, mientras que los objetivos estratégicos específicos se vinculan a los requerimientos de optimización de los componentes del sistema turístico provincial.

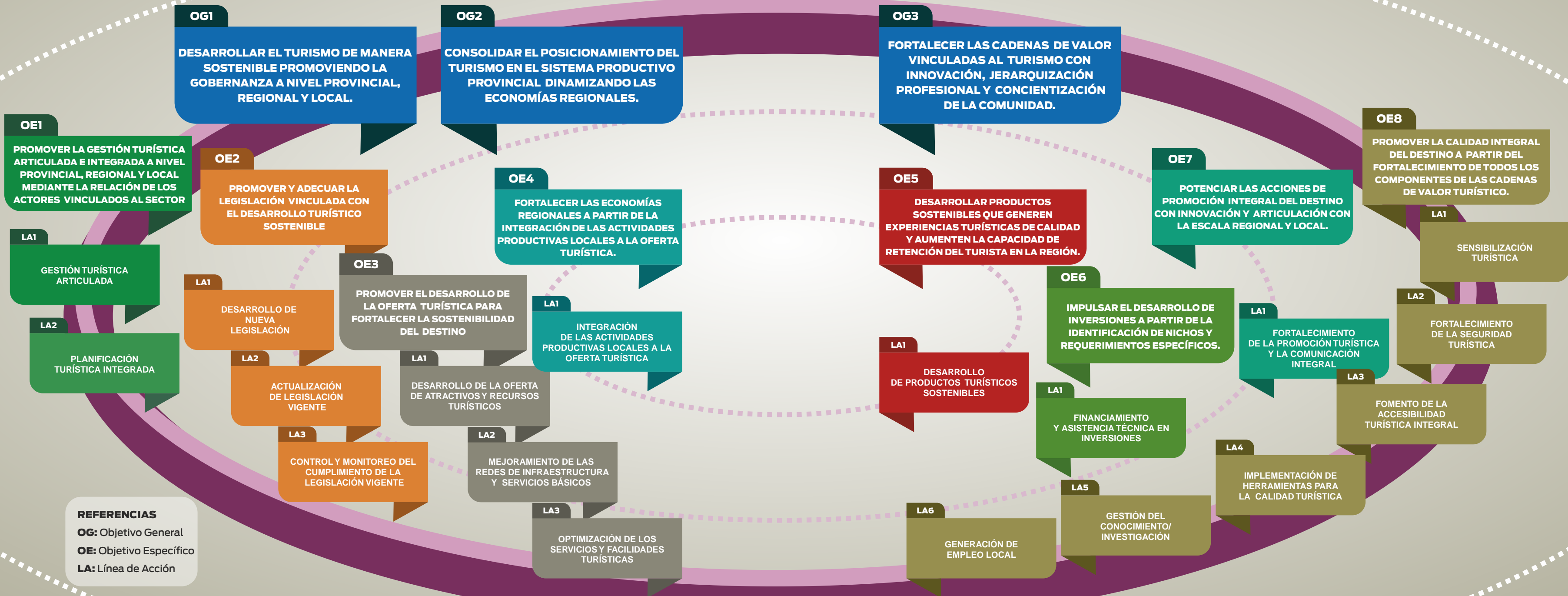
### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES

- OG1** Desarrollar el turismo de manera sostenible promoviendo la gobernanza a nivel provincial, regional y local.
- OG2** Consolidar el posicionamiento del turismo en el sistema productivo provincial dinamizando las economías regionales.
- OG3** Fortalecer las cadenas de valor vinculadas al turismo con innovación, jerarquización profesional y concientización de la comunidad.

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESPECÍFICOS

- OE1** Promover la gestión turística articulada e integrada a nivel provincial, regional y local mediante la relación de los actores vinculados al sector.
- OE2** Promover y adecuar la legislación vinculada con el desarrollo turístico sostenible.
- OE3** Promover el desarrollo de la oferta turística para fortalecer la sostenibilidad del destino.
- OE4** Fortalecer las economías regionales a partir de la integración de las actividades productivas locales a la oferta turística.
- OE5** Desarrollar productos sostenibles que generen experiencias turísticas de calidad y aumenten la capacidad de retención del turista en la región.
- OE6** Potenciar las acciones de promoción integral del destino con innovación y articulación con la escala regional y local.
- OE7** Promover la calidad integral del destino a partir del fortalecimiento de todos los componentes de las cadenas de valor turístico.
- OE8** Impulsar el desarrollo de inversiones a partir de la identificación de nichos y requerimientos específicos.

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO





# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



## 4.3 LÍNEAS DE ACCIÓN y ACCIONES

A partir de los objetivos estratégicos específicos mencionados, se definen las líneas de acción y sus correspondientes acciones que conforman la base de la agenda para la gestión turística provincial.

OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE1</b> <b>PROMOVER LA GESTIÓN TURÍSTICA ARTICULADA E INTEGRADA A NIVEL PROVINCIAL, REGIONAL Y LOCAL MEDIANTE LA RELACIÓN DE LOS ACTORES VINCULADOS AL SECTOR</b>	1) GESTIÓN TURÍSTICA ARTICULADA	<b>a. Conformación de Mesas Multiactorales – Redes de Asociatividad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mesas de Gestión Turística Intergubernamental (provincia, municipios/comunas)</li> <li>Mesas de Gestión Turística Regional</li> <li>Mesas a nivel provincial/regional: turística-ambiental-cultural-otros</li> <li>Redes de asociatividad del sector privado según rubros específicos (alojamiento, gastronomía, otros)</li> </ul> <b>b. Fortalecimiento de las actuaciones de las Direcciones Regionales</b> <b>c. Asesoramiento técnico continuo y capacitación para la gestión turística regional y local</b>
	2) PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTEGRADA	<b>a. Formulación e implementación de instrumentos para el Desarrollo Turístico Sostenible</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM</li> <li>Planes de Gestión Turística Sostenible por Región/Área</li> <li>Planes Locales de Desarrollo Turístico Sostenible</li> <li>Programas y Proyectos de Desarrollo Turístico Sostenible</li> <li>Instrumentos de Ordenamiento territorial y urbano con criterios de sostenibilidad (Lineamientos, Directrices, Códigos Urbanísticos Ambientales, otros)</li> </ul>

OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE2</b> <b>PROMOVER Y ADECUAR LA LEGISLACIÓN VINCULADA CON EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE</b>	1) DESARROLLO DE NUEVA LEGISLACIÓN	<b>a. Estímulo a la creación de normativas vinculadas al:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fomento de la producción local integrada al desarrollo del turismo</li> <li>Registro de viviendas de alquiler temporario para uso turístico</li> <li>Regulación de Museos y Espacios culturales</li> <li>Reconocimiento de municipios que desarrollan el turismo</li> </ul> <b>b. Elaboración de directrices y lineamientos regionales vinculados con el desarrollo turístico sostenible para la posterior adhesión de municipios y comunas.</b>
	2) ACTUALIZACIÓN DE LEGISLACIÓN VIGENTE	<b>a. Revisión de normativas relativas a:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos ambientales (cuencas hídricas, bosques, sierras)</li> <li>Ordenamiento de perilagos y riberas</li> <li>Ordenamiento urbano territorial - Código Ambiental</li> <li>Turismo Alternativo</li> <li>Regionalización Turística. Estudio de viabilidad de nuevas regiones turísticas; Región Capital, incorporación del área/región metropolitana; Área Turística del Noroeste (rever su integración en la Región Turística de Traslasierras); posibilidad de cambio de denominación del área turística Pampa Agropecuaria; otros.</li> </ul> <b>b. Elaboración de compendio regional de legislación local.</b>
	3) CONTROL Y MONITOREO DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE	<b>a. Elaboración de mecanismos para operativizar el control y la fiscalización por parte de los gobiernos locales.</b>

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE3</b> <b>PROMOVER EL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA FORTALECER LA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO</b>	<b>1) DESARROLLO DE LA OFERTA DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS</b>	<p>a. Protección legal para la conservación del patrimonio natural y cultural.</p> <p>b. Conservación, restauración, recuperación del patrimonio natural y cultural.</p> <p>c. Desarrollo de la accesibilidad integral.</p> <p>d. Desarrollo de propuestas recreativas en relación al patrimonio natural y cultural de uso turístico.</p> <p>e. Desarrollo de actividades para el uso público de Áreas Protegidas compatibles con los objetivos de conservación: Senderismo, Avistaje de aves, otras.</p> <p>f. Fomento a la creación de Áreas Protegidas y espacios verdes públicos.</p> <p>g. Incorporación de nuevos atractivos a la oferta turística existente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de viabilidad de integración del patrimonio natural y cultural.</li> <li>Estrategias para el desarrollo de nuevos atractivos turísticos.</li> </ul> <p>h. Constitución de redes de asociatividad de los actores vinculados a la conservación y gestión del patrimonio natural y cultural.</p>
	<b>2) MEJORAMIENTO DE LAS REDES DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS</b>	<p>a. Mejora y mantenimiento de la Red vial provincial: primaria, secundaria, caminos vecinales y caminos de acceso a los atractivos.</p> <p>b. Fortalecimiento de la conectividad regional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte público intrarregional.</li> <li>Transporte privado para recorridos turísticos.</li> <li>Nodos articuladores de transporte para la distribución turística.</li> </ul> <p>c. Emplazamiento de señalética propia de cada región asociada a la identidad local.</p> <p>d. Mejoramiento de los servicios de comunicación (Internet, Telefonía, Otros) y servicios bancarios.</p>

OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE3</b> <b>PROMOVER EL DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA FORTALECER LA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO</b>	<b>3) OPTIMIZACIÓN DE LOS SERVICIOS Y FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	<p><b>a. Adecuación de los establecimientos y servicios de alojamiento a los objetivos de sostenibilidad.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Modernización de las instalaciones y el equipamiento.</li> <li>Aplicación de buenas prácticas en la prestación del servicio.</li> <li>Aplicación de nuevas tecnologías en la prestación de los servicios.</li> <li>Regularización de establecimientos informales o alternativos.</li> <li>Actualización de los canales de comercialización y medios de pago.</li> <li>Control en la prestación de servicios.</li> </ul> <p>b. Adecuación de los establecimientos y servicios de gastronomía y de provisión de alimentos y bebidas a los objetivos de sostenibilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Modernización de las instalaciones y el equipamiento.</li> <li>Aplicación de buenas prácticas en la prestación del servicio.</li> <li>Aplicación de nuevas tecnologías en la prestación de los servicios.</li> <li>Aplicación de controles bromatológicos. Constitución de sedes regionales.</li> <li>Fomento del uso de materia prima local en los productos culinarios.</li> <li>Actualización de los canales de comercialización y medios de pago.</li> <li>Control en la prestación de servicios.</li> </ul> <p><b>c. Mejoramiento de los servicios de agencias de viajes receptoras, de excursiones y recreación en relación a objetivos de sostenibilidad.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Modernización de las instalaciones y el equipamiento.</li> <li>Aplicación de buenas prácticas en la prestación del servicio.</li> <li>Aplicación de nuevas tecnologías en la prestación de los servicios.</li> <li>Actualización de los canales de comercialización y medios de pago.</li> <li>Control en la prestación de servicios.</li> </ul> <p>d. Mejoramiento del acceso a la información turística integral del destino</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de la Red de Información Turística (RIT) provincial.</li> <li>Apertura de Oficinas de Información Turística regionales y locales.</li> <li>Actualización del inventario turístico regional/local a partir de nuevas herramientas.</li> <li>Construcción y procesamiento de la información turística regional para la toma de decisiones.</li> <li>Desarrollo de nuevos canales de comunicación para uso de los turistas.</li> </ul>



# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE4</b> <b>FORTALECER LAS ECONOMÍAS REGIONALES A PARTIR DE LA INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS LOCALES A LA OFERTA TURÍSTICA</b>	<b>1) INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS LOCALES A LA OFERTA TURÍSTICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Conformación del inventario sistematizado de emprendimientos locales.</li> <li>b. Estudio de viabilidad de integración de las actividades productivas locales con las turísticas. Disponibilidad de recursos económicos, legales, físicos y económicos.</li> <li>c. Integración de redes asociativas de productores locales.</li> <li>d. Convenios con entidades provinciales, nacionales e internacionales para el fomento de los emprendimientos locales vinculados al desarrollo turístico.</li> <li>e. Reconocimiento para emprendimientos que usan materias primas locales. Certificaciones PL -Producto local-.</li> <li>f. Capacitación en comercialización para los micro emprendedores y pequeños productores locales.</li> </ul>
<b>OE5</b> <b>DESARROLLAR PRODUCTOS SOSTENIBLES QUE GENEREN EXPERIENCIAS TURÍSTICAS DE CALIDAD Y AUMENTEN LA CAPACIDAD DE RETENCIÓN DEL TURISTA EN LA REGIÓN</b>	<b>1) DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Estudios de mercado turístico, demanda turística nacional e internacional para la conformación de nuevos productos turísticos y la adecuación de los existentes.</li> <li>b. Conformación y gestión de productos turísticos con capacidad de integración regional operables durante todo el año.</li> <li>c. Conformación de corredores turísticos regionales estratégicos con integración de atractivos y servicios.</li> <li>d. Conformación de productos turísticos integrados inter regionales a nivel provincia y país, y con otros países.</li> <li>e. Consolidación de productos turísticos existentes: Córdoba Natural y Activa, Córdoba Gourmet, Córdoba Auténtica, Turismo de Reuniones y Turismo LGBT.</li> </ul>

OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE6</b> <b>POTENCIAR LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN INTEGRAL DEL DESTINO CON INNOVACIÓN Y ARTICULACIÓN CON LA ESCALA REGIONAL Y LOCAL</b>	<b>1) FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA COMUNICACIÓN INTEGRAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Determinación de una marca destino / imagen representativa de cada región turística.</li> <li>b. Formulación e implementación de plan provincial / planes regionales de acción promocional.</li> <li>c. Difusión de las acciones promocionales de la ACT SEM en el sector privado para fortalecer el trabajo conjunto</li> <li>d. Incorporación de nuevas tecnologías para la promoción de destinos, productos y servicios turísticos.</li> <li>e. Continuidad de las acciones de promoción inter regionales a nivel provincia y país y en otros países.</li> <li>f. Monitoreo de las acciones de promoción y evaluación de su eficiencia en la captación de la demanda.</li> <li>g. Optimización de la comunicación de las acciones de la ACT SEM</li> </ul>

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



OBJETIVO ESPECÍFICOS	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE7</b> <b>PROMOVER LA CALIDAD INTEGRAL DEL DESTINO A PARTIR DEL FORTALECIMIENTO DE TODOS LOS COMPONENTES DE LAS CADENAS DE VALOR TURÍSTICO</b>	1) SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA	a. Información y educación a la población en general sobre el turismo y sus implicancias. b. Concientización turístico ambiental en los diferentes niveles de escolaridad. Información y difusión sobre el patrimonio turístico regional y local.
	2) FORTALECIMIENTO DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA	a. Implementación de un Plan de Seguridad Turística integrando Policía – Defensa civil – Bomberos - Servicios de salud, a nivel regional, permanente, en eventos y emergencias.
	3) FOMENTO DE LA ACCESIBILIDAD TURÍSTICA INTEGRAL	a. Ordenamiento, diseño y adecuación de recursos, atractivos, facilidades y servicios turísticos para el mejoramiento de la accesibilidad física y comunicacional. b. Fomento del Turismo Social.
	4) IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA CALIDAD TURÍSTICA	a. Fomento de Buenas Prácticas Turísticas BPT – Directrices de Competitividad Turística b. Creación de un Manual de Buenas Prácticas turísticas en relación con el ambiente. c. Certificación de la calidad en los tres pilares de la sostenibilidad. Sellos de calidad. d. Aplicación / Adhesión a normativas IRAM SECTUR e. Capacitación y formación en política, gestión y planificación turística sostenible. f. Continuidad / Fomento de implementación de Directrices de gestión turística para municipios. g. Capacitación de recursos humanos afectados a la prestación de servicios turísticos en relación a las necesidades locales.

OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEA DE ACCIÓN	ACCIONES
<b>OE7</b> <b>PROMOVER LA CALIDAD INTEGRAL DEL DESTINO A PARTIR DEL FORTALECIMIENTO DE TODOS LOS COMPONENTES DE LAS CADENAS DE VALOR TURÍSTICO</b>	5) GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO/ INVESTIGACIÓN	a. Estudios sobre desarrollo y gestión turística en la provincia. b. Estudios sobre impactos socio-económicos del turismo y sus efectos en otros sectores económicos. c. Estudios sobre impactos ambientales del turismo. d. Implementación del Observatorio Turístico Provincial e. Estudios sobre empleo en los diferentes rubros del sector turismo y sectores afines, y su relación con la formación profesional.
	6) GENERACIÓN DE EMPLEO LOCAL	a. Formación y capacitación de recursos humanos afectados a la prestación y gestión de servicios turísticos. b. Continuidad de la Bolsa de Empleo vinculando oferta de empleos con personal formado y capacitado. b. Fomento del empleo local en los diferentes rubros del turismo.
<b>OE8</b> <b>IMPULSAR EL DESARROLLO DE INVERSIONES A PARTIR DE LA IDENTIFICACIÓN DE NICHOS Y REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	1) FINANCIAMIENTO Y ASISTENCIA TÉCNICA EN INVERSIONES	a. Disponibilidad de micro-créditos para emprendedores locales vinculados al desarrollo turístico sostenible. b. Incentivos económicos al sector privado para capacitación del personal. c. Implementación / Desarrollo de líneas de créditos para municipios con interés en el desarrollo turístico. d. Financiamiento para la inversión en energías renovables u otras acciones de sostenibilidad. e. Actualización de la Guía de Orientación para Inversores Turísticos. f. Financiamiento, incentivos económicos u otros mecanismos de obtención de fondos para la conservación de bienes naturales y culturales. g. Asesoramiento e información sobre nichos específicos de inversión y desarrollo de emprendimientos, en cada región turística. h. Disponibilidad de fuentes de información sobre líneas para inversiones (provinciales, nacionales, internacionales).



# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO

## 4.4 PAUTAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN

El diseño operativo del PETS CBA 2030 comprende la propuesta de pautas para la ejecución de las acciones formuladas, enfatizando el inicio de un proceso de gestión turística basado en el fortalecimiento de la gobernanza y la actuación a partir de propuestas factibles y alcanzables en el contexto provincial y regional.

Esta fase del Plan se concibe como una instancia facilitadora para su implementación, a la que los gestores del desarrollo turístico pueden alinear sus objetivos y basar sus agendas de trabajo para el abordaje de problemáticas específicas, y se centra en dos acciones prioritarias:

**1) Elaboración del Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM** el cual establezca una agenda de gestión articulada con áreas responsables, plazos, recursos económicos, legales, físicos, tecnológicos, y otros aspectos.

### 2) Elaboración de Planes Regionales de Gestión Turística Sostenible

Estos instrumentos se orientan a contextualizar las estrategias planteadas en el PETS CBA 2030 en la realidad regional y establecer mecanismos efectivos para la articulación local, regional, y provincial.

Con representantes de los diferentes sectores (público, privado, académico y comunitario) de cada área turística, se constituirá una Mesa de Trabajo para la elaboración e implementación de estos planes, con el acompañamiento y asesoramiento técnico de la ACT SEM.

A fin de dar continuidad a las acciones, se suscribirá un acta compromiso en la que las organizaciones involucradas se comprometan a la implementación del Plan de Gestión Turística Sostenible de la región.

### 3) Construcción de Indicadores de Seguimiento e Indicadores de Evaluación del PETS CBA 2030

Los Indicadores de Seguimiento se elaborarán durante la formulación del Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM y de los Planes de Gestión Turística Sostenible Regionales - según acciones que priorice cada área/región turística que desarrolle los planes-. La finalidad de estos indicadores es valorar y medir el grado de cumplimiento de las acciones planteadas.

Estos indicadores podrían ser actualizados en dos plazos temporales: cada 2 y cada 5 años en función de las propuestas emergentes del Plan de Gestión PETS CBA 2030 y de los Planes de Gestión Turística Sostenible Regionales.

Los Indicadores de Evaluación se construirán en el momento de actualización de este Plan PETS CBA. Son indicadores de resultados para valorar y medir el logro de los objetivos, efectos e impactos del Plan, en un horizonte temporal de largo plazo -10 años-.

Asimismo, a los fines de ejemplificar y previsualizar posibles Indicadores de Seguimiento se presentan ocho indicadores que se corresponden con una acción de las líneas propuestas enmarcadas en los ocho objetivos estratégicos específicos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LINEA DE ACCIÓN	ACCIONES	INDICADORES DE SEGUIMIENTO*	METAS	FUENTE DE COMPROBACIÓN / DATO
<b>O1: Promover la gestión turística articulada e integrada a nivel provincial, regional y local mediante la relación de los actores vinculados al sector</b>	<b>PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTEGRADA</b>	A: Formulación e implementación de instrumentos para el Desarrollo Turístico Sostenible - Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM - Planes de Gestión Turística Sostenible por Región/Área	Existencia del Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM  Cantidad de Planes de Gestión Turística Sostenible por Región/Área	1 (un) Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM formulado e implementado  1 (un) Plan de Gestión Turística Sostenible por Área Turística	ACT SEM y Mesas de Trabajo regionales y Municipios/ Comunas
<b>O2: Promover y adecuar la legislación vinculada con el desarrollo turístico sostenible</b>	<b>DESARROLLO DE NUEVA LEGISLACIÓN</b>	A: Estímulo a la creación de normativas vinculadas al: - Fomento de la producción local integrada al desarrollo del turismo.	Número de normativas provinciales y locales que fomentan la producción local integrada al desarrollo turístico	Más de 1 (una) normativa provincial y normativas locales -1 (una) o más por área turística- que fomenten la producción local integrada al desarrollo turístico	Boletín Oficial Gobierno de la Pcia. de Córdoba y Municipios/Comunas
<b>O3: Promover el desarrollo de la oferta turística para fortalecer la sostenibilidad del destino</b>	<b>DESARROLLO DE LA OFERTA DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS</b>	A: Desarrollo de propuestas recreativas en relación al patrimonio natural y cultural de uso turístico.	Cantidad de nuevas propuestas recreativas por modalidad turística en relación al patrimonio natural/cultural	3 (tres) o más propuestas recreativas por modalidad turística en relación al patrimonio natural/cultural por área turística, conforme al perfil de	ACT SEM, Organismos vinculados, Municipios / Comunas

# 4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LINEA DE ACCIÓN	ACCIONES	INDICADORES DE SEGUIMIENTO*	METAS	FUENTE DE COMPROBACIÓN /DATO
O4: Fortalecer las economías regionales a partir de la integración de las actividades productivas locales a la oferta turística	INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS LOCALES A LA OFERTA TURÍSTICA	A: Conformación del inventario sistematizado de emprendimientos locales.	Existencia de inventario de emprendimientos locales por área/región turística	1 (un) inventario de emprendimientos locales por área turística	Mesas de Trabajo regionales, ACT SEM
O5: Desarrollar productos sostenibles que generen experiencias turísticas de calidad y aumenten la capacidad de retención del turista en la región	DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	A: Conformación y gestión de productos turísticos con capacidad de integración regional operables durante todo el año.	Cantidad de nuevos productos turísticos con capacidad de integración regional operables durante todo el año.	1 (uno) o más nuevos productos turísticos con capacidad de integración regional operables durante todo el año conforme al perfil de cada área/región turística	ACT SEM
O6: Potenciar las acciones de promoción integral del destino con innovación y articulación con la escala regional y local	FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA COMUNICACIÓN INTEGRAL	A: Determinación de una marca destino / imagen representativa de cada región turística.	Marca destino / imagen representativa de cada región turística diseñada e implementada.	1 (una) Marca destino / imagen representativa de cada región turística diseñada e implementada	ACT SEM, Organismos vinculados, Mesas de Trabajo
O7: Promover la calidad integral del destino a partir del fortalecimiento de todos los componentes de las cadenas de valor turístico	IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA CALIDAD TURÍSTICA	A: Creación de un Manual regional de Buenas Prácticas turísticas en relación con el ambiente.	Cantidad de Manuales regionales de Buenas Prácticas turísticas en relación con el ambiente.	1 Manual de Buenas Prácticas turísticas en relación con el ambiente por región turística	Mesas de Trabajo regionales

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LINEA DE ACCIÓN	ACCIONES	INDICADORES DE SEGUIMIENTO*	METAS	FUENTE DE COMPROBACIÓN /DATO
O8: Impulsar el desarrollo de inversiones a partir de la identificación de nichos y requerimientos específicos	FINANCIAMIENTO Y ASISTENCIA TÉCNICA EN INVERSIONES	Asesoramiento e información sobre nichos específicos de inversión y desarrollo de emprendimientos turísticos, en cada región turística.	Acciones de asesoramiento e información sobre nichos específicos de inversión y desarrollo de emprendimientos turísticos en cada región turística	1 acción de asesoramiento e información sobre nichos específicos de inversión y desarrollo de emprendimientos turísticos en cada región turística	Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

\*Plazos: Los indicadores de seguimiento deberán ser actualizados en dos plazos temporales: cada 2 y cada 5 años según lo dispongan los planes de gestión a formular.

Cabe destacar que los objetivos estratégicos, las líneas de acción y sus correspondientes acciones planteadas en este apartado, juntamente con las pautas para la implementación del PETS CBA 2030, se orientan a dinamizar el desarrollo turístico de la provincia, contemplando las singularidades de cada región turística, como así también las características que presenta el turismo como actividad productiva en ese territorio.

En este sentido, se considera relevante la construcción de la gobernanza del territorio, como componente fundamental para que los actores regionales, a partir de las articulaciones y consensos necesarios, promuevan y lleven adelante las actuaciones correspondientes para fortalecer el turismo en el sistema productivo regional y de esa manera contribuir a la conservación del patrimonio natural, la preservación de la identidad cultural y al mejoramiento de la calidad de su vida de sus habitantes.





5.

REFERENCIAS  
BIBLIOGRÁFICAS



# 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Córdoba Turismo SEM del Gobierno de la Provincia de Córdoba (2006). *Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba - PETS 2006*. Disponible en <https://www.cordobaturismo.gov.ar/plan-estrategico-de-turismo-sustentable/>
- Agencia Córdoba Turismo SEM del Gobierno de la Provincia de Córdoba. *Memorias anuales de gestión, ejercicios 2007 - 2017*.
- Agencia Córdoba Turismo SEM del Gobierno de la Provincia de Córdoba. Página Web oficial: [www.cordobaturismo.gov.ar](http://www.cordobaturismo.gov.ar)
- Biosphere Tourism. *Beneficios del turismo sostenible*. Disponible en <https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94>
- Bustos Cara, R. (2008). *Teoría de la acción territorial. Acción Turística y Desarrollo*, en Aportes y Transferencias, Vol. 12, Nº 1, 2008, pp. 87-104. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/276/27615334005.pdf>
- CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. *Objetivos del Desarrollo Sostenible*. Disponible en <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Comité Binacional ATACALAR. Disponible en <http://www.comiteatacalar.cl/>
- Díez Santo, D. (2018). *La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas*, en Investigaciones Turísticas. Universidad de Alicante, España. Disponible en <https://investigacionesturisticas.ua.es/article/view/2011-n1-la-planificacion-estrategica-en-espacios-turisticos-de-interior-claves-para-el-diseno-y-formulacion-de-estrategias-competitivas>
- Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Provincia de Córdoba. Página Web oficial: <https://estadistica.cba.gov.ar/>
- Entorno Turístico. *Qué es la planificación estratégica del turismo*. México. Disponible en <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-planificacion-estrategica-del-turismo/>
- Gobierno de la Provincia de Córdoba. Página Web Oficial: [www.cba.gov.ar](http://www.cba.gov.ar)
- OMT. Organización Mundial del Turismo (1999). *Agenda para Planificadores Locales: turismo sostenible y gestión municipal edición para América Latina y el Caribe*.
- Región Centro de la República Argentina. Página Web oficial: [www.regioncentro.info](http://www.regioncentro.info)
- MINTUR. Ministerio de Turismo de la Nación. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025 (PFETS)*. Disponible en <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>
- SECTUR. Secretaría de Gobierno de Turismo de la República Argentina. Página Web oficial: [www.argentina.gob.ar/turismo/institucional](http://www.argentina.gob.ar/turismo/institucional)
- SECTUR. Secretaría de Gobierno de Turismo de la República Argentina. *Plan Integral de Gestión 2016*. Disponible en [http://www.turismo.gov.ar/sites/default/files/plan\\_integral\\_de\\_gestion\\_2016-19-vf.pdf](http://www.turismo.gov.ar/sites/default/files/plan_integral_de_gestion_2016-19-vf.pdf)
- MINTUR. Ministerio de Turismo de la Nación. (2015). *Metodología para la formulación de planes estratégicos de turismo participativos*. Unidad de Coordinación del PFETS.
- MINTUR. Ministerio de Turismo de la Nación. (2015). *Protocolos para la planificación turística estratégica*. Subsecretaría de Desarrollo Turístico.
- Toselli, C. (2015) *Turismo, planificación estratégica y desarrollo local*, en Revista Turismo y Desarrollo. Nº 18, junio 2015. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/tsydes/18/desarrollo-local.html>



6.

ANEXOS



## 6. ANEXOS

### 6.1 Municipios y comunas por Región/Área Turística según Ley de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba

#### REGIÓN DE LA HISTORIA

- **ÁREA SIERRAS CHICAS:** Incluye el territorio ocupado por el Departamento Colón.

**Municipios:** Agua de Oro, Colonia Caroya, Colonia Tirolesa, Estación General Paz, Estación Juárez Celman, Jesús María, La Calera, La Granja, Malvinas Argentinas, Mendiolaza, Mi Granja, Río Ceballos, Saldán, Salsipuedes, Unquillo, Villa Allende.

**Comunas:** Colonia Vicente Agüero, El Manzano, Tinoco, Villa Cerro Azul.

- **ÁREA NORTE:** Abarca el territorio comprendido por los Departamentos Totoral, Ischilín y Sobremonte, y las zonas ubicadas al oeste de la Ruta Provincial N°32 de los Departamentos Río Seco y Tulumba.

**Municipios:** Cañada de Luque, Deán Funes, Las Peñas, Lucio V. Mansilla, Quilino, San Francisco del Chañar, San José de La Dormida, San José de Las Salinas, San Pedro Norte, Sarmiento, Sinsacate, Villa de María, Villa del Totoral, Villa Tulumba.

**Comunas:** Avellaneda, Caminiaga, Candelaria Sud, Cañada de Río Pinto, Capilla de Sitón, Cerro Colorado, Chañar Viejo, Chuña, Chuña Huasi, Churqui Cañada, Copacabana, El Rodeo, Gutemberg, La Pampa, Los Hoyos, Los Mistoles, Los Pozos, Olivares de San Nicolás, Pozo Nuevo, Rayo Cortado, Santa Elena, Simbolar, Villa Gutiérrez.

#### REGIÓN DE LA PUNILLA

- **ÁREA PUNILLA:** Comprende el territorio abarcado por el Departamento Punilla.

**Municipios:** Bialet Massé, Capilla del Monte, Cosquín, Huerta Grande, La Cumbre, La Falda, Los Cocos, San Antonio de Arredondo, San Esteban, Santa María de Punilla, Tanti, Valle Hermoso, Villa Carlos Paz, Villa Giardino, Villa Río Icho Cruz, Villa Santa Cruz del Lago.

**Comunas:** Cabalango, Casa Grande, Charbonier, Cuesta Blanca, Estancia Vieja, Mayu Sumaj, San Roque, Tala Huasi, Villa Parque Siquiman.

#### REGIÓN DE TRASLASIERRAS

- **ÁREA TRASLASIERRAS:** Comprende el territorio que abarca a los Departamentos San Javier y San Alberto.

**Municipios:** La Paz, Las Tapias, Los Cerrillos, Mina Clavero, Nono, San Javier/Yacanto, San José, San Pedro, Villa Cura Brochero, Villa de Las Rosas, Villa Dolores, Villa Sarmiento.

**Comunas:** Ámbul, Arroyo de Los Patos, Conlara, La Población, Las Calles, Las Rabonas, Los Hornillos, Luyaba, Panaholma, San Lorenzo, San Vicente, Sauce Arriba.

- **ÁREA NOROESTE:** Comprende el territorio que abarca a los Departamentos Pocho, Minas y Cruz del Eje.

**Municipios:** Cruz del Eje, El Brete, Salsacate, San Carlos Minas, San Marcos Sierras, Serrezuela, Villa de Soto.

**Comunas:** Alto de Los Quebrachos, Bañado de Soto, Chancaní, Ciénaga del Coro, Cruz de Caña, El Chacho, Estancia de Guadalupe, Guanaco Muerto, Guasapampa, La Batea, La Higuera, La Playa, Las Cañadas, Las Palmas, Las Playas, Los Chañaritos, Los Talaes, Media Naranja, Paso Viejo, San Gerónimo, Tala Cañada, Talaini, Tuclame, Villa de Pocho.

#### REGIÓN DE LOS GRANDES LAGOS

- **ÁREA PARAVACHASCA:** Engloba la porción del Departamento Santa María que se encuentra comprendida entre la Ruta Nacional N° 36 –incluida- hacia el Oeste hasta los límites departamentales colindantes.

**Municipios:** Alta Gracia, Anisacate, Malagueño, Villa Parque Santa Ana.

**Comunas:** Dique Chico, Falda del Carmen, La Paisanita, La Rancherita y Las Cascadas, La Serranita, Los Cedros, Potrero de Garay, San Clemente, Valle de Anisacate, Villa Ciudad de América, Villa del Prado, Villa La Bolsa, Villa los Aromos, Villa San Isidro.

- **ÁREA CALAMUCHITA:** Abarca el territorio ocupado por el Departamento Calamuchita –excluida la Pedanía Río de los Sauces-, más los ejidos municipales de las ciudades de Río Tercero y Almafuerde.

**Municipios:** Almafuerde, Embalse, La Cruz, Los Cóndores,

Río Tercero, San Agustín, Santa Rosa de Calamuchita, Villa del Dique, Villa General Belgrano, Villa Rumipal, Yacanto.

**Comunas:** Amboy, Cañada del Sauce, La Cumbrecita, Las Bajadas, Las Caleras, Los Molinos, Los Reartes, Lutii, Parque Calmayo, San Ignacio, Segunda Usina, Villa Amancay, Villa Ciudad Parque, Villa Quillino.

- **ÁREA SIERRAS DEL SUR:** Comprende la Pedanía Río de los Sauces del Departamento de Calamuchita y la parte del Departamento Río Cuarto delimitada al sur por la Ruta Provincial N° 30 -incluida- en el tramo que se extiende entre la ciudad de Río Cuarto y el límite de la Provincia de San Luis; al este por la Ruta Provincial N° 36 desde el límite con el Departamento Calamuchita hasta la ciudad de Río Cuarto -excluidas las localidades ubicadas entre Berrotarán y el límite de la Capital Alterna de la Provincia-, y al oeste por el límite con la Provincia de San Luis. Queda incluida la ciudad de Río Cuarto.

**Municipios:** Achiras, Alpa Corral, Berrotarán, Río Cuarto, Río de los Sauces.

**Comunas:** Las Albahacas, Villa El Chacay.

#### REGIÓN DE LA CAPITAL

- **ÁREA CAPITAL:** Abarca el territorio comprendido en el Departamento Capital.

**Municipios:** Córdoba.





## REGIÓN DEL MAR DE ANSENUZA

• **ÁREA MAR DE ANSENUZA:** Comprende el territorio delimitado al Sur por la Ruta Provincial N°17 en el tramo entre la provincia de Santa Fe y la localidad de Obispo Trejo, incluyendo las localidades ubicadas a lo largo de su recorrido, y al territorio que se extiende al Este de la Ruta Provincial N° 32, entre la localidad de Obispo Trejo y el límite con la Provincia Santiago del Estero, incluyendo partes de los Departamentos San Justo, Río Primero, Tulumba y Río Seco.

**Municipios:** Altos de Chipión, Balnearia, Brinkmann, Colonia Vignaud, La Paquita, Las Arrias, Marull, Miramar, Morteros, Sebastian Elcano, Seeber.

**Comunas:** Colonia Las Cuatro Esquinas, Colonia San Pedro, Eufasio Loza, La Posta, La Rinconada, Las Saladas, Puesto de Castro, Rosario del Saladillo, Villa Candelaria Norte.

## REGIÓN DE LA LLANURA

• **ÁREA PAMPA AGROPECUARIA:** Comprende el territorio ocupado por el Departamento Río Segundo más los sectores no pertenecientes a otras áreas correspondientes a los Departamentos Río Primero, San Justo, Santa María, Tercero Arriba, General San Martín, Unión, Marcos Juárez, Río Cuarto y Juárez Celman.

**Municipios:** Alcira Gigena, Alicia, Alto Alegre, Arroyito, Arroyo Algodón, Arroyo Cabral, Ausonia, Ballesteros, Ballesteros Sud, Bell Ville, Bengolea, Bower, Calchín,

Calchín Oeste, Camilo Aldao, Capilla del Carmen, Capital General Bernardo O Higgins, Carnerillo, Carrilobo, Chilibroste, Cintra, Colazo, Colonia Almada, Colonia Marina, Colonia Prosperidad, Colonia San Bartolomé, Coronel Baigorria, Corralito, Costa Sacate, Cruz Alta, Dalmacio Vélez Sarsfield, Despeñaderos, Devoto, El Arañado, Elena, El Fortín, El Tío, Etruria, Freyre, General Baldissera, General Cabrera, General Deheza, General Roca, Hernando, Idiazabal, Inrville, James Craik, Justiniano Posse, Laborde, La Francia, Laguna Larga, La Laguna, La Palestina, La Playosa, La Puerta, Las Junturas, Las Perdices, La Tordilla, Las Varas, Las Varillas, Leones, Los Surgentes, Los Zorros, Lozada, Luca, Luque, Manfredi, Marcos Juárez, Matorrales, Monte Buey, Montecristo, Monte Leña, Monte Maíz, Monte Ralo, Morrison, Noetinger, Obispo Trejo, Oliva, Oncativo, Ordóñez, Pampayasta Sud, Pascanas, Pasco, Pilar, Piquillín, Porteña, Pozo del Molle, Quebracho Herrado, Río Primero, Río Segundo, Sacanta, Saira, San Antonio de Litín, San Francisco, San Marcos Sud, Santiago Temple, Saturino María Laspiur, Silvio Pellico, Tancacha, Ticino, Tío Pujio, Toledo, Tránsito, Ucacha, Villa Ascasubi, Villa Concepción del Tío, Villa del Rosario, Villa Fontana, Villa María, Villa Nueva, Villa Santa Rosa, Wenceslao Escalante.

**Comunas:** Ana Zumarán, Atahona, Cañada de Machado, Capilla de los Remedios, Chalacea, Colonia Anita, Colonia Iturraspe, Colonia Las Pichanas, Colonia Valtelina, Colonia Videla, Comechingones, Diego de Rojas, El Crispín, Esquina, General Fotheringham, Impira, Kilometro 658, La

Quinta, Las Gramillas, Las Isletillas, Las Peñas Sud, Los Chañaritos, Maquinista Gallini, Pampayasta Norte, Plaza de Mercedes, Plaza Luxardo, Punta del Agua, Rafael García, Rincón, Sagrada Familia, Saladillo, Toro Pujio, Villa Elisa, Villa Los Patos, Villa San Esteban.

• **ÁREA LAGUNAS Y FORTINES:** Comprende parcialmente a los Departamentos Marcos Juárez, Unión, General San Martín, Juárez Celman, Río Cuarto, Presidente Roque Sáenz Peña y General Roca, siendo delimitado por Ruta Provincial N° 11, desde el límite con la Provincia de Santa Fe hasta su intersección con la Ruta Nacional N° 158; la Ruta Nacional N° 158 desde su intersección con la Ruta Provincial N° 11 hasta el límite con la ciudad de Río Cuarto; la Ruta Provincial N° 30 –excluida-, desde la ciudad de Río Cuarto hasta el límite con la Provincia de San Luis, y los límites provinciales con Santa Fe, Buenos Aires, La Pampa y San Luis.

**Municipios:** Adelia María, Alejandro Roca, Alejo Ledesma, Arias, Benjamín Gould, Buchardo, Bulnes, Canals, Cavanagh, Chaján, Charras, Chazón, Colonia Bismarck, Colonia Italiana, Coronel Moldes, Corral de Bustos Ifflinger, Del Campillo, General Levalle, Guatimozín, Huanchillas, Huinca Renancó, Isla Verde, Italó, Jovita, Laboulaye, La Carlota, La Cautiva, La Cesira, Las Acequias, Las Higueras, Las Vertientes, Los Cisnes, Mattaldi, Melo, Monte de los Gauchos, Olaeta, Pueblo Italiano, Reducción, Rosales, Sampacho, San Basilio, Santa Catalina Holmberg, Santa Eufemia, Serrano, Tosquita, Viamonte, Vicuña Mackenna, Villa Huidobro, Villa Rossi, Villa Valeria.

**Comunas:** Aldea Santa María, Assunta, Chucul, Colonia Barge, Colonia Bremen, El Rastreador, La Carolina, Leguizamón, Malena, Nicolás Bruzzone, Onagoity, Pacheco de Melo, Paso del Durazno, Pincén, Ranqueles, Río Bamba, San Joaquín, Suco, Villa Sarmiento, Washington.

**Fuente:** Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos ACT SEM

## 6.2 Material para la elaboración del Diagnóstico en Foros Regionales

### DIMENSIÓN: MARCO POLÍTICO INSTITUCIONAL - MPI

Esta dimensión hace referencia a los dispositivos y recursos con los que cuenta la región para el desarrollo del turismo, a la capacidad para gestionar el turismo y la disponibilidad o no de planes, programas y proyectos vinculados con el turismo.

TEMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Estructura organizativa del sector en el organigrama municipal/comunal (existencia/funcionamiento/otros aspectos)		
Actores vinculados con el turismo (organización social /diversidad/trabajo en conjunto/cooperación/conflictos)		
Acciones en vinculación del sector público local entre localidades (existencia/funcionamiento/otros aspectos)		
Acciones en conjunto con el organismo provincial/nacional (A.C.T. – MINTUR) y otras entidades del sector privado (CAT, otras).		
Acciones en vinculación con los distintos actores del sector privado y sector social -local y regional-		
Planes, programas y proyectos gestionados desde el sector público		
Planes, programas y proyectos gestionados desde el sector privado y entidades sociales		
Otros recursos de gestión: legales, humanos, físicos, financieros, otros (existencia/funcionamiento/otros aspectos)		

### DIMENSIÓN: DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA - DOT

Esta dimensión comprende el análisis de todos los componentes del patrimonio turístico regional, su protección y acciones de conservación, como así también los servicios y facilidades turísticas, y las modalidades de práctica turística desarrolladas en el territorio.

TEMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Recursos y Atractivos Turísticos: Naturales Culturales (capacidad de atracción, estado de conservación, requerimientos para su puesta en valor)		
Oferta de actividades / Capacidad de retención del visitante (actividades propuestas en la región. Capacidad de integración con otros recursos locales y/o regionales. Modalidades de práctica turística en relación a esos recursos)		
Servicios y Facilidades turísticas (cantidad y calidad para la demanda actual. Requerimientos de adecuación y / o creación de nueva oferta de servicios)		
Capacidad de integración de los prestadores entre sí y con otras entidades		
Otros temas a valorar		





## DIMENSIÓN: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS – PCDPT

Los aspectos incluidos en esta dimensión hacen referencia a las políticas y estrategias para promocionar los productos y destinos turísticos, la vinculación de la oferta y la demanda turística, la identificación de mercados reales y potenciales para la conformación de nuevos productos y las estrategias y acciones de comercialización.

TEMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Identificación de mercados meta para la orientación de las acciones de promoción y comercialización		
Desarrollo actual de los productos turísticos existentes y requerimientos para la conformación de nuevos productos		
Acciones de promoción. Disponibilidad de recursos materiales, tecnológicos y humanos (existencia/funcionamiento)		
Vinculación del sector público y privado para las acciones de promoción (existencia/funcionamiento)		
Dispositivos y recursos usados por el sector privado para la comercialización de productos (existencia/funcionamiento)		
Otros temas a valorar		

## DIMENSIÓN: GESTIÓN DE LA CALIDAD - GCT

Esta dimensión comprende el análisis de todos los componentes involucrados en la cadena de valor para gestionar servicios, productos y destinos turísticos de calidad, con particular atención a la implementación de sistemas de calidad y el rol del capital humano como eje fundamental de este proceso.

TEMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Enfoque integral de la calidad en el destino. Nivel de compromiso de todos los prestadores de servicios (sector público y privado) con la importancia de la calidad y su trabajo conjunto para que el destino sea visualizado como tal.		
Aplicación de sistemas de calidad en las prácticas y servicios turísticos		
Aplicación de criterios sustentados en la calidad para la selección y permanencia de los recursos humanos en los sectores de alojamiento, de gastronomía, de viajes y de información turística		
Capacitación de los prestadores turísticos en los siguientes componentes: - Normas de calidad: buenas prácticas y otras - Uso de nuevas tecnologías en las prestaciones - Hospitalidad y atención al visitante		
Acciones de sensibilización para la comunidad sobre la importancia de la actividad turística		
Otros temas a valorar		



## DIMENSIÓN: INVERSIÓN -IT-

Esta dimensión aborda el análisis de la disponibilidad de recursos y fuentes de financiamiento para llevar adelante proyectos turísticos; los requerimientos de articulación con otros organismos; la disponibilidad y búsqueda de incentivos para facilitar las inversiones en instalaciones y redes de infraestructura.

TEMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Áreas / sectores con requerimientos de inversión para su mejoramiento y optimización		
Relación municipio/comuna con otros organismos provinciales para la implementación de inversiones en las redes de infraestructura		
Información sobre las posibilidades disponibles para la búsqueda de inversiones (legislación, otros dispositivos)		
Información sobre la existencia o no de posibles inversores y en qué sectores, cuáles son sus requerimientos, cómo captarlos.		
Acciones público privadas para el fomento de la inversión		
Otros temas a valorar		

## 6.3 Material para la elaboración de la Visión en Foros Regionales

### VISIÓN del turismo en la región

Construya una frase que represente la visión compartida de su grupo de trabajo respecto al turismo futuro en la región.

**Texto**

Grafique mediante un dibujo libre o esquema con palabras clave una **imagen futura representativa - imagen objetivo** de cómo se imaginan el turismo futuro en la región



## 6.4 Material para la elaboración de la *Idea Fuerza* en Foros regionales



## 6.5 Material para la elaboración del Diagnóstico en Mesas de Trabajo 1

### DIAGNÓSTICO TURÍSTICO REGIONAL

Aportes colectivos a síntesis elaborada en base a los resultados de los Foros Regionales.

DIMENSIÓN	TEMAS	SÍNTESIS FOROS	APORTES
<b>Marco Político – Institucional</b>	Estructura organizativa; Actores; Vinculación regional PU-Pri, Pu-Pu; Articulación vertical; Planificación; Recursos.		
<b>Desarrollo de la Oferta Turística</b>	Recursos y Atractivos Turísticos; Oferta de actividades; Capacidad de retención del visitante; Servicios y Facilidades Turísticas; Integración de prestadores.		
<b>Promoción y Comercialización de Destinos y Productos Turísticos</b>	Mercados meta; Productos turísticos existentes y a desarrollar; Acciones de promoción; Vinculación Pu-Pri en promoción; Estrategias de comercialización.		
<b>Gestión de la Calidad Turística</b>	Enfoque integral; Aplicación de sistemas; calidad en RRHH; Capacitación; Sensibilización.		
<b>Inversiones Turísticas</b>	Requerimientos; Relación vertical; Información para inversiones; Fomento.		

## 6.6 Material para la elaboración de la Visión en Mesas de Trabajo 1

### VISIÓN DEL TURISMO EN LA REGIÓN

Aportes colectivos a visión elaborada en base a los resultados de los Foros Regionales.

VISIONES FORO	ELABORACIÓN DEL EQUIPO TÉCNICO	APORTES

## 6.7 Material para la elaboración de los objetivos en Mesas de Trabajo 1

### OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL

Aportes colectivos a *Ideas Fuerza* de los Foros Regionales.

VISIÓN DE LA REGIÓN COMO DESTINO				
Marco Político – Institucional	Desarrollo de la Oferta Turística	Promoción y Comercialización	Gestión de la Calidad Turística	Inversiones Turísticas
Estructura organizativa; Actores; Vinculación regional PU-Pri, Pu-Pu; Articulación vertical; Planificación; Recursos.	Recursos y Atractivos Turísticos; Oferta de actividades; Capacidad de retención del visitante; Servicios y Facilidades Turísticas; Integración de prestadores.	Mercados meta; Productos turísticos existentes y a desarrollar; Acciones de promoción; Vinculación Pu-Pri en promoción; Estrategias de comercialización.	Enfoque integral; Aplicación de sistemas; calidad en RRHH; Capacitación; Sensibilización.	Requerimientos; Relación vertical; Información para inversiones; Fomento.



