

MANUAL DE ACCIONES DE GESTIÓN

2 0 1 9 • 2 0 2 7

SECRETARÍA DE TURISMO
MUNICIPALIDAD DE VILLA DE MERLO

Secretaría de Turismo
Villa de Merlo



Municipalidad
Villa de Merlo

MANUAL DE ACCIONES DE GESTIÓN



SECRETARÍA DE TURISMO MUNICIPALIDAD DE VILLA DE MERLO

índice

INDICE

Introducción

II INTRODUCCIÓN	6
PALABRAS DEL SECRETARIO DE TURISMO	6
RAZÓN DE SER	9
OBJETIVO DEL MANUAL	9
ALCANCE Y DESTINATARIOS	9
MARCO NORMATIVO Y LEGAL	10
EVOLUCIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO: PERÍODOS 2019–2023 Y 2023–2027	12
PRINCIPALES AVANCES DEL PERÍODO 2019–2023:	12
LA GESTIÓN TURÍSTICA EN CONTEXTO DE PANDEMIA (2020–2021)	13
MEDIDAS ADOPTADAS DESDE EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SAN LUIS	15
MEDIDAS ADOPTADAS DESDE EL MUNICIPIO DE LA VILLA DE MERLO	22
DESTINOS TURÍSTICOS ASISTIDOS POR GOBIERNO PROVINCIAL Y NACIONAL	28
SITUACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA VILLA DE MERLO	29
PRIMER CONTINGENTE TURÍSTICO TRAS LA PANDEMIA	30
DECÁLOGOS	31
CONSOLIDACIÓN Y PROYECCIÓN EN EL PERÍODO 2023–2027	32
FORTALECIMIENTO DEL EQUIPO TÉCNICO CON INCORPORACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES ESPECÍFICOS	32
AMPLIACIÓN DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN A PRESTADORES Y PERSONAL DE LA SECRETARÍA	32
IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE CON CRITERIOS DE CALIDAD E INCLUSIÓN	32
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA	33
INTEGRACIÓN DE LA SECRETARÍA EN REDES PROVINCIALES Y NACIONALES DE GESTIÓN TURÍSTICA	33
ANÁLISIS FODA DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE LA VILLA DE MERLO	33
PERÍODO 2019–2023	33
PERÍODO 2024–ACTUALIDAD	34

Capítulo 1

CAPÍTULO I - ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA SECRETARÍA	36
MISIÓN	36
VISIÓN	36
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	36
DE SECRETARÍA DE EVENTOS A POLÍTICA DE ESTADO: UNA NUEVA ERA PARA EL TURISMO EN MERLO	37
UNA SECRETARÍA QUE CONDUCE POLÍTICAS, NO EVENTOS	37
GESTIÓN: EL ESTADO COMO FACILITADOR Y ESTRATEGA	37
CALIDAD: LA CLAVE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE	38
PRODUCTOS TURÍSTICOS: DE LA IDEA A LA EXPERIENCIA	38
PLAN DE ACCIÓN DE LA SECRETARÍA	39
ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL	40
CONFORMACIÓN DE EQUIPOS	41
ORGANIGRAMA	42
DESARROLLO DE CADA ÁREA	43
SECRETARIO DE TURISMO	43
DIRECTORA DE TURISMO	43
MERLO BUREAU EVENTOS	44
PRINCIPALES ACTORES VINCULADOS AL TURISMO DE REUNIONES	48

índice

INDICE

PROYECTO MERLO BUREAU EVENTOS	52
ANÁLISIS	52
CONGRESOS Y CONVENCIONES	55
FERIAS Y EXPOSICIONES	56
EVENTO DEPORTIVO DE ALCANCE INTERNACIONAL (EDI)	56
ORDENANZA	59
INFORME GENERAL 2024-2025	80
INFORME SOBRE EVENTO ACA	85
EMIPROTUR	89
ACCIONES PUBLICITARIAS 2019-2025	91
LINKS DE NOTAS PERIODÍSTICAS	93
MEDIOS	94
INFLUENCERS Y CREADORES DE CONTENIDO	95
EQUIPAMIENTO DEL EMIPROTUR	96
ORDENANZA	97
PROCATUR	103
ANÁLISIS	103
ORDENANZA	109
PROPÓSITO PRINCIPAL AL 2027	113
FUNCIONES	116
CAPACITACIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	118
ENCUESTAS REALIZADAS A ASISTENTES	120
CERTIFICADOS	120
PROYECTO OBSERVATORIO TURÍSTICO	122
FUNCIONES	130
REDES Y COMUNICACIÓN	131
ENCUESTAS INFORMANTES	133
ENCUESTA EXPECTATIVA VS REALIDAD	133
TIPOS DE ENCUESTAS	134
ANUARIO ESTADÍSTICO	135
EQUIPO DE INFORMANTES Y GUARDIA TURÍSTICA	136
CANALES	141
PUESTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	141
TURISMO RELIGIOSO	142
LOGÍSTICA	146

Capítulo 2

CAPÍTULO II: CONVENIOS Y PROYECTOS	147
CONVENIOS INSTITUCIONALES	148
CONVENIOS REALIZADOS	151
PROYECTOS CONCRETADOS	152
PROYECTO: PUESTA EN VALOR DEL AZUD	152
PROYECTO: TURISMO ACCESIBLE Y QR	156
PROYECTO PAGINA WEB Y APP GUIA DE MERLO	165
PROYECTO REGLAMENTACIÓN DE GUÍAS URBANOS Y ACTIVOS	169
PROYECTO BIBLIOTECAS	170
PROYECTO MIRADOR DEL TALA	172
PROYECTO: PARQUE SERRANO	174
PROYECTO: OFICINAS DE INGRESO Y CARTELERÍA DE BIENVENIDA	178
PROYECTO: OFICINA DE INFORMES PLAZA MARQUÉS DE SOBREMONTÉ	181

indice

INDICE

	PROYECTO: RESERVA MUNICIPAL FLOROFAUNÍSTICA	185
	PROYECTO SISTEMA DE ATENCIÓN A CONTINGENTES	190
	PROYECTO: PLAN DE EMBELLECIMIENTO TURÍSTICO DE LA VILLA DE MERLO	194
	“PREMERLO” – PROGRAMA DE INCENTIVO TURÍSTICO TEMPORADA VERANO 2024	197
	PROYECTO “PASAPORTE TURÍSTICO”	200
	EVOLUCIÓN DEL SITIO WEB OFICIAL DE TURISMO DE LA VILLA DE MERLO	203
	ORDENAMIENTO DEL TURISMO EN MOTORHOME	204
	MOTOTURISMO EN VILLA DE MERLO	208
	TURISMO EDUCATIVO EMISIVO	210
	PROYECTOS EN CARPETA	211
	CAMINO DE LAS PULPERÍAS	215
	BUS TURÍSTICO	219
	ASTROTURISMO – MIRADORES DEL CIELO Y DEL PEÑÓN	244
	ruta del té – de pepe mercau a carpintería	246
Capítulo 3	CAPÍTULO III: EVENTOS Y ACTIVIDADES ESPECIALES	247
	EVENTOS PRODUCIDOS Y AUSPICIADOS	248
	MERLO VIBRA AL RITMO DEL TANGO; ENCUENTRO Y NUEVO PASEO EN ABRIL	250
	ORGANIZACIÓN DEL 24º ENCUENTRO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS EN LA VILLA DE MERLO	252
	MONUMENTO AL MOTOCICLISTA ARGENTINO	254
	PEATONAL DE LAS ARTES	255
	MÚSICA AL ATARDECER	257
	CIRCUITOS GUIADOS	257
	AUTO CIRCO	259
	BAILE CARNAVAL	261
	APERTURA TEMPORADA	262
	LANZAMIENTO DE TEMPORADA 2025: “SOÑÁ & VIVÍ, SENTÍ MERLO”	264
	PARTICIPACIÓN DE LA VILLA DE MERLO EN LA 49.ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BUENOS AIRES	266
Capítulo 4	CAPÍTULO IV - PROGRAMAS REALIZADOS	267
	PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA “ARGENTINA TE INCENTIVA”	267
	IMPLEMENTACIÓN DEL SELLO IGUALDAD EN LA SECRETARÍA DE TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD DE LA VILLA DE MERLO	269
	PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA “PROMOVER”	276
Capítulo 5	CAPÍTULO V: MIRADAS Y PERCEPCIONES	278
	MIRADA INTERNA Y DESAFÍOS FUTUROS	278
	VOCES DEL EQUIPO	278
	PERCEPCIONES EXTERNAS DE LA SECRETARÍA	290
	CONCLUSIONES FINALES	294

Introducción

PALABRAS DEL SECRETARIO DE TURISMO

El Turismo como Política de Estado: Gestión, Calidad y Producto Turístico en la Villa de Merlo

El turismo es una actividad transversal a múltiples áreas: la cultura, el deporte, el ambiente, la gastronomía, las experiencias de aventura, el descanso. En definitiva, bien gestionado y con profesionalismo, es una actividad altamente rentable para las empresas que se involucran, y por ende, para toda una comunidad y una región.

El rol del Estado es articular el vínculo entre lo público y lo privado para alcanzar objetivos económicos y sociales. Sin embargo, jamás debe transformarse en una pseudoempresa: el Estado no debe lucrar con el turismo, pero sí tiene la responsabilidad de garantizar servicios públicos, infraestructura, promoción del destino, capacitaciones y un marco legal justo. Así, se asegura una competencia interna equitativa y una propuesta diferenciada y atractiva frente a otros destinos, favoreciendo la inversión privada y el desarrollo local. Cuando una cadena hotelera prospera gracias a estas condiciones, paga sus tasas al Estado, que las reinvierte en servicios para toda la ciudad.

Fui convocado por el intendente Juan Álvarez Pinto para asumir la Secretaría de Turismo el 10 de diciembre de 2019. En ese momento, presentamos un Programa de Gestión Turística (PGT) para ser desarrollado a lo largo de

cuatro años. Por supuesto, en ese entonces no imaginábamos una pandemia que modificaría profundamente los planes iniciales. Sin embargo, supimos aprovechar ese tiempo para reorganizarnos internamente y proyectar a futuro.

Al asumir, nos encontramos con una Secretaría que incluía también las áreas de Cultura y Deporte, sin un plan de desarrollo turístico, sin estrategia ni continuidad de políticas públicas. Existía únicamente el pedido verbal de finalizar la regularización de los guías de turismo activo —gestión que continuamos—, y consolidar la estructura del Ente Mixto de Promoción Turística, creada años atrás.

El intendente tomó la decisión de dividir la secretaría en tres áreas bien definidas: Turismo, Cultura y Deporte. Esto permitió que cada una fortaleciera su identidad y objetivos, trabajando de manera articulada para generar acciones conjuntas. Con el tiempo, se demostró que esta estrategia dio resultados sólidos en términos de gestión y desarrollo.

Asumimos bajo un nombre ambicioso: Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos. Ese nombre reflejaba nuestros ejes de trabajo, tal como fueron delineados en el PGT.

Gestión

La gestión estatal en turismo debe orientarse a generar políticas públicas que mejoren la competitividad del destino y consoliden a Merlo como un producto turístico de calidad. Para ello, se necesita un marco legal, profesional y competitivo que acompañe el desarrollo de cada unidad de negocio, tanto individual como colectiva, siempre en beneficio de la comunidad.

Gestionar no es tarea fácil: implica consensuar intereses colectivos por encima de los individuales. Muchas veces, un cambio beneficioso para toda la ciudad puede perjudicar intereses particulares. Por eso, el trabajo es doble: instalar una nueva lógica de gestión y, al mismo tiempo, lograr que todos los actores comprendan que el beneficio colectivo también impacta positivamente en cada sector.

Un ejemplo concreto fue la transformación de la Reserva Municipal Florofaunística. Allí, durante años, diversos actores usufructuaban un espacio público de manera informal, sin retribución a la comunidad. Mediante un proyecto de gestión y un proceso de diálogo, se logró organizar ese uso, reconociendo derechos, estableciendo obligaciones y generando beneficios compartidos. Se capacitó a los denominados “trapitos” o cuidacoches,

quienes hoy forman parte de una ONG como protectores ambientales. Brindan servicios de ordenamiento vehicular, cobran un canon, pero también se encargan de la limpieza, la seguridad, el control de venta ambulante, el mantenimiento del espacio y la información turística. En la misma asociación participan guías, artesanos, operadores de aventura y otros actores del lugar. Hoy, la reserva funciona de manera ordenada, con control del Estado pero sin grandes erogaciones.

Eso es gestionar: transformar conflictos en oportunidades, y desorden en planificación. Así también trabajamos con el HCD en ordenanzas como la de motorhomes, el Merlo Bureau de Eventos, el PROCATUR, habilitaciones, o articulamos con Nación programas como Argentina Te Incentiva, Promover Turismo Federal y Sostenible, Sello Igualdad, Red DTI, Red Federal de Municipios Turísticos, o con entidades como AOCA, FAEVYT, FEHGRA, universidades como la UNLC, la UNSL y diversos municipios con los que firmamos convenios académicos, turísticos y de inversión. Se gestiona hacia adentro, generando consensos, y hacia afuera, buscando oportunidades para Merlo.

Calidad

La Secretaría carecía de personal calificado, salvo algunos profesionales. La pandemia nos permitió evaluar y reorganizar el equipo. Sin desmerecer a nadie, pasamos de una lógica de empleados a una lógica de equipo. Como en el fútbol: primero se evita el gol en contra, y después se construye el ataque.

Incorporamos jóvenes profesionales formados en la FTU, con herramientas digitales y una mirada contemporánea, que marcaron la diferencia con otros destinos. Creamos áreas específicas dentro del equipo técnico: observatorio turístico, redes y contenidos, logística, promoción, turismo religioso, MBE, PROCATUR, guardia turística, entre otras. Apostamos a un profesionalismo con compromiso, vocación y visión de futuro.

Desde esta lógica impulsamos el Programa de Capacitación Turística (PROCATUR), que se institucionalizó por ordenanza y que hoy forma parte de nuestra política de Estado, con el objetivo de elevar la calidad en todo el sector. Como dice el Gobernador: “La diferencia entre lo muy bueno y lo excelente está en los pequeños detalles”.

Calidad es atender bien al turista, con herramientas modernas, uniformes, cartelería, accesibilidad, tecnología, página web, códigos QR. Es embellecer la ciudad con programas como “Construyendo con tu Pueblo”. Merlo está en permanente transformación, y las capacitaciones se adaptan a las tendencias que nos marca el Observatorio.

Producto Turístico

Merlo, como Tercer Microclima del Mundo, es en sí mismo un producto natural privilegiado, que debía ser potenciado. Hoy estamos entre los diez destinos más elegidos por los argentinos.

Desarrollamos sub-slogans como 100 Opciones, 1 Lugar; Mototurismo, AutoTur; Aromas, Sabores y Aventura; Soñá & Viví, Sentí Merlo; para comunicar un destino con múltiples propuestas: Ruta de la Fe, Turismo Aventura, Astroturismo, Sabores, Naturaleza, Cultura.

Creamos herramientas como el Pasaporte Turístico Cultural o Pre-Merlo, que impulsaron al

sector privado a desarrollar su propia unidad de negocio. Festivales como El Abuelazo, Cana-Fest, el Encuentro Nacional del Tango, de Coros, Jazz, Danza, Cervecedores, conviven con los organizados por el Estado: Maratón Héroes de Malvinas, Pintores Paisajistas, Fiesta de la Dulzura, Festival Valle del Sol, UTM, Trail Run, Encuentro del Motociclista Argentino, entre otros.

Hoy, Merlo vive un turismo articulado con todas las áreas del gobierno, brindando herramientas para que cada actor pueda generar productos transversales y sostenibles.

Conclusión

El turismo en la Villa de Merlo debe ser, a mi entender, una acción articulada entre gestión, calidad y producto, con fuerte participación pública y privada.

Durante muchos años, el turismo fue abordado sólo desde el sector privado, mientras el Estado lo usaba como vidriera electoral. Pero desde 2019, con la llegada de Juan José Álvarez Pinto a la intendencia, el turismo pasó a ser política de Estado. Hoy, todas las áreas municipales incorporan el concepto y la acción turística en sus agendas.

La Secretaría de Cultura, por ejemplo, resignificó eventos como el Festival Valle del Sol o la Fiesta de la Dulzura, ubicándolos en fechas no tradicionales para promover el movimiento turístico. La Secretaría de Deportes jerarquizó eventos como la Maratón Héroes de Malvinas, los Trail y la UTM, posicionando a Merlo como Ciudad del Deporte e integrando la Red Latinoamericana de Turismo Deportivo. La Secretaría de Ambiente, la Dirección de

Discapacidad, Mujeres en Red, Obras Públicas, hasta el Taller Protegido El Mirlo, todos están integrados a la dinámica turística: desde el mercado de productores hasta la panificación para coffee breaks, pasando por la accesibilidad, la gestión de residuos y el embellecimiento urbano. Todo se hace pensando en el turismo, y por lo tanto, en mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Aún falta avanzar. No sé si mucho, pero falta. Y solo se logrará con madurez y trabajo sostenido, entendiendo que el turismo es una herramienta clave para nuestra economía. El debate no puede ser solo en redes sociales: empresarios grandes y pequeños deben formar parte de las políticas turísticas que los benefician, cuidando también el interés común.

El camino está trazado. El futuro dependerá de los equipos técnicos, del compromiso del sector privado, pero sobre todo, de que cada funcionario, más allá del color político, continúe y fortalezca la senda iniciada en 2019.

Del criterio turístico de todos nosotros depende la calidad de vida de los merlinos.

Seguí sumando. Seguí sintiéndote parte.

Santiago Martín Trobo

Secretario de Turismo de Villa de Merlo

■ RAZÓN DE SER

La presente gestión de la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo tiene como eje central el desarrollo sostenible del destino, la promoción de la identidad local y el fortalecimiento del vínculo con residentes, visitantes y prestadores turísticos. Este manual nace como una herramienta fundamental para ordenar, sistematizar y transparentar nuestros procesos internos, garantizando una gestión eficiente, y participativa orientada a resultados, ante la necesidad de tener documentado y materializado el trabajo diario para asegurar su continuidad futura.

Nuestro compromiso es con un turismo que respete nuestro entorno natural y cultural, potencie nuestras tradiciones con su evolución en el tiempo y genere oportunidades reales para todos los actores de la comunidad. Con este espíritu, ponemos en marcha este manual de gestión, que será una guía tanto para nuestro equipo como para quienes interactúan con la Secretaría desde distintos roles y ámbitos.

■ OBJETIVO DEL MANUAL

El objetivo de este manual es establecer un marco claro y ordenado para la gestión interna de la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo. Busca definir, estandarizar y documentar los procesos, funciones, responsabilidades y procedimientos que se llevan adelante, con el fin de mejorar la eficiencia administrativa, la calidad de los servicios y la transparencia institucional.

Asimismo, el manual pretende ser una herramienta viva que facilite la capacitación del personal, la continuidad de las acciones más allá de los cambios de gestión, y el fortalecimiento de una cultura organizacional basada en la mejora continua.

■ ALCANCE Y DESTINATARIOS

Este manual está dirigido al personal de la Secretaría de Turismo, tanto de planta permanente como contratado, incluyendo a sus diferentes áreas, programas y dependencias. También podrá ser consultado por otras áreas del Municipio, instituciones vinculadas, prestadores del sector y cualquier actor interesado en conocer el funcionamiento interno de la Secretaría.

El alcance del manual comprende todos los procesos clave relacionados con la planificación, ejecución, monitoreo y evaluación de políticas y acciones turísticas impulsadas desde la Secretaría.

■ MARCO NORMATIVO Y LEGAL

El presente manual se enmarca dentro de la normativa vigente a nivel municipal, provincial y nacional, que regula el funcionamiento de los organismos públicos y la actividad turística. Entre las disposiciones más relevantes se consideran:

- La Carta Orgánica Municipal de la Villa de Merlo.
- Normativa Nacional
 - Ley 19918 – Adopción del Convenio de Bruselas sobre contrato de Viaje
 - Ley 21382 – Ley Nacional de Inversiones Extranjeras
 - Ley 24240 – Ley de Defensa del Consumidor
 - Ley 24787 - Modificatoria de la Ley de Defensa del Consumidor
 - Ley 24999 – Modificatoria de la Ley de Defensa del Consumidor
 - Ley 25599 – Ley de Turismo Estudiantil
 - Ley 25997 – Ley Nacional de Turismo
 - Ley 25643 – Ley de Turismo Accesible
 - Ley 25651 – Incorporación de Información a Vouchers
 - Ley 26104 – Publicidad con Fines Turísticos
 - Ley 26208 – Modificatoria de la Ley de Turismo Estudiantil
 - Ley 26361 – Modificatoria de la Ley de Defensa del Consumidor
 - Decreto 1853/93 – Decreto Reglamentario de la Ley Nacional de Inversiones Extranjeras
 - Decreto 1297/06 – Decreto Reglamentario de la Ley Nacional de Turismo

Resoluciones y normativa actualizada de la Subsecretaría de Turismo, dependiente de la Secretaría de Turismo Ambiente y Deportes de Vicejefatura de Gabinete del Interior:
<https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/normativa>

- Ordenanzas municipales vinculadas a la actividad turística, al medio ambiente y a la gestión administrativa.

Regulación de Alojamientos Turísticos

- **Ordenanza N° III-1134-C.D.-2024:** Establece la regulación de los alojamientos turísticos y las sanciones por falta de habilitación. Deroga normativas anteriores como la Ordenanza N° VIII-0496-HCD-2012 y su modificatoria, la Ordenanza Municipal N° VIII-0813-HCD-2017. La ordenanza estipula sanciones progresivas para quienes operen sin habilitación, incluyendo multas, clausuras temporales y, en casos reiterados, la pérdida definitiva de la habilitación.
- **Requisitos para habilitación:** El Municipio de Villa de Merlo establece una serie de requisitos para la habilitación de alojamientos turísticos, como la presentación de planos aprobados, botiquín de primeros auxilios, extintores de incendios, libros de registro de pasajeros, entre otros.

Guías de Turismo

- **Ordenanza N° III-1121-C.D.-2024:** Adhiere a la Ley Provincial de Guías de Turismo, estableciendo un marco normativo para la actividad de los guías en la localidad.
- **Ordenanza N° III-0675-HCD-2015:** Reglamenta la actividad de los guías de turismo, incluyendo requisitos para su habilitación y funciones específicas. Deroga la Ordenanza III-0584/2013

Patrimonio Histórico y Cultural

- **Ordenanza N° 780-HCD-2001:** Establece normas básicas de turismo, incluyendo medidas para la protección del patrimonio histórico y cultural de la Villa de Merlo. Define categorías de protección para monumentos, conjuntos históricos y áreas arqueológicas, con el objetivo de preservar el patrimonio local.

Turismo Activo y Alternativo

- **Ordenanza N° 1026-HCD-06:** Regula la actividad de los prestadores de turismo activo y crea un registro específico para ellos, asegurando estándares de calidad y seguridad en las actividades turísticas alternativas.
- **Ordenanza N° 794 HCD-2002:** Crea el Registro de Guías Baqueanos para el turismo alternativo, reconociendo y formalizando la labor de los guías locales en actividades no convencionales.

Gestión y Promoción Turística

- **Ordenanza N° III-0502-HCD-2012:** Crea el Ente Mixto de Promoción Turística (EMIPROTUR), encargado de coordinar acciones entre el sector público y privado para la promoción del destino.
- **Ordenanza N° III-0906-HCD-2019:** Modifica aspectos de la ordenanza que creó el EMIPROTUR, actualizando su estructura y funciones para una gestión más eficiente.
- **Ley Provincial de Turismo de San Luis.**

Este marco normativo orienta la elaboración y aplicación del manual, asegurando que cada acción desarrollada esté en consonancia con las obligaciones legales y los principios de la administración pública.

■ EVOLUCIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO PERÍODOS 2019–2023 Y 2023–2027

La Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo ha transitado un proceso de fortalecimiento y consolidación institucional entre los periodos de gestión 2019–2023 y 2023–2027. A lo largo de estos años, se han registrado avances significativos en la planificación estratégica, la articulación con el sector privado, la modernización de los procesos internos y el posicionamiento del destino en mercados turísticos clave.

• PRINCIPALES AVANCES DEL PERÍODO 2019–2023

Reestructuración interna de la Secretaría, con la creación de áreas clave y nuevas funciones.

Se llevó adelante un proceso de reorganización interna orientado a modernizar la estructura operativa de la Secretaría. Esta reestructuración permitió definir funciones específicas y crear áreas técnicas que no existían previamente, como Estadísticas y Observatorio Turístico, Capacitación, Comunicación y Promoción, Turismo de Reuniones, entre otras. Esta nueva organización favoreció una mayor eficiencia en la gestión, mejoró la capacidad de planificación estratégica y potenció la coordinación entre los equipos de trabajo.

Puesta en marcha de un sistema unificado de atención turística en puntos de informes.

Se consolidó un sistema integral de atención al visitante mediante la coordinación de los distintos centros y puntos de informes turísticos. Este cambio implicó la implementación de protocolos comunes de atención, horarios coordinados, unificación de la imagen institucional, incorporación de nuevas tecnologías (como tablets con geolocalización y encuestas digitales), y una mejora general en la calidad del servicio ofrecido al turista. Además, se amplió la cobertura territorial y se reforzaron los turnos durante los periodos de alta demanda.

Lanzamiento de campañas de promoción digital con enfoque en turismo de naturaleza y bienestar.

En línea con las tendencias globales y con los atributos naturales propios del destino, se desarrollaron campañas de promoción centradas en experiencias relacionadas con la naturaleza, el bienestar y el turismo sustentable. Estas campañas se difundieron principalmente a través de plataformas digitales, utilizando herramientas de segmentación para llegar a públicos específicos. La estrategia incluyó la producción de contenido audiovisual de alta calidad, presencia activa en redes sociales, colaboración con influencers y medios especializados, y la mejora de la visibilidad del destino en buscadores y portales turísticos.

Inicio de procesos de análisis de datos turísticos, actualización de relevamiento y conformación de un observatorio local.

Con el objetivo de contar con información confiable para la toma de decisiones, se iniciaron acciones sistemáticas de relevamiento de datos turísticos. Esto incluyó encuestas a visitantes sobre los servicios recibidos, monitoreo de ocupación con inclusión de nuevos prestadores de servicio, análisis de flujos y preferencias, gasto promedio, percepción de otros indicadores. Como parte de este proceso, se creó el Observatorio Turístico de Villa de Merlo, un espacio técnico para el análisis y la interpretación de datos, que permitió mejorar la planificación, evaluar resultados y elaborar informes periódicos útiles tanto para el sector público como para los actores privados del turismo.

Incorporación progresiva de herramientas digitales para la gestión interna y la atención al visitante.

Se promovió la modernización de los procesos internos mediante la incorporación de herramientas digitales para la planificación, la gestión documental, la sistematización de estadísticas, la gestión de agendas y la comunicación interna. A su vez, se introdujeron soluciones digitales para mejorar la experiencia del visitante, como códigos QR con información turística específica por rutas e intereses, aplicaciones móviles para facilitar el acceso a la información, reestructuración de una página web que sea dinámica, formularios de contacto online, mapas interactivos y un sistema de gestión de reclamos y sugerencias. Esta transformación permitió optimizar recursos, agilizar la respuesta institucional y mejorar el acceso a la información tanto para el personal como para el público.

Establecimiento de vínculos con cámaras y asociaciones del sector.

Se consolidó una política de vinculación activa con el sector privado y con otras instituciones afines, promoviendo un trabajo articulado y participativo. Se fortalecieron los lazos con cámaras empresariales, asociaciones profesionales, prestadores turísticos, universidades y organizaciones sociales. A través de mesas de trabajo, convenios de cooperación y capacitaciones conjuntas, se generaron instancias de diálogo y colaboración que contribuyeron al desarrollo de una gestión turística más integrada, con mayor legitimidad y alineada con las necesidades reales del destino.

• LA GESTIÓN TURÍSTICA EN CONTEXTO DE PANDEMIA (2020-2021)

La pandemia de coronavirus -también conocido como COVID-19- se inició a fines de noviembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, China, cuando se descubrió a un grupo de personas con un extraño tipo de neumonía desconocida hasta ese momento. Se sospecha que el paciente 0 habría contraído la enfermedad en una feria de animales exóticos.

La Argentina registró su primer caso positivo el 3 de marzo. A partir de ese momento empezó a adoptar diversas medidas para evitar la propagación del virus hasta llegar a la cuarentena total, dictada por el presidente Alberto Fernández el jueves 19 de marzo. En ese momento se cerraron las fronteras, se suspendieron las clases y la ciudadanía sólo podía salir de sus casas para ir a comprar comida o insumos médicos.

La pandemia del COVID-19 ha afectado terriblemente al mundo y su rápida propagación ha obligado a muchos países a tomar diversas medidas sanitarias que aminoren el número de casos de contagio, desde el confinamiento en hogares, cambios en la higiene personal, distanciamiento social, cierre de actividades económicas, entre otras más.

La preocupante situación epidemiológica en Argentina ha provocado que el caso de nuestro país sea analizado dentro y fuera de nuestras fronteras. Este duro impacto ha hecho también, que se formulen varias preguntas sobre la gestión política que se está haciendo respecto a la crisis.



Los estragos han puesto de manifiesto que el panorama futuro de la economía en el mundo se discute en términos de procurar una rápida recuperación y que debido a la evolución de la pandemia parece no tener certidumbre en el tiempo. Y una de las actividades más afectadas ha sido el turismo.

Durante los años 2020 y 2021, la irrupción de la pandemia por COVID-19 representó un desafío inédito para la actividad turística. El cierre de fronteras, las restricciones a la circulación y las medidas sanitarias impuestas a nivel nacional impactaron directamente sobre la economía local, especialmente en un destino como la Villa de Merlo, cuya matriz productiva depende en gran parte del turismo.

Ante este escenario, desde la Secretaría de Turismo se asumió un rol activo en la articulación de medidas sanitarias, el acompañamiento al sector privado y la planificación de una reactivación turística segura. Se elaboraron protocolos específicos para los distintos rubros turísticos, en coordinación con las autoridades sanitarias y en cumplimiento con la normativa nacional y provincial. También se implementaron campañas de comunicación y se organizaron instancias de capacitación para garantizar la correcta aplicación de estas medidas en los establecimientos.

A continuación, se detallan los principales lineamientos del protocolo elaborado para el sector gastronómico, uno de los más representativos del destino y de los primeros en reactivarse bajo estrictas normas de bioseguridad.

Además reúne los desafíos que enfrentan los destinos turísticos hoy y su interacción con el gobierno provincial y nacional.

Las medidas de cuarentena y distanciamiento establecidas estuvieron graduadas en ocho fases, dependiendo de la velocidad de contagio en cada lugar, diagramadas por el Ministerio de Salud.

Dependiendo la situación en cada región, ciudad e incluso barrio, la fase podía variar en el sentido de una mayor o menor movilidad.

A partir del 12 de abril del año 2020 cada provincia y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, supervisadas por el gobierno nacional, quedaron facultadas para salir del aislamiento obligatorio, pero estableciendo protocolos que garanticen el «distanciamiento» social. Cabe destacar que si bien las provincias eran “independientes”, en realidad se siguió el mismo lineamiento dictado por la nación.

Lamentablemente es una situación difícil la que enfrenta la ciudadanía hoy, las consecuencias de esta pandemia son tanto de carácter sanitario, como social y económico. El turismo es uno de los sectores donde la crisis del coronavirus ha golpeado con más dureza. Desde que inició la cuarentena nuestro destino no tiene una actividad regular, cuestión que se agrava ya que para la Villa de Merlo el Turismo es un sector clave.

Han pasado 16 meses con esta nueva realidad, donde muchos prestadores de servicios turísticos de la Villa de Merlo cesaron su trabajo, no pudiendo sostener su emprendimiento en este contexto.

Es por esto que es de vital importancia el trabajo conjunto del sector, encabezado por los gobiernos locales, el sector empresarial y el respaldo tanto de provincia como de nación, para poder sacar adelante la actividad turística de nuestro destino.

• **MEDIDAS ADOPTADAS DESDE EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SAN LUIS**

El 20 de marzo del año 2020, inició, a partir de un decreto del gobierno nacional, el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio por la Pandemia de Coronavirus en todo el territorio argentino.

En esta fecha en la provincia se conformó un Comité de Crisis, cuya labor es decidir qué se hace, cómo se hace para la resolución del problema y qué se dice y cómo se dice en todo lo concerniente a la gestión comunicativa. En el Comité de Crisis está la responsabilidad de la actuación ante los acontecimientos.

A continuación desarrollamos las principales decisiones llevadas a cabo durante el año 2020/2021:

- **Desde la 00:00 horas del 19 de marzo quedaron habilitados sólo 6 puestos fronterizos en el territorio provincial: Desaguadero (Mendoza); Justo Daract, Baldecito y Santa Rosa (Córdoba); La Tranca (San Juan); Arizona (La Pampa). Sin afectar el normal abastecimiento de todo el territorio provincial.**
- **Apertura de la línea telefónica 107 para comunicar casos de personas con síntomas sospechosos de Coronavirus**
- **Licencia laboral para las/los mayores de 60 años, embarazadas y menores de 60 años que integren los grupos de riesgo.**
- **Cierre de Áreas Naturales Protegidas de la provincia, Parques Provinciales, ferias, museos y casas culturales.**
- **Suspensión de todo tipo de eventos masivos, reuniones y eventos sociales.**
- **Adhesión a la norma del Gobierno Nacional instando a que todos los servicios de hospedaje devuelvan a los turistas el importe de las reservas realizadas entre el 17 y 31 de marzo. Suspensión de todo tipo de actividad en los cursos y espejos de agua de la Provincia.**

- El 23 de marzo se dispuso que sólo podrán acceder a la provincia las personas procedentes del exterior que posean la autorización emitida por el Gobierno provincial, la cual se solicita mediante la página oficial.
- A partir del 24 de abril se dispuso poner una persona del Comité en cada departamento y los mismos deben tener un interlocutor para lograr una comunicación diaria más fluida en este contexto.
- Se solicitó la colaboración de la V Brigada Aérea y del Grupo de Artillería 7 del Ejército Argentino, para el armado de hospitales de campaña como así también para la preparación de raciones de comidas (viandas).
- Se convocó a los empresarios hoteleros de San Luis, a fin de suscribir convenios voluntarios para alojar en sus instalaciones a aquellos casos sospechosos de Coronavirus que las circunstancias así lo requieran.
- El 25 de marzo se decidió la creación y armado de los “Centros de Atención de Pacientes Leves”, los que contaron con la siguiente disponibilidad según ciudad: San Luis, 400 camas; La Punta, 500 camas; Villa Mercedes, 900 camas; Villa de Merlo, 100 camas.
- El 26 de marzo toda persona autorizada a ingresar a la Provincia, debía someterse a la cuarentena obligatoria en los lugares que determine el Gobierno de San Luis. 12 de abril el Gobernador Alberto Rodríguez Saá, en una nueva videoconferencia con los Intendentes Municipales de la Provincia puso en conocimiento de un nuevo protocolo denominado Anillos Sanitarios. El mismo, establece zonas geográficas perfectamente delimitadas a las que se les asignan un determinado grado de riesgo en función a la densidad de población y los casos de Coronavirus sospechosos y confirmados. Este protocolo constituyó una herramienta que, en el futuro, posibilitó administrar las actividades dentro del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio.
- Se dispuso que los comercios habilitados para la atención al público, sólo podrán hacerlo respetando la numeración, par o impar, según el día correspondiente. Ello conlleva la obligatoriedad de presentar el documento de identidad por parte del consumidor.
- Para el ingreso a la Provincia de San Luis se deberá tramitar la solicitud en la siguiente dirección web: www.sanluis.gov.ar/coronavirus. La Provincia evaluará los pedidos y establecerá las prioridades de ingreso conforme a las situaciones personales planteadas.
- Quienes ingresen deberán, obligatoriamente, cumplir con la cuarentena en el lugar que disponga el Gobierno provincial, afrontando los costos de alojamiento si así correspondiera.

- 19 de abril ya pueden consultarse en www.sanluis.gov.ar/coronavirus, los distintos protocolos que regulan la actividades dentro de los límites de la Provincia de San Luis: Ingreso y Egreso de la Provincia; Transporte Provincial de Pasajeros; Actividades Agropecuarias; Empresas Exceptuadas según Actividad; Circulación del Personal de Empresas Exceptuadas; Obras Públicas; Servicios de Delivery y Puerta a Puerta; Tipos y Modalidades de Uso del Tapaboca.
- 26 de abril se estableció una nueva etapa para el Aislamiento, Social, Preventivo y Obligatorio, cuyo principal objetivo es mantener el estatus sanitario actual.
- 30 de abril se resolvió acelerar el ingreso de todos los Puntanos que se encuentran fuera de la Provincia esperando volver a San Luis. En función de ello se dispuso que, a las residencias de la ULP, se le sumarán los hoteles EPIC San Luis y Villa Mercedes como lugares de residencia para que estos comprovincianos puedan realizar la cuarentena obligatoria a su vuelta. En todos los casos, el costo del hospedaje será absorbido por el Estado provincial, además de garantizarse, en los distintos lugares de alojamiento, un régimen de pensión completa.
- De mantenerse el estado epidemiológico reinante en la Provincia, el día viernes 23 de mayo se anunciaría la habilitación de nuevas actividades en el marco de la flexibilización del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio.
- Se autorizó, a partir del sábado 30 de mayo, algunas actividades y estableció nuevos horarios para las mismas.
- 5 de junio en virtud de que la Provincia de San Luis ingresó en la fase de “Distanciamiento Social”, se estableció a partir del día lunes 8 de junio, nuevas medidas.
- 8 de junio se establece que, en virtud del nuevo estatus sanitario de Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio, todas las personas deberán mantener entre ellas una distancia mínima de dos (2 metros), utilizar tapabocas en espacios compartidos, higienizarse asiduamente las manos, toser en el pliegue del codo, desinfectar las superficies, ventilar los ambientes y dar estricto cumplimiento a los protocolos emitido por las autoridades provinciales.
- El 12 de junio se puso en conocimiento de la Provincia de Córdoba, los resultados obtenidos durante el abordaje territorial en la zona Villa de Merlo (San Luis) – La Paz (Córdoba).
- 16 de junio ante la detección de casos positivos de Coronavirus en Traslasierra, Departamento San Javier, sumado a hechos advertidos en la zona limítrofe de las provincias de San Luis y Córdoba, el Comité de Crisis resolvió que se reforzarán los controles limítrofes en el norte provincial.



- **Proyectando la potencial apertura del turismo interno, el Comité de Crisis confeccionó un “Protocolo para Alojamientos Turísticos” que, en las próximas horas, estará disponible en la página web del Gobierno de la Provincia. El mismo, prevé un ciclo de capacitaciones y un formulario de habilitación, online y de carácter obligatorio, para todos los establecimientos que quieran reanudar sus actividades.**
- **En función del caso de COVID – 19 detectado en la localidad de Tilisarao, y de acuerdo a los contactos estrechos mantenidos por el paciente, el Comité de Crisis realizó 206 test rápidos en el norte de la Provincia, particularmente en las localidades de Tilisarao, Villa Larca, Villa del Carmen y Papagayos.**
- **Con el mismo objetivo, el día martes 07 se realizarán testeos, a todo aquel que lo requiera, en el Hospital Madre Catalina Rodríguez de la localidad de Villa de Merlo.**
- **El 6 de julio por mediación del Comité de Crisis, la empresa Edesal accedió a implementar una serie de medidas que redundan en beneficio del sector hotelero: -Reducción del cargo fijo. -Suspensión de intereses y penalidades, por el término de 60 días, para las facturas no abonadas de los períodos 7 y 8 de 2020.**
- **El 9 de julio toda la Provincia vuelve a Fase 5 de Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio.**
- **El Comité de Crisis comunica que, por idéntica razón, se rehabilita la actividad turística en todo el ámbito de la Provincia de San Luis.**
- **El 13 de julio se informa que, en las últimas 96 horas, se reportaron 2 nuevos casos positivos de Coronavirus, ambas determinaciones hechas por laboratorios fuera de la Provincia.**
- **15 de julio se resolvió que, en virtud del estatus epidemiológico actual, el lunes 10 de agosto se reiniciarán las clases presenciales en la Provincia de San Luis.**
- **24 de julio se informa que, al día de la fecha y en la Provincia de San Luis se verificaron en total 19 casos COVID – 19. De ellos, 6 son casos activos y 13 ya cuentan con el alta médica.**
- **A partir del lunes 03 de agosto y como consecuencia de haber entrado en vigencia el DNU 641 del PEN, algunas actividades habilitadas hasta el momento se ajustarán a lo dispuesto en el artículo 9 de la mencionada norma.**
- **A consecuencia de ello, la Provincia de San Luis dará cumplimiento a la prohibición de eventos sociales y familiares.**

- 28 de agosto se recomienda evitar, en el ámbito provincial, la circulación interdepartamental.
- 3 de septiembre Villa de Merlo vuelve a fase 1 por 7 días junto a otras localidades de la provincia
- El 7 de octubre la atención en bares y restaurantes, los días viernes, sábados y domingos, no estará limitada al número de terminación del DNI.
- Se habilita el Turismo Interno, para grupos convivientes y con reserva previa en los establecimientos inscriptos en el Registro Provincial de Adhesión al Protocolo COVID – 10, los días viernes, sábados, domingos y feriados.
- 9 de noviembre se establece el horario de 6 a 23 hs para la circulación y realización de actividades autorizadas. Se exceptúa de la norma a aquellas actividades definidas como esenciales, las mismas exigen contar con las autorizaciones de circulación correspondientes.
- Además se modifican los requisitos de ingreso a la provincia. A partir de ahora, sólo se requerirá una autorización que se gestionará a través de la web: www.sanluis.gov.ar/coronavirus y un análisis de PCR NEGATIVO con una antigüedad no mayor a 48 horas. No se exigirá la realización de cuarentena.
- Desde el lunes 23, los puntanos que deban salir de la Provincia podrán hacerlo por 72 horas sin necesidad de PCR.
- A los fines de facilitar el cumplimiento del protocolo de ingreso, se extendió a 72 horas la validez del certificado de PCR -el plazo se cuenta a partir del momento del hisopado-.
- A partir de las 00 horas del sábado 28 de noviembre se podrá ingresar a la Provincia de San Luis SIN autorización previa, PCR y cuarentena, independientemente del motivo y del medio de transporte utilizado. Sólo se requerirá un registro de trazabilidad que se efectuará en el puesto limítrofe. La medida se extiende a los que ingresan por razones particulares, de salud, actividades agropecuarias y de transporte, y a todos aquellos que cuenten con la autorización interjurisdiccional emitida por el gobierno nacional.
- A partir del lunes 30 de noviembre, se habilitan todos los puestos limítrofes de la Provincia de San Luis, se amplía el horario para las actividades autorizadas hasta las 24:00 horas, de lunes a domingo, se permite el turismo interno para todos, sin ningún tipo de limitaciones y los encuentros esenciales podrán hacerse hasta un máximo de 10 personas y el límite será la hora 24:00 horas.

- **11 de diciembre se extiende el horario de las actividades aprobadas y la circulación de personas hasta las 02:00 de la madrugada, de lunes a domingos, amplían a un máximo de 20 personas las autorizadas a participar de los reencuentros esenciales y habilitan a partir del lunes 15 de diciembre, las siguientes actividades: Apertura de la Temporada Turística, Parques y Áreas Protegidas, Casinos de San Luis, Villa Mercedes, La Punta y Villa de Merlo, Camping, Balnearios, Piscinas Recreativas y Hoteles Alojamientos; Realización de Fiestas de Egresados; Realización de Deportes de Contacto; Eventos Deportivos sin presencia de público, previo hisopado de los participantes.**
- **17 de abril después de la publicación del gobierno nacional del Decreto de Necesidad de Urgencia (DNU), el Gobierno provincial se pronunció en consonancia a lo dispuesto por Alberto Fernández. Se limitó la circulación en San Luis, de 20 a 6 de la mañana, se continuará con el dictado de las clases presenciales, toda actividad comercial y de servicios podrá funcionar de 06 a 19 hs con una capacidad máxima de aforo del 30%, excepto actividades recreativas, deportivas, culturales y religiosas que quedan suspendidas. Después de las 19 hs, bares y restaurantes sólo podrán atender a través de la modalidad de reparto por delivery. Los reencuentros esenciales podrán hacerse en el horario permitido para circular y con máximo de 10 personas. Se cierran las Parques Provinciales y espacios públicos de recreación, los espacios públicos deportivos, museos y casas culturales. Se suspenden todos los eventos deportivos provinciales, competitivos o de recreación, federados o no. Se mantienen suspendidos todo tipo de eventos y fiestas patronales.**
- **El 17 de mayo se resuelve la suspensión de las clases presenciales en todo el territorio provincial, dando paso al modelo de enseñanza virtual.**
- **La circulación para la adquisición de productos, bienes y servicios estará determinada según la terminación del Documento Nacional de Identidad. Los días pares para personas cuyo D.N.I termine en numeración PAR y los días impares para aquellas personas cuyo D.N.I termine en numeración IMPAR.**
- **Se habilitarán las actividades deportivas y físicas en espacios cerrados con un aforo máximo del 30% de la ocupación y según la terminación del D.N.I de lunes a domingo. Se habilitarán las celebraciones religiosas en espacios cerrados con un aforo máximo del 30% de la ocupación y según la terminación del D.N.I. Los días, sábados, domingos la asistencia no estará restringida por la terminación de D.N.I. Bares y Restaurantes funcionarán en el horario de 06.00 a 19.00 Hs. con un aforo máximo del 30% de ocupación y respetando la normativa de circulación por terminación de D.N.I. Los días viernes, sábados, domingos y feriados la asistencia no estará restringida por la terminación de D.N.I.**



- Para evitar la aglomeración de gente en espacios públicos, se establece para los mismos, un máximo de 10 personas, quedando restringido el uso de juegos recreativos y máquinas deportivas.
- Es obligatorio el uso de la aplicación TRAZAR tanto para quién presta un producto o servicio y para quién lo adquiere.
- Se suspenden todos los plazos administrativos.
- Se mantiene la restricción de circulación en el horario de 20.00 a 06.00 hs: la realización de las actividades comerciales y de servicios autorizados en el horario de 06.00 a 19.00 hs.
- Continúa suspendida la actividad de Peloteros, Parques, Cines y Casinos, la celebración de Fiestas Patronales y Competencias Deportivas para federados y no federados.
- La Educación No Formal solo se permite de manera virtual. Las Actividades Culturales deberán realizarse vía streaming.
- Los agentes de la Administración Pública trabajarán de forma virtual.
- El 7 de junio se dispuso que la circulación de las personas estará permitida desde las 6:00 hasta las 00:00. Las actividades comerciales y de servicios estarán autorizadas desde las 6:00 hasta las 23:00. Se exceptúa de la restricción por terminación del DNI a las personas que asistan a bares y restaurantes, y las que realizan deporte de equipo. También, la práctica de cultos religiosos pero solo los días sábados y domingos. El resto de las actividades deben realizarse por terminación de DNI. Se habilitan las actividades de Educación No Formal. También las salas cinematográficas y los casinos. Todas con un aforo máximo del 30 % de la ocupación en espacios cerrados y según la terminación del DNI de lunes a domingos.
- Es obligatorio el uso de la aplicación "Trazar" tanto para quien presta un producto o servicio y para quien lo adquiere.
- Se autorizan las reuniones en domicilios particulares y al aire libre con un máximo de 10 personas.
- Retoman la presencialidad voluntaria los alumnos de los niveles inicial y primario. Los del secundario lo harán a partir del 14 de junio.
- Continúan suspendidas las actividades en peloteros, salones de fiesta, discotecas, la celebración de fiestas patronales y las competencias deportivas para federados y no federados, y eventos que conlleven a la aglomeración de personas.

- Los parques, espacios deportivos y de recreación y las casas culturales y museos públicos continuarán cerrados.
- Tras la firma del decreto 3081, a partir del 21 de junio el horario para circular es de 6:00 a 24:00 y el horario para actividades económicas y de servicio habilitadas de 6:00 a 23:00.
- Las celebraciones religiosas podrán realizarse sin tener en cuenta la terminación de DNI. Sin embargo, tendrán que respetar los cuidados preventivos para evitar contagios de COVID-19. Si la reunión es en espacios cerrados, su ocupación no podrá superar el 30% y tendrán que ventilar permanentemente el lugar. Si el encuentro es al aire libre solo podrá alcanzar el 50 % de la ocupación del espacio.
- La presentación del DNI para comprar víveres, insumos o servicios no rige desde el miércoles y así seguirá.
- En cuanto a los encuentros esenciales, en el artículo 7° del decreto, quedó ratificada la autorización para ese tipo de reuniones familiares, pero las mismas no podrán exceder las diez (10) personas, al aire libre y bajo un estricto cumplimiento de los protocolos.

• MEDIDAS ADOPTADAS DESDE EL MUNICIPIO DE LA VILLA DE MERLO

El 13 de abril, el gobierno municipal de la Villa de Merlo se reunió con autoridades sanitarias y el gabinete para llevar tranquilidad a la población y adoptar nuevas acciones para mitigar la propagación del virus:

- Adhesión a la Emergencia Sanitaria Nacional decretada por el Gobierno Nacional y a las medidas establecidas por el Gobierno Provincial.
- Creación de COMITÉ DE PREVENCIÓN, SEGUIMIENTO y CONTROL de CORONAVIRUS, integrado por representantes del Ejecutivo Municipal, Concejo Deliberante y actores de Salud locales, públicos y privados con el objetivo de evaluar y tomar las determinaciones necesarias para mitigar el impacto de esta pandemia global en nuestra Ciudad.
- Gestión ante Organismos Nacionales correspondientes y Agencias de Viajes Locales de la lista de ciudadanos residentes en la Ciudad que regresaron al país desde los lugares de riesgo en los últimos 30 días para verificar que cumplen con el aislamiento obligatorio de 14 días.
- Restricción de la capacidad de ocupación en un cincuenta por ciento (50%) para todas las actividades religiosas, centros culturales, cine, espacios de entretenimientos, emprendimientos comprendidos en la Ordenanza de Nocturnidad y todo lugar que tenga concurrencia masiva de personas.

- **Suspensión de las habilitaciones de espectáculos públicos en la Ciudad por el término de 30 días.**
- **Exigencia para todos los lugares públicos o privados con acceso al público el jabón en sanitarios y alcohol en gel.**
- **Reestructuración de los horarios y lugar de atención en los CAPS municipales a los fines de evitar el encuentro de personas sanas y enfermas.**
- **Proponer al Gobierno de la Provincia que evalúe la posibilidad de prorrogar por 30 días la exigencia por los organismos de certificados médicos de niños, niñas y jóvenes sanos para que no tengan que acudir a los centros de salud locales.**
Refuerzo de la limpieza en todas las dependencias municipales y el abastecimiento de insumos para higiene personal.
- **Intensificación de la campaña de concientización en relación a la prevención y pautas de acción a tomar por los vecinos.**
- **Reorganización de la atención al vecino en las dependencias municipales para evitar la concentración de personas.**
- **Con respecto a prestadores turísticos se les informó sobre las medidas de prevención de coronavirus y las disposiciones nacionales y provinciales en relación a la situación.**
- **Se realizó un relevamiento en los alojamientos turísticos para conocer la cantidad de personas que se encontraban en la ciudad al momento de dictarse la cuarentena obligatoria.**
- **Se brindó contención y asistencia a los turistas varados en la ciudad.**
- **Se gestionó ante las autoridades de la Nación, la salida de 4 buses con pasajeros de la provincia de Buenos Aires, facilitando el regreso a sus hogares de 154 personas.**
- **La oficina de Informes Turísticos brindó asistencia telefónica diaria de 8 a 18 hs, concentrando toda la información de las distintas dependencias municipales.**
- **Actualización de las medidas de prevención del 16 al 31 de marzo inclusive.**
- **Suspensión de las actividades en Centro de Educación Especial Mirlo, jardines maternos y/o centros educativos privados.**

- **Suspensión de todas las actividades que se desarrollen en Sala de Teatros, Cines, Casinos y Salas de Juegos, Circos, Centros Culturales de gestión pública y privada, Bares con espectáculos, Boliches y Espacio Bailables, Iglesias y Templos, y todo tipo de establecimientos donde se realicen reuniones numerosas, convenciones y congresos; y toda actividad no esencial.**
- **Licencia a todos los empleados municipales mayores de 60 años y a quienes se consideren población de riesgo (asmáticos, cardíacos, diabéticos e inmunodeprimidos).**
- **Suspensión de todas las actividades recreativas, deportivas y culturales organizadas por la Municipalidad y/o privados en espacios cerrados. Las actividades al aire libre podrán realizarse respetando las distancias de prevención (1,5 metros entre personas) y sin público.**
- **Confección, mediante la articulación con diferentes actores sociales, un listado de residentes merlinos que regresaron o próximos a regresar del exterior en los últimos 30 días.**
- **Promover en los comercios la implementación de medidas dirigidas a evitar la aglomeración de personas, limitando el ingreso, manteniendo la distancia entre las mismas y organizando las esperas.**
- **Incentivo de la venta online o telefónica, y la implementación del servicio de delivery.**
- **Implementación del programa “YO ME QUEDO EN CASA”, dirigido a la concientización comunitaria para evitar la circulación en la vía pública y asistir a Adultos Mayores que no tengan familiares o conocidos que puedan ayudarlos.**
- **Creación de red de contención para adultos mayores: programa coordinado desde la Dirección de Políticas Sociales, Relaciones Comunitarias y Voluntariado, con la función de atender las necesidades de esos abuelos que no puedan salir de sus casas para hacer trámites, compras, etc.**
- **Restricción a la recepción de nuevos turistas a la Ciudad, para lograr un control efectivo de las medidas de aislamiento de circulación recomendadas por las autoridades sanitarias.**
- **Suspensión del ingreso a la Villa de Merlo de los contingentes con destino turístico en micros de larga distancia de más de 40 pasajeros. A los fines de su cumplimiento se encomendó a la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos el cumplimiento y control de esta medida, gestionando ante las agencias, hoteles y receptivos las correspondientes reprogramaciones.**

- **17/03: Cierre de Merlo al Turismo para cuidar la salud de la comunidad.** Esta decisión fue acompañada por la provincia.
- **Por disposición provincial: cierre total de los pasos limítrofes con Córdoba en Piedra Blanca Abajo y La Punilla.** En relación a la zona de Traslasierra sólo se permitió el paso con control en el puesto limítrofe de Santa Rosa.
- **20/03: Gestión para garantizar el abastecimiento local: relevamiento de todos los distribuidores de alimentos e insumos de la Villa de Merlo y contacto con autoridades policiales provinciales para garantizar y agilizar la llegada a la Villa de todos los proveedores.** Se habilitó el paso de La Punilla para el transporte de cargas.
- **20/3: Articulación y coordinación de acciones con el gobernador: Comunicación con el Gobernador Alberto Rodríguez Saa para informar sobre la situación en Merlo en las primeras horas de cuarentena nacional.** Se acordó presencia policial para garantizar el cumplimiento del aislamiento social preventivo y obligatorio dispuesto por el Gobierno Nacional.
- **21/03 Coordinación de la emergencia sanitaria: Se realizó una reunión entre el Comité de Prevención local y Equipo de Salud Municipal con autoridades sanitarias de la Provincia articulando acciones para afrontar la Emergencia Sanitaria del coronavirus.**
- **Se puso a disposición el hospital de Merlo como uno de los tres centros de salud en la provincia que atenderán los casos de coronavirus, por lo que se coordinó el trabajo con los Centros de Salud Municipales.**
- **Se propuso el proyecto Micro Región conformada por las localidades de Carpintería, Los Molles, Cortaderas y Santa Rosa, con posibilidad de que se sumen más pueblos, con la idea de cuidarse de la pandemia entre los pueblos, pudiendo circular entre los mismos y que nadie pueda entrar a esta zona.**
- **Reunión con intendentes locales con la intención de buscar soluciones a las diversas problemáticas por el cierre de los límites.**
- **Programa solidario "Codo a Codo" para brindar ayuda a quienes lo necesiten.**
- **11/5 Se realizó una reunión entre el municipio y el Vicerrector de la Universidad Nacional de San Luis, Mg Héctor Flores y docentes de la Facultad de Turismo y Urbanismo, con el fin de acompañar el Plan de Reactivación Económica, desde la Facultad de Turismo y Urbanismo se brindó asesoramiento a las Huertas Comunitarias y Colaborativas. Sumado a esto un equipo de voluntarios se encargaría del seguimiento a las huertas familiares, complementando el trabajo de la Secretaría de Gestión Ambiental y Desarrollo Sustentable de Villa de Merlo.**

- **20/5:** A los fines de seguir cuidando la Salud de todos los merlinos y evitar inconvenientes a los comerciantes locales, se presentó al Comité de Crisis Provincial para que se evalúe y apruebe un Centro de Transferencia de Carga y Descarga que funcionará en las instalaciones del área de Bromatología.
- **Adhesión formal al convenio complementario N°3** en el marco del Tratado del Caldén de Cooperación entre las provincias de San Luis y La Pampa, que estimula la complementariedad socioeconómica y de salud entre las provincias en el marco de la pandemia provocada por el Covid-19.
- **1/07:** Impulso a la agroproducción local: esto permitiría una alternativa de reactivación para la economía local en el corto plazo, además las huertas pueden convertirse en un atractivo para el incipiente turismo rural y agroecológico en nuestra Villa.
- **2/07** Se refuerzan los controles en los accesos coordinados con policía y personal municipal de Tránsito. El horario de atención es de 8 a 19 hs y los comercios deberán registrar la trazabilidad de los clientes. Los rubros no esenciales no podrán funcionar mientras dure la medida.
- **Circulación de personas según la terminación de su DNI** Los días lunes, miércoles, viernes y domingo para aquellos cuya terminación de DNI sea par; mientras que los martes, jueves y sábados serían para las personas con terminación de DNI impar.
- **17/07** Creación de la Dirección de Agroecología y Economía Social para impulsar el desarrollo local. Desde el Concejo se originaron proyectos como la Góndola Merlina, la creación de la Agencia de Desarrollo, el Mercado Merlino y el Régimen simplificado de habilitaciones comerciales. Estos proyectos, que articulan con el Plan de Reactivación Económica, contribuyen con el objetivo de construir una economía alternativa con bases sustentables en el corto, mediano y largo plazo.
- **23/07** Inauguración de una Oficina Verde y presentación de un Programa de Beneficios para los turistas “Soy puntano, soy turista” el cual otorga beneficios a vecinos de Merlo y de las localidades turísticas de El Trapiche, La Carolina, Leandro N. Alem y Potrero de los Funes. Estas son algunas de las acciones que estuvo preparando la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos para impulsar el turismo interno en este contexto.
- **28/07:** UNSL y Municipio presentan el Sistema de Trazabilidad para la Villa de Merlo, un sistema de trazabilidad ágil, práctico y gratuito es clave para prevenir y colaborar en situaciones de posibles casos positivos de COVID-19. Esta herramienta tiene como fin seguir avanzando en las medidas de prevención y seguimiento en el contexto de pandemia para responder rápidamente ante la aparición de casos sospechosos.

- **21/08 Extensión de horarios para el rubro gastronómico hasta las 2 am los días jueves, viernes, sábados y víspera de feriado. Se tomó esta resolución para contribuir con la reactivación del rubro gastronómico tan afectado por la pandemia y para incentivar la actividad turística interna.**
- **28/08 Refuerzo de controles de ingreso a la Villa de Merlo, con el fin de mantener el status sanitario se extremaron las medidas de seguridad y se reforzaron los controles de ingreso a nuestra villa. A cada persona que ingresa se le tomó la temperatura corporal, y se sumó el uso de la aplicación de trazabilidad creada por la Universidad Nacional de San Luis que ya se estaba utilizando en las dependencias municipales.**
- **1/09 Fondo de Auxilio para Prestadores Turísticos: este fondo está destinado para monotributistas y autónomos sin empleados. Busca dar un sostén económico a prestadores y prestadoras del sector que vieron afectadas sus fuentes de ingresos por la emergencia pública en materia sanitaria.**
- **2/9 Nuevas medidas: Restringir la circulación evitando salir salvo para realizar trámites urgentes o esenciales (banco, médico, compra de medicamentos y alimentos); restringir las actividades deportivas de contacto y toda disciplina que implique la concurrencia de más de 10 personas; suspender la actividad gastronómica pudiendo funcionar en la modalidad de delivery o take away (retiro en mostrador); las actividades comerciales habilitadas deberán atender respetando la terminación de DNI de los clientes. Ejemplo: días pares DNI par y días impares DNI impar.; el Municipio realizará atención sólo para trámites urgentes; talleres y actividades culturales municipales se encuentran suspendidas así como las Escuelas deportivas municipales.**
- **4/9 Nuevas medidas: Se restringe la circulación desde las 00 del sábado y por el lapso de 7 días. Quedan suspendidas las reuniones familiares; sólo podrán abrir los comercios de rubros esenciales; se podrá circular para abastecerse según la terminación de DNI par o impar, la que deberá coincidir con la fecha del día.**
- **25/9: Regreso de jóvenes que estudiaban en Córdoba hacia nuestra Villa de Merlo, los cuales realizaron cuarentena y aislamiento correspondiente por 14 días.**
- **9/10: Se coordinó en conjunto (Honorable Concejo Deliberante, Secretario de Gestión Calidad y Productos Turísticos Santiago Trobo y al personal de la Secretaría, al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Municipalidad de Río Cuarto, Comité de Crisis de la Provincia) el regreso de 39 merlinos varados en Buenos Aires y 12 en Río Cuarto.**

• DESTINOS TURÍSTICOS ASISTIDOS POR GOBIERNO PROVINCIAL Y NACIONAL

COMPARATIVO DE BENEFICIOS NACIONALES Y PROVINCIALES A DESTINOS TURÍSTICOS

CÓRDOBA
SAN JUAN
SAN LUIS

CÓRDOBA

Beneficios desde gobierno provincial

- Impuestos patrimoniales (inmobiliario y automotor): diferimiento al 30 de septiembre de este año de las cuotas que van desde marzo de 2020 hasta enero de 2021. Es para las actividades de servicios de hoteles y/o alojamiento, servicios de turismo en general (servicios mayoristas y/o minoristas de agencias de viajes, servicios de turismo de aventura, servicios complementarios de apoyo turístico).
- Ingresos brutos: exención desde agosto de 2020 a agosto de 2021 de las actividades de hospedaje/alojamiento.
- Ingresos brutos: extensión de la exención hasta agosto de 2021 para el transporte turístico de pasajeros y los servicios de turismo en general (servicios mayoristas y/o minoristas de agencias de viajes, servicios de turismo de aventura, servicios complementarios de apoyo turístico).
- Inmobiliario: exención de las cuotas 1 a 7 de 2021 para las actividades de servicios de hoteles y/o alojamiento, servicios de turismo en general (servicios mayoristas y/o minoristas de agencias de viajes, servicios de turismo de aventura, servicios complementarios de apoyo turístico).
- Impuesto automotor: diferimiento de las cuotas 1 a 3 de 2021 al 30 de septiembre de 2021. Exención de cuotas 4 a 7 de 2021 para el transporte turístico de pasajeros.

Beneficio desde Nación

- Fondo de auxilio y capacitación Turística 2 (trabajadores recibirán capacitaciones que les permitan mejorar sus competencias laborales)

SAN JUAN

Beneficios desde gobierno provincial

- Sello Establecimiento más Seguro y Evento Seguro: dos acciones que acompañan las políticas públicas de vacunación que se llevan adelante en San Juan. El objetivo es que la provincia sea un destino seguro y saludable para el turismo interno y el turismo nacional.
- También junto a la Cámara Hotelera Gastronómica y la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo lanzaron promociones para los turistas y Banco San Juan ofrece una promoción de cuotas sin interés para que los emprendedores y empresarios locales puedan ofrecer sus servicios.
- Presentaron programas que brindan diferentes herramientas financieras para los sectores turísticos y culturales:
1. *Emprendedor Turístico* 2. *Emprendedor Cultural* 3. *Pre-compra San Juan* 4. *Proteger Empleo*
5. *Actur* 6. *Créditos San Juan Activa* 7. *Línea CFI* 8. *Línea Banco Nación*

Todos estos programas son herramientas que apoyan a estos sectores y que el Gobierno de San Juan pretende reactivar.

SAN LUIS

La empresa Edesal accedió a implementar una serie de medidas que redundan en beneficio del sector hotelero:
-Reducción del cargo fijo. -Suspensión de intereses y penalidades, por el término de 60 días, para las facturas no abonadas de los períodos 7 y 8 de 2020.

• SITUACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA VILLA DE MERLO

El sector turístico comprende una importante cadena de prestadores de servicios, muchos de los cuales son pieza fundamental como los hoteles, restaurantes, agencias de viajes o guías, mientras que otros son un complemento a estos primeros como artesanos, taxistas, museos, galerías, etc. Al ser uno de los sectores con mayor diversificación, genera un número importante de empleos tanto directos como indirectos, de ahí que el turismo hoy sea la mayor industria a nivel mundial.

Todas las cifras si bien demuestran lo fuerte que es el turismo, pueden dejar de existir literalmente de un día para el otro por distintos factores: un conflicto armado, una catástrofe natural o lo que estamos viviendo: una pandemia. En el año 2020 todas esas cifras positivas y millonarias han pasado a ser cero.

A partir de finales de febrero del año 2020, destinos considerados de los más importantes en el mundo, no solo han dejado de recibir turistas, sino que además han dejado de enviar turistas a los considerados “destinos emergentes” como nuestro país.

Desde marzo de 2020, el turismo en la región se ha detenido temporalmente. Esta parálisis ha afectado duramente a la economía de la Villa de Merlo.

En los siguientes links están todos los documentos relacionados con los protocolos para cada uno de los prestadores de servicios turísticos.



**PROTOCOLO
CIUDAD**



**PROTOCOLO
COVID-19 PARA
ESTABLECIMIENTOS
TURÍSTICOS**



**PROTOCOLO DE
ACTIVIDADES BARES
Y RESTAURANTES**



**MEDIDAS
PANDEMIA VILLA
DE MERLO**



■ PRIMER CONTINGENTE TURÍSTICO TRAS LA PANDEMIA: UN HITO PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN VILLA DE MERLO

El viernes 31 de julio de 2020, la Villa de Merlo vivió un momento histórico con la llegada del primer contingente turístico desde el inicio de la pandemia por COVID-19 en Argentina. Luego de más de 150 días sin actividad turística debido al contexto sanitario, este hecho marcó un paso fundamental hacia la reactivación progresiva y segura del sector.

La acción fue organizada y acompañada por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Villa de Merlo, en el marco del programa de turismo interno habilitado por el Gobierno de la Provincia de San Luis. El contingente estuvo compuesto por 30 personas provenientes de distintos puntos de la provincia, como San Luis capital, Potrero de los Funes, La Punta, Justo Daract y Villa Mercedes.

El grupo arribó cerca del mediodía en un ómnibus perteneciente a una empresa de turismo habilitada, siendo recibido con entusiasmo por funcionarios municipales en la puerta del Hotel Algarrobo, establecimiento que cumplió con todos los protocolos sanitarios vigentes exigidos por el Comité de Crisis Provincial.

Durante la bienvenida, el intendente **Juan Álvarez Pinto** destacó que la llegada del grupo significaba *“un hecho histórico”* no solo para la Villa de Merlo, sino para todo el sistema turístico provincial, al tratarse del primer movimiento grupal de turistas en transporte formal desde el comienzo de la cuarentena nacional.

Por su parte, Mariana Grosso, propietaria del hotel anfitrión, subrayó que esta visita representó *“una inyección de ánimo y energía para todo el sector”* y se mostró confiada en que este sería el inicio de una reactivación responsable, cuidada y gradual.

Este evento fue posible gracias al trabajo articulado entre el sector público y privado, y a la preparación previa de los protocolos de bioseguridad. Constituye una acción clave dentro del proceso de recuperación del turismo en Villa de Merlo, reafirmando el compromiso de la Secretaría de Turismo con el desarrollo económico local, el fortalecimiento del destino y el cuidado de la comunidad.

La experiencia se convirtió en un modelo provincial de reactivación turística segura, sentando las bases para el retorno paulatino del turismo regional bajo estrictas normas sanitarias y con el acompañamiento permanente del Municipio.



• DECÁLOGOS

Desde la Secretaría de Turismo de Villa de Merlo comenzamos con una campaña de sensibilización turística que consta de dos decálogos, uno pensado para nosotros los anfitriones y otro para quienes nos visitan.

Consideramos que ser conscientes turísticamente es, fortalecer el sentido de pertenencia e identidad de visitantes y residentes, reconocer e interactuar con el patrimonio tangible e intangible que nos rodea, generar una mayor cooperación comunitaria en las actividades de conservación del patrimonio y medio ambiente, potenciar el desarrollo de las actividades turísticas de forma responsable, poner en valor el destino y consolidar grupos sociales más receptivos.

El propósito de estas acciones fue sensibilizar en el marco del fin de semana largo de Semana Santa como puntapié inicial para seguir trabajando en el fortalecimiento de conductas de cuidado y preservación de Villa de Merlo.



• CONSOLIDACIÓN Y PROYECCIÓN EN EL PERÍODO 2023-2027

Durante esta nueva etapa de gestión, la Secretaría de Turismo profundiza el camino iniciado en el período anterior, apostando a la consolidación de sus políticas públicas, al fortalecimiento de su equipo de trabajo y a una visión de desarrollo turístico con perspectiva de sostenibilidad, inclusión e innovación. A continuación, se detallan los ejes más relevantes del proceso en marcha:

■ FORTALECIMIENTO DEL EQUIPO TÉCNICO CON INCORPORACIÓN DE PERFILES PROFESIONALES ESPECÍFICOS

Se continúa jerarquizando el recurso humano de la Secretaría mediante la incorporación de perfiles profesionales especializados en distintas áreas estratégicas, tales como planificación, sostenibilidad, comunicación digital, accesibilidad, enseñanza, análisis y gestión de datos, entre otros. Este fortalecimiento técnico permite abordar con mayor profundidad los desafíos de la gestión turística actual, mejorar la calidad de las intervenciones públicas y desarrollar políticas basadas en evidencia, con un enfoque territorial, participativo y multidisciplinario.

■ AMPLIACIÓN DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN A PRESTADORES Y PERSONAL DE LA SECRETARÍA

Se profundizan las políticas de formación continua tanto para el personal de la Secretaría como para los prestadores turísticos del destino. A través de alianzas con organismos provinciales, nacionales y universidades, se amplía la oferta de capacitaciones en temas clave como calidad en la atención, sostenibilidad, accesibilidad, idiomas, marketing digital y diseño de experiencias. Estos programas no solo apuntan a elevar la calidad de los servicios ofrecidos, sino también a generar mayor competitividad, profesionalismo y sentido de pertenencia en todo el ecosistema turístico local.

■ IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE CON CRITERIOS DE CALIDAD E INCLUSIÓN

Se pretende avanzar en la implementación de un Plan de Turismo Sostenible que establece lineamientos claros para el desarrollo del sector bajo criterios ambientales, sociales y económicos. Este plan propone acciones orientadas a la protección del patrimonio natural y cultural, la reducción del impacto ambiental, la promoción de la accesibilidad universal y la participación de las comunidades locales en los beneficios del turismo. Además, se promueve la adhesión voluntaria a estándares de calidad por parte de los prestadores, mediante incentivos y asistencia técnica.

■ **DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA**

Con el objetivo de ampliar la permanencia del visitante y fortalecer la identidad del destino, se impulsa el desarrollo de nuevos productos turísticos que complementen y diversifiquen la oferta tradicional. Entre ellos se destacan propuestas vinculadas al ecoturismo, de reuniones, astronómico, cultural, educativo y de bienestar. Estas iniciativas surgen del trabajo conjunto con actores locales y buscan poner en valor los recursos del entorno, generar nuevas oportunidades económicas y ofrecer experiencias auténticas, innovadoras y sostenibles.

■ **INTEGRACIÓN DE LA SECRETARÍA EN REDES PROVINCIALES Y NACIONALES DE GESTIÓN TURÍSTICA.**

La Secretaría consolida su participación activa en redes institucionales de alcance provincial y nacional, lo que permite posicionar a Villa de Merlo en espacios estratégicos de intercambio, formación y cooperación técnica. Esta integración facilita el acceso a programas de financiamiento, líneas de asistencia técnica, campañas promocionales conjuntas y espacios de representación. Además, fortalece el vínculo con otros destinos turísticos, organismos públicos y entidades académicas, favoreciendo el aprendizaje colectivo y la articulación de políticas públicas más efectivas.

Esta evolución responde a una visión de gestión basada en la planificación participativa, la profesionalización del sector y el compromiso con un turismo responsable que potencie los valores de la comunidad merlina.

• **ANÁLISIS FODA DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE LA VILLA DE MERLO**

PERÍODO 2019 - 2023

Durante el primer período de gestión a partir de 2019, con el liderazgo del intendente Juan José Álvarez Pinto y la redefinición del área bajo el nombre de Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos, se produjo una transformación profunda en la concepción del turismo local. La Secretaría, que durante años había funcionado más como un organizador de eventos improvisados que como un verdadero órgano de planificación y desarrollo, comenzó un proceso de institucionalización y profesionalización.

Entre las principales fortalezas de esta etapa, se destaca la capacidad de redefinir el rol del Estado en la política turística, pasando de una lógica basada en actividades aisladas a una visión estratégica, articulada con el sector privado y orientada al desarrollo sostenible del destino. Se crearon programas como el Pro.Ca.Tur (Programa de Capacitación Turística), el Sello de Calidad “El Algarrobo” y la campaña de promoción “100 Opciones, 1 Lugar”, que permitieron sentar bases firmes para una gestión con visión de largo plazo. La recuperación del calendario de eventos tradicionales bajo criterios de calidad, el impulso a las relaciones con otros destinos y la construcción de una marca ciudad fueron señales claras del rumbo que se quería tomar.

No obstante, las debilidades no fueron menores. La Secretaría debió enfrentar el deterioro institucional heredado, con una estructura desorganizada, sin equipos técnicos suficientes ni una planificación sostenida. La promoción carecía de estrategia, la capacitación era inconstante, y las políticas públicas no lograban llegar a todos los actores del sector. Además, las restricciones presupuestarias y la falta de normativa actualizada en materia turística limitaban muchas de las acciones previstas.

En cuanto a las oportunidades, el contexto post-pandemia generó una revalorización del turismo de cercanía, del contacto con la naturaleza y de los destinos tranquilos, lo que favoreció a la Villa de Merlo. La posibilidad de consolidarse como destino emergente, de atraer inversiones privadas y de reactivar el aeropuerto del Valle del Conlara abrió un abanico de proyecciones alentadoras. La articulación con municipios vecinos de San Luis y Córdoba también permitió pensar en políticas regionales de mayor impacto.

Sin embargo, las amenazas fueron constantes y estructurales. La inestabilidad económica nacional afectaba la demanda turística y la disponibilidad de recursos para la inversión pública. La competencia con destinos más consolidados, los eventos climáticos extremos y la presión social para sostener viejas prácticas no alineadas a la nueva visión, ponían a prueba la capacidad de sostener el rumbo.

PERÍODO 2024–ACTUALIDAD

A partir del año 2024, en continuidad con la gestión anterior, la Secretaría de Turismo reafirma su vocación de liderar el desarrollo turístico local con planificación, calidad e innovación. En esta etapa, se comienza a consolidar institucionalmente el trabajo iniciado en el período anterior, ampliando programas, mejorando procesos y sosteniendo una presencia pública activa, tanto en lo político como en lo territorial.

Como principal fortaleza, se destaca el crecimiento de la Secretaría como un área estratégica del gobierno municipal, con capacidad de diseño e implementación de políticas integrales. Programas como Pro.Ca.Tur siguen vigentes y se expanden, y se avanza en herramientas como Merlo Ciudad Digital, que permite modernizar la gestión de información y servicios. También se profundiza la articulación con el sector privado y las asociaciones locales, entendiendo que el desarrollo del destino es una tarea compartida.

No obstante, siguen presentes algunas debilidades estructurales. A pesar de los avances, la Secretaría aún necesita fortalecer sus equipos técnicos, incorporar más recursos humanos especializados y sistematizar datos que permitan monitorear el impacto real de las acciones. Además, persiste una porción del sector turístico informal que se resiste a integrarse a las políticas de calidad, lo que genera desequilibrios en la experiencia del visitante y en la equidad dentro del destino.

Entre las oportunidades que se visualizan en el presente, destacan el posicionamiento creciente de Merlo como destino turístico de calidad, las posibilidades de acceder a financiamiento provincial y nacional para obras de infraestructura, y la ampliación del mapa de productos turísticos, incluyendo propuestas accesibles, inclusivas y temáticas (como el turismo educativo, cultural o ambiental). La digitalización también abre nuevas puertas para una promoción más segmentada e inteligente.

Sin embargo, las amenazas siguen latentes. La incertidumbre macroeconómica nacional limita la previsibilidad y dificulta la planificación a mediano plazo. Además, si no se gestiona adecuadamente la capacidad de carga del destino, existe el riesgo de una saturación que afecte la calidad del producto. También preocupa el crecimiento desregulado de plataformas digitales de alojamiento, que pueden erosionar los estándares y generar desigualdad competitiva. Por último, los fenómenos climáticos extremos siguen siendo una amenaza para la actividad turística, dado que afectan tanto la infraestructura como la experiencia de disfrute.

Categoría	Gestión 2019–2023	Gestión 2024–Actualidad
Fortalezas	• Redefinición del rol estatal en turismo. • Creación de programas clave como Pro.Ca.Tur y el Sello de Calidad “El Algarrobo”. • Profesionalización y planificación inicial. • Campañas promocionales más integradas. • Primeras alianzas público-privadas sostenidas.	• Consolidación institucional de la Secretaría. • Expansión de programas de calidad y formación. • Digitalización de procesos con “Merlo Ciudad Digital”. • Coordinación con el sector privado más amplia y transversal. • Presencia sostenida en redes y planificación con visión de largo plazo.
Debilidades	• Estructura administrativa heredada, desorganizada y poco técnica. • Promoción improvisada y sin planificación. • Falta de programas de formación sistemáticos. • Escasez de equipos técnicos.	• Aún falta fortalecer recursos humanos y técnicos especializados. • Persistencia del alojamiento y servicios informales. • Carencia de datos estadísticos sistematizados para la toma de decisiones.
Oportunidades	• Aumento del turismo de cercanía post-pandemia. • Potencial estratégico del aeropuerto Valle del Conlara. • Alianzas regionales (Córdoba–San Luis). • Posicionamiento nacional como destino emergente.	• Posibilidad de obtener financiamiento nacional y provincial. • Expansión del catálogo de productos turísticos. • Promoción digital segmentada. • Incorporación de propuestas de turismo inclusivo y temático.
Amenazas	• Inestabilidad económica nacional. • Prácticas turísticas heredadas sin planificación. • Eventos climáticos extremos. • Competencia creciente con otros destinos más consolidados.	• Persistente incertidumbre económica a nivel nacional. • Riesgo de saturación del destino sin control de capacidad de carga. • Crecimiento desregulado del sector informal. • Cambio climático impactando la infraestructura.

Capítulo 1

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA SECRETARÍA

■ MISIÓN

La misión de la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo es planificar, coordinar y ejecutar políticas públicas que promuevan el desarrollo integral del turismo como una actividad estratégica para el crecimiento económico, la preservación del patrimonio natural y cultural, mejorando la calidad de vida de la comunidad local.

A través de acciones sostenibles, participativas e inclusivas, la Secretaría busca consolidar a Merlo como un destino turístico destacado y de vanguardia a nivel regional y nacional.

■ VISIÓN

Ser una Secretaría de Turismo referente en innovación, sostenibilidad y gestión participativa, que impulse el desarrollo territorial de la Villa de Merlo y se diferencie como un destino competitivo, accesible y responsable, valorando su identidad local y garantizando experiencias de calidad para residentes y visitantes.

■ OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos de la Secretaría de Turismo se alinean con los ejes de gestión del municipio y las demandas del sector turístico. Entre los principales se destacan:

- Fortalecer la planificación turística a corto, mediano y largo plazo, integrando a los actores locales y fomentando la gobernanza del destino.
- Impulsar la promoción y posicionamiento de la Villa de Merlo como destino turístico, priorizando mercados sostenibles y segmentados.
- Contribuir a la profesionalización del sector turístico mediante programas de capacitación, asistencia técnica y mejora continua.
- Fomentar el desarrollo de productos turísticos diversificados, con enfoque en el turismo de naturaleza, cultural, rural y de bienestar.
- Estimular prácticas de turismo responsable y sostenible, promoviendo la conservación ambiental, el respeto sociocultural y la inclusión social.
- Mejorar los servicios de información y atención al visitante, garantizando accesibilidad, calidad y cercanía.
- Promover la innovación tecnológica y la digitalización en la gestión turística y en la experiencia del visitante.

• **DE SECRETARÍA DE EVENTOS A POLÍTICA DE ESTADO: UNA NUEVA ERA PARA EL TURISMO EN MERLO**

Hasta diciembre de 2019, la entonces Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte había perdido protagonismo como área estratégica del municipio. Se había transformado, en los hechos, en una generadora de eventos recreativos —muchos de ellos improvisados—, cuyo eje se centraba principalmente en la Plaza Marqués de Sobremonte. Con los mismos elementos (cerveceros, food trucks, artesanos, productores y música en vivo), se repetían actividades con distintos nombres como la Fiesta de la Cerveza, la Fiesta de la Amargura o la Fiesta del Productor Merlino, sin planificación, sin objetivos turísticos claros, sin un verdadero mensaje que construyera identidad de destino.

La falta de planificación también se reflejaba en la promoción: las campañas publicitarias eran esporádicas, sin análisis de públicos objetivos ni estrategias segmentadas. La formación turística, por su parte, brillaba por su ausencia. Los guías urbanos tenían como requisito la realización de cursos para renovar su credencial, pero esos cursos no se dictaban o quedaban inconclusos. En el caso de los guías de turismo activo, se celebró un convenio con una asociación privada, en el que cada participante debía pagar \$24.000 para poder acceder a una certificación. En resumen, se había adoptado una lógica de “se hace camino al andar”, con escasa proyección y bajo impacto real.

Con la asunción del intendente Juan José Álvarez Pinto y la renovación del equipo de gestión, se planteó un cambio estructural. La nueva denominación de la Secretaría no fue simplemente una cuestión de nombres: “Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos” marcó el inicio de una transformación profunda, orientada a redefinir el rol del Estado en el desarrollo turístico.

• **UNA SECRETARÍA QUE CONDUCE POLÍTICAS, NO EVENTOS**

Desde la gestión municipal entendemos que el turismo requiere de una mirada estratégica, profesional y multidimensional. Por eso, construimos un nuevo paradigma institucional basado en tres pilares fundamentales:

■ **Gestión: El Estado como facilitador y estratega**

La palabra “gestión” define el enfoque político y técnico que adoptamos. No se trata de improvisar acciones sueltas, sino de planificar, articular, ejecutar y evaluar políticas públicas que potencien el desarrollo turístico de Merlo.

La gestión implica acompañar e impulsar al sector privado, generando condiciones para que crezca, se modernice y se profesionalice. Así lo hicimos con proyectos como el Merlo Bureau de Eventos, el desarrollo del Aeropuerto del Valle del Conlara, el calendario de eventos turísticos, la puesta en marcha de Merlo Ciudad Digital, el embellecimiento del espacio público, los convenios con otros destinos turísticos a través de Por los Caminos de Córdoba y San Luis, y las reuniones periódicas con cámaras y asociaciones del sector para definir metas comunes.

Esta visión también contempla la atención al vecino y al contribuyente con respuestas rápidas, eficientes y articuladas entre todas las áreas municipales.

■ **Calidad: la clave del desarrollo sostenible**

La calidad no se decreta, se construye. Y se construye con capacitación, investigación, planificación y evaluación constante.

Por eso, pusimos en marcha el Programa de Capacitación Turística (Pro.Ca.Tur), con propuestas dirigidas a todos los sectores: guías urbanos, guías de turismo activo, empresarios, emprendedores, personal municipal y comunitario. Incorporamos nociones de turismo inclusivo, accesibilidad, sostenibilidad y hospitalidad, como parte de un modelo turístico moderno y con perspectiva social.

Desde esta área también impulsamos el desarrollo del Sello de Calidad “El Algarrobo”, que busca reconocer a aquellos prestadores que cumplen con altos estándares en la prestación de sus servicios.

■ **Productos turísticos: de la idea a la experiencia**

El producto turístico no es solo un bien o servicio, es una experiencia completa. Y se construye combinando gestión y calidad.

En este marco nació el concepto de “100 Opciones, 1 Lugar”, un slogan que resume la diversidad de propuestas que ofrece Merlo. En 2020 dimos inicio a la estrategia de posicionamiento de “Producto Ciudad”: una primera etapa de promoción general del destino, seguida por una segunda etapa de marketing de contenidos, donde mostramos en detalle esas 100 opciones.

La tercera etapa, actualmente en desarrollo, consiste en la generación de productos turísticos integrales, como paquetes de tres días y dos noches que vinculan eventos locales con actividades complementarias, motivando la llegada de turistas con propuestas específicas.

Ejemplos como Pintores Paisajistas, la Maratón Héroes de Malvinas, la Fiesta de la Dulzura o la UTM dejaron de ser actividades aisladas para convertirse en verdaderas anclas de atracción turística, parte de una propuesta integral pensada desde el turismo.

• PLAN DE ACCIÓN DE LA SECRETARÍA

El plan de acción de la Secretaría se estructura en once ejes operativos, cada uno con objetivos definidos que responden a las múltiples dimensiones de la actividad turística:

1. **Información:** Brindar datos claros y actualizados sobre atractivos y servicios turísticos a través de informantes, folletería, medios digitales y cartelería.
2. **Facilitación:** Implementar medidas para agilizar el ingreso, permanencia y egreso de turistas, promoviendo un consumo fluido y accesible de los servicios turísticos.
3. **Promoción:** Diseñar campañas publicitarias planificadas, con mensajes definidos y públicos objetivo identificados. Participar en ferias, rondas de negocios y eventos nacionales.
4. **Fomento de Inversiones:** Generar condiciones para que el sector privado invierta en servicios turísticos: exenciones, créditos, asesoramiento y estudios técnicos.
5. **Contralor de Servicios:** Crear y mantener un registro de prestadores turísticos, jerarquizar sus servicios y velar por el cumplimiento de estándares de calidad. En este marco, se implementa el Sello "El Algarrobo".
6. **Capacitación:** Ampliar el alcance del Pro.Ca.Tur con propuestas para todos los niveles, desde formación inicial hasta perfeccionamiento profesional, incluyendo también ejes de turismo accesible e inclusivo.
7. **Asistencia Técnica:** Brindar apoyo profesional a emprendimientos y sectores del turismo que carecen de recursos técnicos propios.
8. **Planificación e Investigación:** Estudiar el mercado, identificar tendencias, definir metas estratégicas y generar propuestas sostenibles para el crecimiento turístico.
9. **Administración de Servicios:** Operar con eficiencia los servicios turísticos que están bajo jurisdicción municipal.
10. **Recreación y Eventos:** Desarrollar actividades tanto para la comunidad como para los turistas, con una programación anual integrada. En este marco, se proyecta la creación del Merlo Bureau Eventos.
11. **Recaudación:** Implementar mecanismos para financiar la gestión turística, como la ecotasa y el cobro de estacionamiento para buses turísticos, con criterios de equidad y reinversión pública.

El paso de una Secretaría de eventos improvisados a una Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos no fue solo una decisión política, fue un cambio de paradigma. Significó devolverle al turismo su carácter estratégico, consolidarlo como política de Estado y pensar cada acción en función de su impacto social, ambiental y económico.

Merlo ya no improvisa. Merlo planifica, evalúa, mejora y se proyecta. Este es el camino que iniciamos en 2019 y que hoy sigue dando frutos. Porque donde antes había ferias, hoy hay identidad. Donde antes había acciones aisladas, hoy hay política pública. Y donde antes había desorden, hoy hay visión.

La Villa de Merlo se convirtió en un destino turístico profesional, sostenible y competitivo. El desafío es sostenerlo. El compromiso es con todos.

■ ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

La evaluación de personal fue a lo largo de los primeros meses de gestión y fue durante la pandemia que comenzó a consolidarse el equipo que se quería lograr. El primer concepto a cambiar era que todos debían trabajar para el destino y la comunidad, y probado fue que el que no lo hacía, primero se le hablaba en privado y se le hacía el seguimiento correspondiente hasta luego hacer notar su falta en el grupo de trabajo para poder revertir la situación.

La Secretaria posee dos grandes grupos de trabajo que en su accionar y personal se interrelacionan permanentemente.

El área técnica de la Secretaría, que se encarga de las cuestiones diarias, guías de turismo, informantes, convenios, habilitaciones, ordenanzas, redes sociales, estadísticas, eventos, relaciones institucionales con sectores del medio, elaboración de productos , capacitación a través del PRO.CA.TUR ; y el Área de promoción que estuvo a cargo de Javier Pedernera desde el 2019 al 2022 y desde el 2024 quedó a cargo de Ornella Cappetta, que se relaciona directamente con el EMIPROTUR, que si bien posee su autonomía, las reglas del equipo es nada llega al EMIPROTUR o a los medios sin haberlo charlado previamente con el Secretario y/o el resto del equipo de turismo. De esta manera logramos potencializar las ideas, optimizar los recursos, generar proyectos más compactos y ejecutables, evitando la todología omnipotente de cualquier funcionario (inclusive la propia). Respetando el reconocimiento de quien trae la idea. De allí que el Pro.Ca.Tur., la implementación de mejoras digitales, los circuitos accesibles, los slogan de marca como 100 opciones 1 lugar, son resultado de un trabajo en equipo que fue creciendo y madurando, buscando la proyección para alcanzar los objetivos.

Para llegar a un equipo que empiece a ser compacto y eficiente tuvimos que cambiar la mentalidad del empleado existente. Lo primero fue lograr el acercamiento entre funcionario y empleados, siempre con una línea de respeto y distancia lógica, pero hacer entender que el cambio de gestión era más horizontal y menos piramidal. Se recurrió a las teorías de pertenencia recurrimos a charlas de motivación e incentivo para atreverse a soñar, a imaginar y por sobre todas las cosas a sentirse libre de hacer, sabiendo que lo que se penaliza es la no acción y no el error, es decir, que se llamaría la atención por no tomar una decisión antes de tomarla y equivocarse. En el camino acertamos y nos equivocamos con los jugadores del equipo, algunos nos sorprendieron, otros confirmaron su eficiencia y algunos pocos no se adaptaron al cambio.

Logramos encontrar un accionar desde el cambio de sistema laboral, este cambio es el más difícil pero según diferentes sociólogos es el más duradero y eficaz si se logra implementar. El cambio de sistema es de uno Piramidal (el jefe ordena y el resto obedece) a uno circular, donde cada círculo forma parte de un engranaje del sistema total y si un círculo no funciona, se hace notar en el resto del grupo y el desarrollo de las tareas. Es el más participativo, activo, de autocontrol, porque si un sector fracasa el resto del grupo es el que le llama la atención. **Sentirte parte** es fundamental en este sistema.

■ CONFORMACIÓN DE EQUIPOS



■ ORGANIGRAMA



SECRETARIO DE TURISMO

Santiago Trobo

DIRECTORA DE TURISMO

Ornella Cappetta

SECRETARIA ADMINISTRATIVA

Selena Pinto

INFORMES TURÍSTICOS

- INFORMES MUNICIPALIDAD
- INFORMES CASINO
- INFORMES RINCÓN
- INFORMES MERCADO MERLINO
- PASANTES FTU

INFORMANTES

Viviana Liendo
Lucas Sosa
Rosa Castro
Yésica Carisani
Rocío Parodi

GUARDÍA TURÍSTICA

RESPONSABLE
Daniel Ortiz

INTEGRANTES
Andrea Comoglio
Manuel Calegari

PUESTOS DE INFORMES

- Reserva Florofaunística
- Mirador del Tala
- Casa del Bicentenario

OBSERVATORIO REDES · WEB

EQUIPO TÉCNICO

Rocío Córdoba
Belén Rosales
Catalina Suárez
Matias Elguero

EVENTOS LOGÍSTICA

EQUIPO TÉCNICO

Luis Barragán
Maximiliano Giudici

TURISMO RELIGIOSO

RESPONSABLE
Ariel Barnatan
ASESORA
Adriana Salas

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

RESPONSABLE **Florencia Addala**
INTEGRANTE **Florencia Rodriguez**

EMIPROTUR

REFERENTES SECTUR **Santiago & Ornella**

MERLO BUREAU EVENTOS

REFERENTES SECTUR **Santiago & Ornella**

■ DESARROLLO DE CADA ÁREA

SECRETARIO DE TURISMO

El Secretario o la Secretaria de Turismo es la máxima autoridad política del sector: Diseña la estrategia general, integra la agenda turística en el proyecto de ciudad y representa al destino ante organismos provinciales, nacionales e internacionales. Su liderazgo articula recursos humanos, técnicos y presupuestarios, fija metas medibles y asegura que cada iniciativa responda a los principios de sostenibilidad, inclusión y desarrollo local. Bajo su conducción, la Secretaría se consolida como motor de innovación y generación de empleo para nuestra comunidad.

1. Dirigir, planificar, coordinar y supervisar las políticas públicas de turismo en el ámbito del municipio.
2. Representar institucionalmente a la Secretaría ante organismos provinciales, nacionales e internacionales.
3. Promover el desarrollo turístico sostenible de la Villa de Merlo
4. Gestionar recursos humanos, técnicos y presupuestarios de la Secretaría.
5. Articular acciones con otras áreas del municipio, actores del sector privado, organizaciones sociales, académicas y gubernamentales vinculadas al turismo.
6. Evaluar el cumplimiento de objetivos y metas del Plan de Gestión Turística Municipal.
7. Diseñar estrategias de posicionamiento y fortalecimiento de la marca Merlo.

DIRECTORA DE TURISMO

La Dirección de Turismo es el brazo técnico-operativo que traduce la visión estratégica en planes concretos. Coordina equipos, cronogramas y presupuestos, supervisa la calidad de los programas y mantiene un diálogo fluido con prestadores, instituciones y organismos públicos. Gracias a su gestión diaria, las políticas se implementan en territorio con eficiencia, rigor y cercanía, garantizando que las decisiones del nivel político se materialicen en resultados tangibles para visitantes y residentes.

1. Ejecutar y coordinar los programas, planes y acciones definidos por la Secretaría de Turismo.
2. Diseñar, impulsar y coordinar nuevos productos turísticos.
3. Articular con prestadores para mejorar la oferta y generar propuestas innovadoras.
4. Promover la diversificación de actividades turísticas durante todo el año.
5. Supervisar las áreas técnicas y operativas dependientes de la Dirección.
6. Garantizar el cumplimiento de los objetivos del Plan de Gestión Turística en su aplicación concreta.
7. Servir como nexo técnico-operativo entre el Secretario de Turismo y los distintos equipos de trabajo.
8. Elaborar campañas de promoción del destino en medios físicos y digitales.

MERLO BUREAU EVENTOS

El Merlo Bureau de Eventos es un ente mixto que une al sector público con la oferta privada para captar congresos, convenciones y encuentros deportivos o culturales que permita desestacionalizar la demanda. Aporta asistencia técnica a organizadores, promueve paquetes integrados de servicios, mide el impacto de cada evento y posiciona a Merlo como sede competitiva y sostenible en el mercado de turismo de reuniones.

■ Introducción

El turismo de reuniones se posiciona en el núcleo del turismo como uno de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión. Este segmento comprende las actividades realizadas por aquellas personas que viajan a un destino con el objetivo principal de participar en una reunión, incluyendo también a sus acompañantes. Ofrece importantes beneficios a la economía en general, debido a que da lugar en promedio a un mayor nivel de gasto, reduce la estacionalidad, contribuye a la regeneración de los destinos, promueve la divulgación de conocimientos y potencia la innovación y la creatividad (Organización Mundial del Turismo, 2014). El turismo de reuniones, además de encontrarse fuertemente relacionado con la expansión del turismo de esparcimiento, en muchos casos permite al visitante conocer un nuevo destino turístico. Asimismo, según la Organización Mundial del Turismo (2014), aproximadamente el 40% de los visitantes de reuniones regresan al destino acompañados de sus familias, amigos o colegas. El auge del turismo de reuniones en los últimos años ha incrementado el nivel de competencia y el número de actores involucrados. La complejidad derivada de esta situación dificulta la interpretación de la organización de marketing del destino turístico. Los bureau de convenciones y visitantes desempeñan un rol esencial en dicha organización, debido a sus funciones de promoción del destino e intermediación entre oferta y demanda turísticas (Jiménez Castillo, Marín Carrillo y Sánchez Pérez, 2007). A su vez, se encargan de planificar, integrar, coordinar, promover, difundir y controlar el amplio espectro de servicios que se brindan en el marco de la realización de distintos tipos de eventos (Fabbri y Olivera, 2003). Se constituyen con el fin último de posicionar un destino como sede ideal de turismo de reuniones, colaborando así a que el mismo se desarrolle económica, social y culturalmente.

La ciudad de la Villa de Merlo cuenta con una gran diversidad de atractivos vinculados a las prácticas turísticas urbanas, naturales conformando una rica y variada oferta cultural a través de sus atractivos. Asimismo, además de consolidarse como centro turístico de jerarquía en la región y en la Nación, la ciudad es anfitriona de eventos de diversos tipos, como encuentros programados, académicos, deportivos, culturales, festivales entre otros. Cuenta con un importante valor agregado gracias a la presencia de importantes establecimientos educativos como lo son la Universidad Nacional de los Comechingones y la Facultad de Turismo y Urbanismo dependiente de la UNSL. Ante lo dicho, puede afirmarse que la ciudad posee ventajas comparativas y competitivas suficientes para posicionarse como destino sede de turismo de reuniones y distinguirse en el escenario provincial, nacional y mundial.

La ciudad muestra una articulación e integración a la hora de brindar sus servicios turísticos, el trabajo mancomunado entre empresas hoteleras, gastronómicas, turismo receptivo, etc, sumándose a los dos hoteles 4 y 5 Estrellas que poseen una capacidad de Salones de Convenciones para 600 y 300 personas, que sumado al Centro de Convenciones que está construyendo el Gobierno Pcial con una capacidad de 1000 personas en la sala plenaria y salas paralelas de 300 y 400 personas nos da una posibilidad única de poder explorar en este tipo de turismo altamente rentable.

El grave problema que enfrentamos es la falta de conectividad aérea, dado que solo los vuelos programados de LADE no alcanza para el desarrollo del turismo de reuniones, debemos fortalecer ese tema trabajando para poder lograr una frecuencia desde Buenos Aires e incentivar a una línea que realice Mendoza – Merlo – Córdoba y su round trip, para poder acceder a dos aeropuertos internacionales de envergadura. O sea necesitamos más conexión aérea, desde Bs.As., MZA Y COR.

Otro de los temas a resolver es la conectividad de Internet, para cualquier tipo de eventos se requiere una salida de 100 megas para poder realizar la transmisión en streaming, poder ejecutar videoconferencia y dar cobertura a la prensa que deben trabajar en el minuto a minuto.

■ **Objetivo general**

Mejorar el posicionamiento de la ciudad de la Villa de Merlo como destino sede de turismo de reuniones a través de un ente articulador.

■ **Objetivos Específicos**

1. Analizar el desarrollo del turismo de reuniones a nivel internacional, nacional y local.
2. Identificar los principales actores que intervienen en el desarrollo del turismo de reuniones.
3. Crear Merlo Bureau Eventos
4. Identificar los actores que componen el segmento turismo de reuniones



Hipótesis: La creación de un ente que articule el desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad se constituye como una herramienta eficaz para el fortalecimiento de la misma como destino sede.

El mercado de reuniones se constituye como una actividad sumamente compleja, tanto por el gran número de actores intervinientes como por la diversidad de eventos que éste incluye. Por otra parte, no existe un marco conceptual definido, con criterios y definiciones consensuadas. En efecto, se emplean diferentes términos para referirse al mismo concepto, tales como turismo de reuniones, turismo de negocios, turismo de eventos, industria de reuniones.

A continuación, se presentan algunas conceptualizaciones que hacen referencia en algún sentido al turismo de reuniones.

En primer lugar, es importante entender qué se entiende por “reunión”. Según la definición de la OMT (2014: 10) es un “término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta”.

Se aplica a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas en un espacio contratado. Por su parte, las asociaciones Reed Travel Exhibitions, el ICCA y el Meeting Professional International (MPI) también coinciden con esta definición. Cabe destacar que el término “evento” también es utilizado a la hora de hacer referencia a las reuniones. Maure Agüero (2007) publicó en la revista online “Contribuciones a la Economía” una definición del término basándose en la Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes: “Evento es un término genérico que designa cualquier tipo de reunión o encuentro de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas o conocimientos y experiencias entre los participantes” (Maure Agüero, 2007).

Cravioto Magallón (1999) considera que el “turismo de eventos” comprende la realización de eventos tales como congresos, convenciones, conferencias, seminarios, simposios y reuniones similares, que se realizan de manera conjunta o independiente. Por su parte, Herrero Blanco (2000:13-14) entiende al mercado de las reuniones como aquel que: “... abarca la parcela del mercado turístico que se ocupa de la organización de actos públicos o privados a los que asisten determinados grupos de personas guiados por una LUSTO, L., (2016) 6 motivación común, ya sea de carácter político, comercial, empresarial, científico, deportivo, académico o social”.

Según Maure Agüero (2007) en el año 2005 se realizó una conferencia en Iguazú en donde la OMT definió al sector de reuniones y eventos como aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias.

García Navas, Becerra Benítez, Cebrino Casquero, Delgado Reina y Álvarez Gallego (2014) sostienen que a partir del año 2006 comienza a hablarse de “turismo de reuniones” para referirse a una modalidad de turismo que engloba los viajes para el encuentro de grupos de personas que se reúnen para tratar cuestiones relativas a sus intereses comunes, a la actividad de su empresa o para disfrutar de un premio otorgado por su empresa (viajes de incentivo). Posteriormente, se ha ido evolucionando hacia un concepto más completo, como es el de “sector MICE”. Éste se refiere al turismo de negocios como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, profesionales y/o asociativas a través de la realización de reuniones de negocios, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares (jornadas, encuentros, simposios, foros, seminarios).

Sin embargo, algunos organismos y profesionales prefieren hablar de “industria de reuniones” debido a que consideran que el término MICE no reconoce el carácter industrial de las mismas. En este sentido, Ramos (2014) emplea el término desde una perspectiva más empresarial, definiéndolo como “turismo de negocios”, entendiendo al mismo como el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado a la realización de actividades laborales y profesionales. El autor distingue dos variantes del turismo de negocios: individual o grupal. La primera comprende a los viajeros de negocios que se desplazan hacia un destino para desarrollar actividades inherentes a su oficio o profesión. Por otro lado, la variante grupal abarca los congresos, convenciones, viajes de incentivo y exposiciones.

A nivel nacional, teniendo en cuenta la dispersión terminológica existente, ya hacia el año 2005, la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA) comenzó a posicionar el concepto “turismo de reuniones”, el cual ha terminado imponiéndose en las distintas latitudes. En la página web de la asociación se lo define como el LUSTO, L., (2016) 7 segmento que abarca las actividades realizadas por las personas que viajan a un destino con el objetivo de participar en una reunión, incluyendo también a sus acompañantes. Abarca los congresos, las convenciones, las ferias y exposiciones, los viajes de incentivo, las conferencias y los eventos de distintas magnitudes generados con diversos propósitos. En relación a lo mencionado anteriormente, teniendo en cuenta la dispersión terminológica, cabe aclarar que la presente investigación emplea el término “turismo de reuniones” ya que el mismo es el más aceptado en Argentina. A su vez, se emplearán indistintamente los términos “reunión” y “evento”.

■ Principales actores vinculados al turismo de reuniones

Según Herrero Blanco (2000) entre los actores que intervienen en la gestión del turismo de reuniones se encuentran:

1. **Generadores de eventos:** son aquellos organismos, instituciones y empresas, tanto de carácter público como privado, que consideran que la organización de reuniones es el camino más adecuado para lograr sus objetivos a corto y mediano plazo. Según la envergadura y contenido de cada evento, los productores y convocantes del mismo pueden optar entre organizarlo ellos mismos o contratar a un organizador profesional.
2. **Organizadores profesionales:** Agencia de viajes especializada: se trata de una agencia de viajes que cuenta con un departamento dedicado exclusivamente a la organización de eventos. Ofrece las mismas garantías empresariales que una agencia de viajes, facilita todos los servicios turísticos y títulos de transporte que el evento precise, pero brinda al cliente un servicio especializado.
3. **Organizador Profesional de Congresos (OPC):** de acuerdo al sitio web de la asociación OPC Región de Murcia, se lo define como aquella empresa cuyas funciones son de consultoría, planificación, organización, dirección y control de congresos, ferias, convenciones y otros eventos de naturaleza similar. También, se encarga de cualquier otra actividad que, profesionalmente, requiera el evento, pudiéndose llevar a cabo directamente o subcontratándolas a terceras personas o sociedades.
4. **Bureaux de convenciones y visitantes:** son asociaciones sin fines de lucro en donde participan empresas de turismo, transporte, hoteles, centros de congresos y convenciones y todas aquellas empresas y profesionales que tengan como fin posicionar una ciudad como sede ideal para eventos, colaborando así a que la misma se desarrolle económica, social y culturalmente. Sus principales funciones son la promoción del destino y la intermediación entre la oferta y la demanda turísticas.

Según lo sostenido por AOCA en su sitio web, los bureaux son la mejor herramienta a la cual es posible acceder para obtener información adecuada y objetiva para la realización de un evento en un destino determinado, así como para recibir un óptimo asesoramiento. Precisamente, los bureaux se encargan de planificar, integrar, coordinar, promover, difundir y controlar el amplio espectro de servicios integrales que se brindan en el marco de la realización de distintos tipos de eventos (Fabbri y Olivera, LUSTO, L., (2016) 15 2003).

Según Herrero Blanco (2000) los servicios de apoyo que brindan son totalmente gratuitos, se destacan los siguientes:

1. **Asesoría de organización:** facilitan la información y contactos necesarios para la organización del evento: auditorios y salas de reuniones, hoteles, servicios de catering, agencias de viajes y servicios varios.
2. **Apoyo a la presentación de la candidatura de la ciudad:** confección del dossier técnico, cesión de material gráfico y audiovisual, apoyo logístico en la presentación y coordinación de viajes de familiarización.
3. Apoyo institucional en recepciones y visitas especiales, bienvenidas y presentaciones nacionales e internacionales.

Por otra parte, existen diversas asociaciones que se constituyen en referentes del segmento turismo de reuniones:

1. **Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA):** en su sitio web se define como la comunidad mundial de la industria de reuniones, la cual representa a los principales especialistas en los sectores de servicios, transporte y organización de eventos internacionales. Esta organización fue fundada en 1963, inicialmente por un grupo de agencias de viajes con la finalidad de buscar el intercambio de información sobre congresos y convenciones en el sector turístico. Su misión es constituirse como un centro de conocimiento permitiéndole a sus miembros generar y mantener una ventaja competitiva significativa en el mercado. La red ICCA abarca más de 1000 empresas y organizaciones miembro en más de 90 países en todo el mundo.
2. **Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina (COCAL):** busca convertir a América Latina en un centro mundial de turismo de reuniones de primer nivel. Según el sitio web de la misma, algunos de sus objetivos son: fomentar la formación y certificación internacional de técnicos y profesionales del sector; acordar principios y normas de ética profesional y comercial; contribuir a promocionar a los países de América Latina y establecer relaciones de cooperación entre ellos; representar a la región en el plano internacional y fomentar y capacitar en la organización de eventos sostenibles y en la promoción de la responsabilidad social.

LUSTO, L., (2016) 16



3. **Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA)** en base a su sitio web, es la asociación que nuclea a los profesionales vinculados a la actividad de organización de congresos, ferias, exposiciones y reuniones sociales y empresariales de la República Argentina. Es el referente de la actividad y el interlocutor válido en la materia ante las autoridades gubernamentales, promoviendo el desarrollo de la actividad y representando al sector en todas las acciones que encara. Sus miembros son organizadores de congresos, de ferias y exposiciones, de eventos corporativos, de eventos sociales, proveedores, constructores de stands y los bureaux de Argentina.
4. **Asociación de Eventos de la República Argentina (AOFREP):** según lo expresado en su sitio web es una organización sin fines de lucro que nuclea a los referentes más reconocidos del mercado de eventos, entre los cuales se encuentran organizadores de fiestas y de eventos corporativos, salones, hoteles, servicios gastronómicos, equipamiento, instituciones educativas, ambientadores, iluminación y sonorización especializada, agencias de viajes de incentivo (DMC), entre otros. Surge a partir de la necesidad de agrupar a todos los empresarios y emprendedores del sector en una asociación que contribuya al mejoramiento continuo, tanto a nivel nacional como internacional.
5. **Observatorio Económico del Turismo de Reuniones en la República Argentina (OETR):** surge en el año 2010 a partir de un convenio entre el Ministerio de Turismo de la Nación a través del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), AOCA y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (FCE-UBA). Es el organismo encargado de reunir la información estadística del impacto económico que genera el turismo de reuniones en Argentina. Tiene por objetivo contar con un sistema profesional de monitoreo permanente de los principales indicadores del segmento en el país, que le permita a los actores directamente involucrados mejorar la toma de decisiones en base a información estadística única y con rigurosidad metodológica unificada a nivel nacional (OETR, 2015).

El presente escrito tiene como objetivo mejorar y consolidar el posicionamiento de Villa de Merlo como destino sede de turismo de reuniones, por lo que se propone la creación de un bureau de convenciones para articular la actividad. Se busca generar un espacio de diálogo entre los distintos actores que intervienen en el desarrollo del segmento en donde se propicie la generación de estrategias de promoción y comunicación del destino. Se observó que los bureaux de convenciones se constituyen como herramientas para el posicionamiento de los destinos como sedes, por lo que la implementación de una entidad de estas características en la ciudad generaría un mejor posicionamiento. A su vez, se presentan como los principales representantes de los destinos frente al público.

Se propone, para su implementación, seguir las siguientes fases.

Definir los objetivos que guiarán al bureau, es decir, hacia dónde se dirigirán los esfuerzos. Estos podrían ser:

1. Mejorar y consolidar el posicionamiento de la ciudad como destino sede de turismo de reuniones.
3. Fortalecer el desarrollo del segmento y formalizarlo como producto turístico.
4. Propiciar la asociatividad del sector.
5. Constituirse en el actor clave de promoción y comunicación del destino.
6. Profesionalizar la actividad brindando capacitación y formación.
7. Contribuir al desarrollo económico, social y cultural de la ciudad mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos.
8. Concientizar a la sociedad acerca de los beneficios derivados del sector.

En cuanto a la composición del bureau, se propone incorporar a la mayor cantidad de instituciones posibles debido a que se busca fomentar la asociatividad del sector.

Se propone que participen actores de los siguientes sectores intervinientes:

1. Sector público: Área de Turismo del Municipio
2. Sector académico: Facultades y Universidades.
3. Asociación de Agencias de Viajes y Turismo
4. Asociación Gastronómica Hotelera
5. Asociaciones de Casas y Cabañas
6. Empresas de eventos integrales, sonido, streaming, etc

La mayoría de los actores intervinientes, ya están enrolados en el EmiProtur, lo cual sería muy factible mediante un decreto ampliar las funciones o crear una comisión específica.



PROYECTO: MERLO BUREAU.**ANÁLISIS**

En el actual contexto de creciente globalización y expansión del turismo, la Organización Mundial del Turismo (2014), ha destacado la importancia del turismo de reuniones como uno de los segmentos de mayor crecimiento. Según este organismo, el Turismo de Reuniones ofrece inmensos beneficios a la economía en general, ya que reduce la estacionalidad, genera un mayor nivel de gasto, contribuye a la regeneración de los destinos, promueve la divulgación de conocimientos y potencia la innovación y la creatividad. En los últimos 20 años, el Turismo de Reuniones ha adquirido un gran desarrollo dentro de la actividad turística de la ciudad de Mar del Plata, la cual se ha consolidado como un importante destino sede de eventos. Este subsector del turismo reviste gran importancia ya que contribuye a reducir la estacionalidad, es una importante fuente de ingresos, empleo e inversiones para la ciudad y, además, implica la generación de un aporte educativo importante de los eventos al destino. Dadas las exigencias actuales del mercado de las reuniones y la creciente competencia entre los destinos por atraer este tipo de turismo, cabe destacar la importancia de la creación de Merlo Bureau logrando el posicionamiento de la ciudad como destino sede de eventos. Esta entidad está integrada por empresas y profesionales vinculados al ámbito del Turismo de Reuniones y a la actividad económica de la ciudad cuyo principal objetivo consiste en trabajar mancomunadamente en la promoción, difusión y captación de eventos para Villa de Merlo.

“Turismo de congresos y convenciones: aportes para un modelo conceptual y metodológico”. Este trabajo aborda al turismo de congresos y convenciones dentro del marco del turismo urbano, realizando una conceptualización, caracterización y relevancia del mismo. También se recomiendan una serie de acciones a ser llevadas a cabo por los diferentes actores públicos y privados que desarrollan la actividad. (Muñoz, M.J, de la Universidad Nacional de Mar del Plata)

De la Graduación de la Universidad Nacional de La Plata: “Limitaciones y potencialidades de Tandil como ciudad sede de congresos y reuniones afines”, realizada por Montero, P. Dicho documento evalúa la situación actual de la oferta para reuniones en la ciudad de Tandil e identifica sus limitaciones y potencialidades como ciudad sede de congresos y reuniones. Este trabajo también aporta la visión del Mar del Plata Convention & Visitors Bureau acerca del turismo de congresos y reuniones.

Lo elaborado por Herrera, L. sobre “Turismo de congresos y reuniones en la ciudad de La Plata: Estado actual, tendencias y posibilidades de desarrollo”. La misma describe la situación actual de La Plata como ciudad sede de este fenómeno, detalla los diferentes eventos realizados durante el año 2013 y brinda características generales del consumidor de este segmento turístico.

El presente trabajo será realizado bajo un enfoque de tipo cualitativo, en tanto se pretende comprender la percepción de los sujetos acerca de un tema específico, en este caso el Turismo de Reuniones en la ciudad de Merlo. Tal como afirma Hernández Sampieri et. al. (2010), el propósito de este tipo de enfoque consiste en reconstruir la realidad tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido, sin plantearse por lo tanto en este trabajo la comprobación de hipótesis. El trabajo se fundamenta tanto en fuentes de información primarias como secundarias. La información primaria parte de la aplicación de entrevistas personales a empresarios y profesionales asociados de nuestra ciudad con el objeto de conocer su percepción respecto del tema, indicándose en la conversación sobre la situación actual del turismo de reuniones en la ciudad desde la visión de este grupo de actores clave. En la selección de los entrevistados se procuró la representación de cada uno de los principales sectores del turismo de reuniones de la ciudad: hotelería, Organizadores de eventos, Salones y recintos, Agencias de Viajes especializadas, Servicios de Apoyo (infraestructura para eventos, gráfica y cartelería) El cuestionario fue planteado con preguntas semiestructuradas, dado que estas pueden aportar una valiosa información en función de los objetivos que se pretendían conseguir y el entrevistador puede explorar áreas que surgen espontáneamente durante la entrevista. Por otro lado, la información secundaria se nutre del análisis de libros especializados, informes de investigaciones, artículos científicos, páginas web y otras publicaciones y revistas. También se ha recurrido a los informes estadísticos que elaboran los diferentes organismos relacionados al Turismo de Reuniones tanto a nivel internacional, nacional como regional.

El Turismo de Reuniones ha tenido en los últimos años una gran evolución y desarrollo. Sin embargo, aún existe una gran dispersión terminológica dependiendo de la perspectiva desde la cual se lo analice y de la entidad que los elabore. Realizando una primera aproximación conceptual al tema, resulta habitual el uso de diferentes términos para referirse a los mismos conceptos: turismo de eventos, MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), turismo profesional, industria de eventos, turismo de reuniones, turismo de negocios, turismo de congresos y convenciones, entre otros. La temática ha sido tratada por numerosos autores y organismos desde diferentes enfoques, lo que deriva en la existencia de diferentes definiciones aplicadas al sector.

La **OMT** (2005) ha definido al turismo de negocios como: *“Sector de reuniones y eventos también conocido como sector de las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y exposiciones o sector de las MICE (Meeting, incentives, congresses, exhibitions), es aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias”*. Para **Martín Roda** (2011), *“El Turismo de Negocios es aquel que se realiza fuera del lugar habitual de trabajo, pero sin obtener ninguna remuneración extra en el lugar de destino, y se realiza para asistir a ferias; congresos y convenciones; actividades comerciales; prestación de servicios empresariales...”*. Por su parte, según **Mantero** (1997), *“El turismo de negocios remite a la afluencia de personas de los diferentes sectores del comercio y la producción, que se genera en razón de su actividad, al influjo de la realización de workshops y ferias destinados a la presentación, difusión y eventual adquisición de productos de interés específico”*.

En el informe elaborado por la OMT (2007) sobre la Evaluación de la importancia del sector de las reuniones, se recomienda examinar algunos de los componentes de las reuniones para elaborar una definición que ayude a una evaluación correcta del sector:

Objetivos de una reunión: debe ser reunirse con otros participantes para intercambiar ideas, hacer vida social y dialogar. Al respecto, ICCA recomienda que los objetivos principales de las reuniones sean motivar a los participantes y hacer negocios.

Lugar de una reunión: deben ser lugares acordados en los que se debe pagar por la utilización del espacio para la celebración de la reunión, ya que al ser reuniones contratadas, se contribuye a la economía. Tamaño de una reunión: determinar el tamaño mínimo de una reunión ha sido un criterio polémico. Así, la ICCA y la UIA, han definido diferentes números mínimos de participantes para que una reunión se incluya en los informes estadísticos. Por tal motivo, la OMT recomienda compilar datos sobre las reuniones a las que asistan al menos diez participantes.

Duración de una reunión: se recomienda que la duración mínima de una reunión sea de medio día (cuatro horas) o más para que sea lo más inclusiva posible.

Reuniones Internacionales: respecto al lugar, tamaño y duración de las reuniones internacionales, se definen con los mismos criterios que las reuniones per se. La única diferencia a tener en cuenta es el número de países y la proporción de delegados internacionales. En este sentido, se entiende por reunión internacional aquella de al menos medio día de duración a la que asisten diez participantes como mínimo, y en la que al menos el 20% del número total de participantes es de origen internacional.

Por su parte, en nuestro país, desde el año 2005, la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA) comenzó a posicionar el concepto de Turismo de Reuniones, definiéndolo como el segmento que abarca las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objeto principal de participar en una reunión, actividad grupal, conferencia o de acompañar a una persona que asiste a la misma. Se incluyen como tales los congresos, las convenciones, las ferias y exposiciones, las acciones de incentivos, las conferencias y los eventos de distintas magnitudes generados con variados propósitos.

En tanto que para el Instituto Provincial de Promoción Turística (INPROTUR), el Turismo de Reuniones engloba la organización de congresos, ferias y exposiciones, eventos deportivos, viajes corporativos y de incentivo. Para Diego Gutiérrez, presidente de AOCA (2013), refiere, a modo de definición, que al turismo de reuniones lo integran todos aquellos viajes y pernoctes cuyo motivo es de manera genérica una Reunión. Se incluyen aquí los eventos asociativos, encuentros corporativos, eventos académicos y las ferias y exposiciones.

Existen diferentes criterios para clasificar el Turismo de Reuniones, uno de ellos es el utilizado a nivel nacional por el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (2014). Según este organismo, el Turismo de Reuniones puede desagregarse en cuatro grandes grupos: Congresos y Convenciones (C&C), Incentivos (INC), Ferias y Exposiciones (F&E) y Evento deportivo de alcance internacional (EDI).

CONGRESOS Y CONVENCIONES (C & C)

■ **Congreso:** Reunión periódica que nuclea a los miembros de una asociación, organismo o entidad para debatir cuestiones previamente fijadas. Por lo general, se celebran una vez al año, aunque los de carácter internacional se suelen organizar cada 24 meses, y su duración oscila entre los dos y los cinco días.

■ **Jornada:** Encuentro que, con la modalidad de talleres o conferencias, trata un tema ante un auditorio y cuyos resultados se publican posteriormente. Esta denominación se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día, se realizan las disertaciones, se debate y se arriba a conclusiones en una misma jornada.

■ **Encuentro:** Una reunión que posee las características de una flexibilidad en la forma y dinámica que puede adquirir según lo determine el organizador, siendo variable su duración y el alcance de su convocatoria acorde a la temática que lo origina. Puede estar organizado por una asociación para fomentar una actividad concreta.

■ **Seminario:** Reunión de estudio donde se desarrolla en profundidad un tema determinado. Cada uno de los oradores expone en forma individual desde su área específica y desde su punto de vista. Suele darse como actividad integrada o paralela en algunos congresos.

■ **Conferencia:** Encuentro convocado por una persona, empresa o entidad para transmitir un mensaje o dar a conocer un tema en particular, generalmente por invitación. Deben ser de corta duración para poder aprovechar al máximo la atención del auditorio y tratan un temario limitado.

■ **Simposio:** Reunión de un grupo de entre tres y seis expertos o técnicos que exponen sucesivamente distintos aspectos del asunto tratado con una cantidad de Turismo de Reuniones: Cada intervención se extiende durante 15 minutos y aborda un área particular del tema que lo convoca. De esta manera el público tiene una visión integrada del tema que los ocupa.

■ **Foro:** Todo tipo de oratoria, conversación o debate sobre un tema en el que participan todos los presentes. Generalmente, constituye la parte final de un simposio o una mesa redonda. Está dirigido por un coordinador, que permite la libre expresión de ideas, supervisando las intervenciones y los tiempos.

■ **Convención:** Evento formal y genérico de cuerpos legislativos, político sociales o económicos, cuyo propósito es proveer información respecto de una situación particular para luego deliberar y establecer consenso entre sus participantes.



- **Incentivos (INC):** Constituyen un instrumento de la estrategia de motivación que utilizan las empresas para estimular el rendimiento de su personal. También utilizado para que la empresa comunique ciertos planes de estrategia dejando atrás la habitual sala de reuniones.

FERIAS Y EXPOSICIONES (F&E)

- **Ferias:** Son comerciales, se vende y eventualmente el producto se entrega en el lugar. Predomina la comercialización de los productos y servicios in situ.
- **Exposiciones:** Predominantemente son promocionales e institucionales y de envergadura o nivel superior. Solo se exhiben y promocionan productos y servicios pero el proceso completo de venta no se realiza en el momento, independientemente de la magnitud de la muestra. Aquellas donde ocurre solo su exhibición y promoción.
- **Workshop:** Jornada profesional utilizada como Bolsa o Mercado de Contratación donde se contacta la oferta y la demanda. Busca facilitar el intercambio comercial entre ambas.

EVENTO DEPORTIVO DE ALCANCE INTERNACIONAL (EDI)

Son eventos que convocan a atletas de diferentes países a participar de un torneo o competencia que se realiza durante más de una jornada. Son eventos que se realizan de manera regular y su sede rota por diversos países.

Los **Bureau de Convenciones** son entidades de promoción y fomento del turismo de negocios, que aglutinan a empresas vinculadas a esta modalidad de turismo (hoteles, empresas de catering, restaurantes, agencias de viajes, alquileres de autos, empresas de tecnología, entre otras (Jiménez Castillo y Sánchez Pérez, 2005). Siguiendo a Muñoz (2001), “los Bureau de Congresos y Convenciones son organizaciones que reúnen a distintos actores relacionados con la actividad turística de un destino, cuyo objetivo principal es impulsar el desarrollo del mismo como sede de congresos y convenciones”. Los **Convention & Visitors Bureaus** son organizaciones privadas, sin fines de lucro, que representan los intereses del gobierno, de las asociaciones comerciales y de los profesionales, junto con los intereses de los prestadores de servicios (hoteles, centros de convenciones, restaurantes, transportadoras, agencias de viaje, tour-operadores, organizadores de eventos, centros comerciales, bancos, tarjetas de crédito, etc.), con el objetivo de generar negocios, aumentar los ingresos y crear empleo, atrayendo eventos y visitantes a una comunidad (Gandara,2003).



Para la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones de Congresos y Eventos (2013), los Burós son la mejor herramienta a la cual es posible acceder para obtener información adecuada y objetiva para la realización de un evento en un destino determinado así como para recibir óptimo asesoramiento contactando a los mejores. La cantidad de los mismos se ha incrementado notablemente en el último año, constituyendo de esta manera, una herramienta destacada para posicionar Argentina como Sede de Eventos Internacionales.

Una de las funciones de un Convention & Visitors Bureau es desarrollar una imagen que posicione a la ciudad en el mercado de reuniones. Otra de las funciones consiste en promocionar el destino atrayendo eventos a través de la presentación de candidaturas para captar congresos y convenciones. A su vez, también son los encargados de difundir la oferta de reuniones de la ciudad y servir de intermediario entre ésta y la demanda turística facilitando la información sobre la ciudad y sus posibilidades para albergar eventos. Por su parte, para el autor Gavinho (1995), “la principal función de un Convention and Visitors Bureau es vender sus ciudades, regiones o países, dirigiendo sus esfuerzos para ingresar a aquellos mercados ventajosos para su destino, a través de estrategias de marketing, vinculadas fundamentalmente con la creación de una imagen urbana favorable. Estas oficinas permiten concentrar proyectos de iniciativa privada, y son además un canal de comunicación con el Estado”. Siguiendo a Jiménez, Marín y Sánchez (2007), “los Bureau desempeñan una función relacional y de promoción dentro de un canal compuesto, por un lado, de empresas privadas e instituciones públicas, y por otro, de una demanda turística profesional”. Estas instituciones, actúan como agentes integradores de la comunicación del destino. Son el soporte físico y comercial de los profesionales dedicados a la actividad de congresos y convenciones en su ciudad. Los Convention & Visitors Bureaus cumplen un papel muy importante en la conformación de la imagen de los destinos turísticos desarrollando un trabajo de marketing con el objetivo de proyectar la imagen del destino como ideal para turistas y realización de reuniones. Como plantea Mangabeira (1995), por la naturaleza de su trabajo, los resultados de un Bureau solo pueden ser medidos a mediano y largo plazo. Otra de las funciones de estas entidades es la de posicionar a las ciudades en un mercado cada vez más competitivo, evaluando y seleccionando los mercados más beneficiosos y rentables para su destino. Además, deben coordinar los diferentes segmentos del sector de las reuniones y ser el canal de comunicación entre el sector privado y el público con el fin de transmitir una imagen uniforme de la ciudad en el mercado.

Las actividades que desarrollan estas entidades son las siguientes:

1. Asesorar y proporcionar información sobre los lugares más idóneos a la hora de realizar un evento, dependiendo del número de asistentes y la capacidad hotelera requerida.
2. Elaborar un calendario de congresos anual.
3. Elaborar un informe estadístico sobre el mercado de reuniones para mejorar el conocimiento de dicho mercado y ayudar en las estrategias de marketing de las ciudades.
4. Realizar acciones promocionales tanto en el ámbito internacional como en el nacional.
5. Llevar a cabo seminarios y jornadas encaminadas a mejorar la formación del personal técnico de los entes municipales.

Por su parte, para Almería Convention Bureau (ACB, 2005), los Convention Bureau pueden colaborar al menos, de dos formas en la organización de eventos:

1. **Mediante apoyo técnico:** presentando candidaturas, colaborando en los gastos de captación y búsqueda de soporte de otras instituciones y organismos interesados, organizando visitas de inspección, proporcionando información objetiva y completa de facilidades, instalaciones y servicios, facilitando contactos con los prestatarios de los servicios, apoyando en la difusión del encuentro (carteles, folletos, vídeos, etc.).
 2. **Con apoyo institucional:** dando la bienvenida oficial a los congresistas, entregando documentación turística de la ciudad a los participantes, ofreciendo recepciones y asistencia a acontecimientos especiales. Al respecto, Islas González (2011), plantea que una de las principales funciones de las Oficinas de Convenciones es incrementar el flujo de turistas al destino a través de estrategias de publicidad y promoción. También es la encargada de informar al sector público sobre la potencialidad de los segmentos de mercado que mediante el desarrollo de su actividad identifique. Los Bureau de Convenciones obtienen información que es vital para retroalimentar al sector público encargado del desarrollo del Turismo de Reuniones, con el fin de actualizar los planes de desarrollo.
- La creación del Merlo Bureau es el objetivo global y abarcativo para el 2022 con metas claras para empezar a funcionar como tal.
 - Apertura del Aeropuerto
 - Obtener e Casino 2 Venados como Centro de Convenciones Municipal
 - Relevamiento de la infraestructura
 - Estipular un presupuesto de representatividad a través del EmiProTur

ORDENANZA N° III- 1131-C.D.-2024.-

Villa de Merlo, San Luis, 01 de Agosto de 2024.-

CREA EL **"MERLO BUREAU EVENTOS"**

VISTO:

El proyecto de ordenanza para la creación del "Merlo Bureau Eventos" presentado por la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos de Villa de Merlo; y:

CONSIDERANDO:

Que el Bureau es un organismo cuyo principal objetivo es la captación del turismo de negocios, conformado por instituciones públicas y privadas, cámaras de turismo, cámaras de comercio, academias y otras entidades profesionales del sector turístico.

Que el Bureau facilita información actualizada, especializada y objetiva sobre la infraestructura y servicios disponibles para la organización de eventos tales como seminarios, congresos, convenciones y viajes de incentivo.

Que el turismo de negocios genera un impacto económico significativo, con un gasto per cápita de tres a siete veces mayor que el de un turista convencional, beneficiando a múltiples sectores económicos locales.

Que la ciudad de Villa de Merlo cuenta con una gran diversidad de atractivos turísticos, establecimientos educativos de prestigio, y una infraestructura adecuada para el turismo de reuniones, incluyendo hoteles de alta categoría y un nuevo Centro de Convenciones.

Que la creación del "*Merlo Bureau Eventos*" permitirá a la ciudad aprovechar sus ventajas competitivas y comparativas, posicionándose como un destino de referencia para el turismo de reuniones a nivel provincial, nacional e internacional.

Que por todo ello se dispone conforme se expresa a continuación.-

POR TODO LO EXPUESTO, ESTE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD VILLA DE MERLO, SAN LUIS, EN USO DE LAS ATRIBUCIONES Y FACULTADES QUE LE CONFIERE LA LEY SANCIONA LA SIGUIENTE:

ORDENANZA

CAPÍTULO I: DEFINICIONES

ARTÍCULO 1º

Para los fines de la presente ordenanza, se adoptan las siguientes definiciones:

- A. Merlo Bureau Eventos:** Comisión ejecutiva mixta encargada de promover, coordinar y gestionar actividades relacionadas con el turismo de reuniones en la ciudad de Villa de Merlo, integrando representantes del gobierno municipal, la comunidad empresarial, académica y otros actores relevantes del sector turístico local.
- B. Miembro Participante:** Son todas aquellas personas físicas o jurídicas que se han registrado y han sido aceptadas por el "Merlo Bureau Eventos" para beneficiarse de sus servicios y colaborar activamente en la promoción y desarrollo de eventos en Villa de Merlo.
- C. Cánones:** Se refiere a la contribución económica que los miembros participantes deben realizar al "Merlo Bureau Eventos" para tener la posibilidad de ser considerados como prestadores preferenciales de servicios específicos relacionados con salones de eventos, alojamiento y gastronomía destinados a los visitantes en las reuniones organizadas por el Bureau. El canon servirá como el principal sustento financiero operativo de las funciones de la Comisión Ejecutiva.
- D. Directorio:** Órgano de gobierno del Merlo Bureau Eventos, compuesto por el Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero, responsables de la toma de decisiones estratégicas y administración del Bureau.
- E. Auspicio:** Es el apoyo financiero o en especie proporcionado por entidades externas para la realización de eventos y actividades del "Merlo Bureau Eventos".

CAPÍTULO II: CREACIÓN Y OBJETIVOS

ARTÍCULO 2º

Créase la Comisión Ejecutiva denominada "Merlo Bureau Eventos", con los siguientes objetivos:

- A.** Desarrollar el turismo de reuniones como producto turístico y posicionar a la ciudad de Merlo como un destino óptimo para la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones, eventos corporativos y deportivos.

- B.** Romper con la estacionalidad turística de la ciudad, aumentando la ocupación hotelera y gastronómica durante la temporada baja.
- C.** Aumentar el número de visitantes a la ciudad, movilizandó la cadena productiva del turismo y permitiendo una economía más sustentable y sostenible.
- D.** Facilitar relaciones simétricas entre todos los actores públicos y privados del sector.
- E.** Establecer vínculos con entidades similares del país y del exterior.
- F.** Concientizar a la población sobre los beneficios del turismo de reuniones mediante capacitaciones.
- G.** Impulsar la capacitación en la organización de eventos, coordinando entre el sector turístico, instituciones y gobiernos.
- H.** Mantener actualizado el calendario de eventos de la ciudad.
- I.** Promover el desarrollo del turismo receptivo en todas sus formas.
- J.** Fomentar el aprovechamiento de las ventajas competitivas de la ciudad.
- K.** Facilitar convenios con líneas aéreas, transportes terrestres y hoteles.
- L.** Apoyar la creación de nuevos eventos atractivos para la ciudad.
- M.** Preparar propuestas para postular la ciudad como sede de eventos.
- N.** Prestar asesoramiento técnico e informativo sobre la infraestructura y servicios de la ciudad.
- O.** Colaborar en la presentación de la ciudad como sede de reuniones y eventos.
- P.** Asistir a eventos relacionados con el turismo de reuniones.
- Q.** Producir material promocional y realizar acciones de difusión.
- R.** Promover estadísticas sobre el mercado de reuniones y su impacto económico.
- S.** Participar en entes nacionales e internacionales relacionados con el turismo de reuniones.
- T.** Generar acciones políticas para desarrollar el turismo de reuniones como producto turístico.

CAPÍTULO III: COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO

ARTÍCULO 3°

El Directorio de la Comisión Ejecutiva "Merlo Bureau Eventos" estará compuesto por los siguientes cargos y representantes:

- A. Un (1) Presidente que será el Intendente Municipal.
- B. Un (1) Vicepresidente, designado por el Intendente Municipal.
- C. Un (1) Secretario, designado por el Concejo Deliberante.
(establecido por el oficialismo)
- D. Un (1) Tesorero, designado por el Concejo Deliberante
(establecido por la oposición)

Los integrantes designados por el Intendente Municipal y el Concejo Deliberante deberán elegir a su correspondiente suplente, y ser formalmente nombrados por sus respectivas entidades.

CAPÍTULO IV: DEL CONSEJO CONSULTIVO

ARTÍCULO 4°

El Consejo Consultivo del Merlo Bureau Eventos es un órgano asesor compuesto por representantes de cámaras, asociaciones, entidades académicas y otros actores relevantes del sector turístico. Su principal objetivo es brindar asesoramiento estratégico y colaborar con el Directorio en la promoción y desarrollo del turismo en Merlo, especialmente en lo relacionado con el turismo de reuniones y negocios.

- A. **Composición:** El Consejo Consultivo estará integrado, en principio, por representantes de las siguientes cámaras, asociaciones, y entidades:
 - Cámara de Comercio, Hotelería e Industria.
 - Asociación de Casas de Alquiler Vacacional.
 - Asociación Hotelera Gastronómica de Merlo.
 - Asociación de Agencias de Turismo.
 - Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis
 - Entidades especializadas en el turismo de reuniones y negocios

- B. Cada Cámara, Asociación o Entidad que decida tener participación en el Consejo Consultivo deberá designar un representante para integrar las reuniones y un suplente para su reemplazo en caso de que éste se encuentre imposibilitado de presentarse.
- C. El Consejo Consultivo también estará abierto a entidades o asociaciones que surjan en el futuro, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el artículo siguiente.

ARTÍCULO 5°

Requisitos para Conformar el Consejo Consultivo

- A. **Constitución Legal:** Las entidades y asociaciones deben estar legalmente constituidas y debidamente registradas según las normativas vigentes.
- B. **Representatividad:** Las entidades deben tener una representación significativa en el sector turístico, especialmente en lo referente al turismo de reuniones y negocios.
- C. **Compromiso con el Sector:** Las entidades deben demostrar un compromiso activo con el desarrollo y promoción del turismo en Merlo y la región.
- D. **Solicitud de Ingreso:** Las entidades interesadas en formar parte del Consejo Consultivo deberán presentar una solicitud formal al Directorio del Merlo Bureau Eventos, acompañada de la documentación que acredite el cumplimiento de los requisitos mencionados.

ARTÍCULO 6°

Funciones del Consejo Consultivo

- A. **Asesoramiento Estratégico:** Proporcionar recomendaciones y perspectivas a la Comisión Directiva sobre el desarrollo y promoción del turismo en Merlo.
- B. **Consulta sobre Proyectos:** Ser consultados por el Directorio sobre proyectos y actividades que impacten significativamente en el sector turístico.
- C. **Evaluación y Seguimiento:** Colaborar en la evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones implementadas por el Merlo Bureau Eventos.

**ARTÍCULO 7°****Reuniones del Consejo Consultivo**

- A. Convocatoria:** El Consejo Consultivo será convocado a participar de reuniones por el Directorio del Merlo Bureau Eventos cuando este lo considere necesario, y en particular, para tratar asuntos de relevancia relacionados con el turismo y las metas del Comité Ejecutivo.
- B. Periodicidad:** Aunque las reuniones serán convocadas según necesidad, el Consejo Consultivo se reunirá en períodos trimestrales para evaluar el desempeño general del Bureau y proponer mejoras.
- C. Quórum:** Para que una reunión del Consejo Consultivo sea válida, deberá contar con la presencia de al menos la mitad más uno de sus miembros.
- D. Toma de Decisiones:** Las decisiones del Consejo Consultivo serán de carácter consultivo y no vinculante. Las recomendaciones se adoptarán por mayoría simple de los miembros presentes.

ARTÍCULO 8°

- A. Registro de Actas:** Se llevará un registro de actas de todas las reuniones del Consejo Consultivo. Las actas incluirán un resumen de los temas tratados, las recomendaciones formuladas y las decisiones adoptadas.
- B. Custodia de Actas:** Las actas serán redactadas por un secretario designado por el Consejo Consultivo y serán custodiadas por el Secretario del Directorio del Merlo Bureau Eventos.

CAPÍTULO V: GESTIÓN DE EVENTOS Y COLABORACIONES**ARTÍCULO 9°**

El Directorio del "Merlo Bureau Eventos" será responsable de la administración y gestión de los recursos y actividades del Bureau. Asegurará la correcta implementación de los objetivos establecidos en esta ordenanza, así como el cumplimiento de las disposiciones legales pertinentes.

ARTÍCULO 10°

Participación en Eventos Públicos.

El "Merlo Bureau Eventos" participará activamente en el financiamiento y organización de eventos públicos organizados por el municipio, tales como la Fiesta Nacional Valle del Sol, Fiesta del Mate Puntano, Merlo Ciudad del Deporte, maratón Héroes de Malvinas, Pintores Paisajistas, Fiesta de la Dulzura, Reunión del Motociclismo Argentino, Encuentro Nacional de Senderismo, y otros eventos de interés comunitario promovidos por las diferentes áreas del gobierno municipal.

ARTÍCULO 11°

Colaboración en Eventos Privados.

El "Merlo Bureau Eventos" podrá colaborar en eventos privados a solicitud de las partes interesadas, aunque esta colaboración no será obligatoria. La decisión de apoyar financieramente estos eventos será determinada por la Comisión Directiva, considerando el impacto positivo que puedan tener en el turismo y la economía local.

CAPÍTULO VI: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

ARTÍCULO 12°

Funciones y Responsabilidades del Presidente

Presidente será responsable de:

- A.** Actuar como representante legal y administrativo del Merlo Bureau Eventos.
- B.** Nombrar un Gerente Comercial
- C.** Convocar y presidir las reuniones del Directorio, asegurando decisiones informadas.
- D.** Supervisar la implementación de políticas y estrategias aprobadas.
- E.** Mantener relaciones institucionales con entidades públicas y privadas del sector turístico.
- F.** Coordinar con el EMIPROTUR para alinear estrategias de promoción.
- G.** Delegar funciones a otros miembros del Directorio y equipo operativo.
- H.** Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del Directorio y equipo.



ARTÍCULO 13°

Figura del Gerente Comercial.

- A.** El Presidente del Merlo Bureau Eventos, el Intendente Municipal, designará un Gerente Comercial que tendrá responsabilidades remuneradas en reconocimiento a su dedicación exclusiva y responsabilidades administrativas.
- B.** La remuneración del Gerente será determinada por el Concejo Deliberante, considerando la gestión eficiente, la representación en eventos y la coordinación con entidades públicas y privadas.
- C.** La remuneración no excederá el salario de un funcionario municipal equivalente y será revisada anualmente.
- D.** Los fondos para la remuneración provendrán del presupuesto operativo del Bureau.
- E.** El Gerente podrá ser removido por el Concejo Deliberante por incumplimiento de funciones o gestión ineficiente.

ARTÍCULO 14°

Son funciones del Gerente Comercial.

- A.** Administrar los recursos financieros y materiales del Bureau de manera eficiente y transparente.
- B.** Liderar acciones de promoción y difusión del Bureau en eventos y conferencias.
- C.** Identificar y promover nuevas oportunidades de proyectos y eventos turísticos.
- D.** Presentar informes periódicos al Directorio sobre actividades y finanzas.
- E.** Participar en programas de capacitación para mantenerse actualizado.
- F.** Mediar y resolver conflictos internos y externos



**ARTÍCULO 15°**

Vicepresidente.

- A. El Vicepresidente asumirá las funciones del Presidente en su ausencia.
- B. Apoyará al Presidente en la planificación y ejecución de programas y proyectos.
- C. Cumplirá otras funciones delegadas por el Presidente o el Directorio.

ARTÍCULO 16°

Tesorero.

- A. Administrará y supervisará los fondos del Bureau.
- B. Elaborará el presupuesto anual en coordinación con el Presidente y el Directorio.
- C. Controlará ingresos, gastos y registro financiero del Bureau.
- D. Gestionará el cobro de cuotas y cánones de los miembros participantes.
- E. Presentará informes financieros periódicos al Directorio.
- F. Coordinará auditorías internas y externas según sea necesario.
- G. Autorizará pagos y contrataciones conforme a las políticas del Bureau.
- H. Administrará fondos de reserva y relaciones bancarias.
- I. Proveerá asesoramiento financiero al Presidente y Directorio.
- J. Identificará nuevas fuentes de financiamiento y oportunidades de inversión.

ARTÍCULO 17°

Comisiones de Trabajo.

- A. El Directorio podrá crear comisiones de trabajo para abordar temas específicos
- B. Presididas por un miembro del Directorio, podrán ser responsables de la planificación y ejecución de proyectos.
- C. Informarán regularmente al Directorio y presentarán propuestas para su aprobación.

ARTÍCULO 18°

Reuniones del Directorio.

El Directorio se reunirá mensualmente y extraordinariamente cuando sea necesario.

ARTÍCULO 19°

Sesiones Públicas El Directorio podrá celebrar sesiones públicas para informar a la comunidad sobre sus actividades.

ARTÍCULO 20°

Informe Anual.

El Bureau presentará anualmente un informe detallado al Concejo Deliberante y al Ejecutivo Municipal de sus actividades y acciones emprendidas.

CAPÍTULO VII: RELACIÓN CON EMIPROTUR

ARTÍCULO 21°

Coordinación y Colaboración con EMIPROTUR

- A. Promoción Conjunta:** Establecer estrategias coordinadas con el Ente Mixto de Promoción Turística (EMIPROTUR) para promover Merlo como destino turístico integral, abarcando tanto el turismo de reuniones como otras modalidades turísticas.
- B. Desarrollo de Paquetes Turísticos:** Colaborar en la creación y promoción de paquetes turísticos que combinen eventos organizados por el Merlo Bureau Eventos con otras atracciones y actividades ofrecidas en la región, en coordinación con EMIPROTUR.
- C. Participación en Ferias y Eventos:** Planificar y participar conjuntamente en ferias turísticas nacionales e internacionales, donde Merlo pueda ser promocionado como sede de eventos y destino turístico destacado.
- D. Capacitación y Formación:** Implementar programas de capacitación y formación dirigidos a actores del sector turístico local, en colaboración con EMIPROTUR, para mejorar la calidad de los servicios y la oferta turística de Merlo.

- E. Investigación de Mercado:** Realizar estudios de mercado de manera conjunta para identificar tendencias turísticas, segmentos de mercado potenciales y oportunidades de crecimiento para Merlo como destino de turismo de reuniones
- F. Marketing Digital:** Desarrollar estrategias de marketing digital coordinadas para aumentar la visibilidad de Merlo en plataformas digitales y redes sociales, aprovechando las fortalezas de cada organización en términos de alcance y recursos.
- G. Apoyo en la Solicitud de Subsidios y Financiamiento:** Colaborar en la identificación y solicitud de subsidios, fondos y financiamiento para proyectos conjuntos que beneficien el desarrollo turístico de Merlo, asegurando una utilización eficiente de los recursos disponibles.
- H. Monitoreo y Evaluación de Resultados:** Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación periódica de las actividades conjuntas realizadas con EMIPROTUR, para ajustar estrategias y maximizar los resultados obtenidos en términos de promoción y desarrollo turístico.

CAPÍTULO VIII: INSCRIPCIÓN Y MEMBRESÍA

ARTÍCULO 22°

Requisitos para ser Miembro Participante:

Para ser considerado como miembro participante del "*Merlo Bureau Eventos*", las personas físicas o jurídicas deben cumplir con los siguientes requisitos:

- A. Legalidad:** Estar legalmente constituidos de acuerdo con las leyes vigentes.
- B. Impuestos:** Poseer todos los impuestos municipales al día.
- C. Habilitaciones:** Tener habilitaciones comerciales vigentes y en regla.
- D. Normativas Locales:** Cumplir con cualquier otra normativa local aplicable.
- E. Relevancia del Servicio:** Preferentemente, estar relacionados con la prestación de servicios específicos para el turismo de reuniones, como salones de eventos, alojamiento y servicios de gastronomía u otros.

ARTÍCULO 23°

Procedimiento de Inscripción y Membresía:

- A.** Para ser miembro del Merlo Bureau Eventos, las entidades interesadas deberán presentar una solicitud formal al Directorio, previo cumplimiento de los requisitos establecidos y detallando su interés y compromiso con los objetivos del Bureau.
- B.** La Comisión Directiva evaluará las solicitudes y, en base a criterios de equidad, diversidad y contribución al desarrollo del turismo de reuniones, aprobará o rechazará las mismas.
- C.** Las entidades aprobadas deberán abonar el canon de membresía anual en el plazo estipulado para formalizar su membresía.

ARTÍCULO 24°

Beneficios para Miembros Participantes:

Para ser considerado como miembro participante del "*Merlo Bureau Eventos*", las personas físicas o jurídicas deben cumplir con los siguientes requisitos:

- A. Legalidad: Estar legalmente constituidos de acuerdo con las leyes vigentes.**
- A.** Acceso prioritario a la información y asesoramiento sobre la organización de eventos en la ciudad.
- B.** Inclusión en las campañas promocionales del Bureau, destacando sus servicios y capacidades específicas.
- C.** Participación en programas de capacitación y formación profesional organizados por el Bureau para mejorar la calidad de sus servicios.
- D.** Posibilidad de establecer convenios exclusivos con el Bureau y otros miembros para el desarrollo de actividades conjuntas que beneficien al turismo de reuniones en Merlo.
- E.** Prioridad en la participación de eventos y ferias relacionadas con el turismo de reuniones, facilitando la expansión de su red de contactos y oportunidades de negocio.
- F.** Uso del logo y la marca del Merlo Bureau Eventos para actividades promocionales, sujeto a las políticas establecidas por la Comisión Ejecutiva y que refuercen la imagen de calidad y profesionalismo del Bureau.

ARTÍCULO 25°

Obligaciones de los Miembros Participantes:

- A. Obligaciones Financieras:** Los miembros participantes deberán cumplir rigurosamente con las obligaciones financieras estipuladas, incluyendo el pago puntual de cuotas y contribuciones según lo determinado por el Directorio del Bureau. Esto garantiza la estabilidad financiera del Bureau y el respaldo continuo a sus actividades operativas y promocionales.
- B. Promoción Activa:** Asimismo, tienen la responsabilidad de promover activamente las actividades del Merlo Bureau Eventos y colaborar activamente en la difusión de Villa de Merlo como destino preferente para eventos y reuniones. Esto implica difundir los eventos organizados por el Bureau en sus propios canales de comunicación y redes sociales, así como participar activamente en campañas conjuntas de promoción.

ARTÍCULO 26°

Suspensión y Pérdida de la Condición de Miembro:

- A. Causas de Suspensión o Pérdida de la Condición:** La Comisión Ejecutiva del Merlo Bureau Eventos podrá proceder a la suspensión o revocación de la condición de miembro participante en casos de incumplimiento grave de las obligaciones financieras establecidas, falta de colaboración en la promoción de las actividades del Bureau, o cualquier conducta perjudicial para los intereses del Bureau.
- B. Procedimiento de Suspensión o Pérdida:** La decisión de suspender o revocar la condición de miembro participante será tomada por mayoría del Directorio, luego de un proceso que incluirá la notificación formal de las acusaciones al interesado, la garantía del derecho a la defensa y la oportunidad de corregir o remediar los incumplimientos identificados.

CAPÍTULO IX: PARTICIPACIÓN DE AUSPICIANTES

ARTÍCULO 27°

Participación de Auspiciantes:

- A. Modalidades de Participación:** Las empresas privadas y entidades públicas pueden participar como auspiciantes del Merlo Bureau Eventos mediante contribuciones financieras y promocionales destinadas a apoyar la organización y promoción de eventos. Esta colaboración fortalecería la capacidad del Bureau para llevar a cabo iniciativas de alto impacto en el turismo de reuniones en Merlo.

- B. Reconocimiento y Visibilidad:** A cambio de su apoyo, los auspiciantes recibirán reconocimiento y visibilidad destacada en los eventos patrocinados, así como en todos los materiales promocionales y comunicaciones del Bureau. Este reconocimiento se ajustará a los términos específicos acordados entre el Bureau y cada auspiciante, asegurando un retorno de inversión claro y beneficioso para ambas partes.
- C. Acuerdos Específicos:** El Directorio del Bureau establecerá acuerdos detallados con cada auspiciante, especificando claramente los términos y condiciones de la colaboración. Estos acuerdos incluirán el alcance del patrocinio, los beneficios proporcionados al auspiciante, las obligaciones del Bureau en términos de visibilidad y promoción, y cualquier otra disposición relevante para asegurar una colaboración mutuamente beneficiosa.
- D. Uso de los Aportes:** Los recursos recibidos de los auspiciantes serán exclusivamente destinados a la promoción y desarrollo de eventos especificados en los acuerdos de patrocinio. No se utilizarán para financiar las operaciones regulares del Bureau, garantizando así la transparencia y el uso eficiente de los fondos.

CAPÍTULO X: SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE MIEMBROS PARA EVENTOS

ARTÍCULO 28°

Selección y Priorización de Miembros para Eventos:

- A.** Para asegurar la eficiencia y equidad en la organización de eventos bajo el auspicio del Merlo Bureau Eventos, se establecerán criterios detallados para la selección de miembros idóneos. Estos criterios incluirán la capacidad de infraestructura, como el aforo de espacios y disponibilidad de alojamiento, así como otros requisitos relevantes para la adecuada ejecución de los eventos.
- B.** Se implementará un sistema de priorización que beneficiará a los miembros que no hayan participado recientemente en eventos organizados por el Bureau. Esto se realizará mediante una rotación equitativa o una lista de espera, garantizando que todos los miembros tengan igualdad de oportunidades para colaborar activamente en las actividades del Bureau.
- C.** La Comisión Directiva llevará a cabo revisiones periódicas para evaluar y ajustar los criterios de selección y priorización de miembros. Este proceso asegurará que las decisiones estén alineadas con los objetivos estratégicos del Merlo Bureau Eventos y promoverá una distribución equitativa de los beneficios entre los miembros participantes.

- D.** En situaciones donde no existan otros miembros disponibles que cumplan con los criterios establecidos para organizar un evento específico, se permitirá a un miembro con la capacidad necesaria asumir la organización del evento, siempre y cuando sea aprobado previamente por la Comisión Directiva. Esta medida se implementará con el fin de optimizar la utilización de recursos y garantizar la continuidad de las actividades del Bureau.

CAPÍTULO X: FINANCIAMIENTO, GESTIÓN FINANCIERA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

ARTÍCULO 29°

Fuentes de Financiamiento:

- A. Aportes de miembros participantes:** Cada miembro participante realizará un aporte cuyo monto será especificado por la Comisión Directiva del Merlo Bureau Eventos. Estos aportes serán destinados a cubrir gastos operativos y administrativos del Bureau.
- B. Ingresos por la realización de eventos:** Todos los ingresos generados por la organización de eventos bajo el auspicio, o con participación del Merlo Bureau Eventos, serán depositados en una cuenta específica designada y administrada por el Directorio del Bureau. Estos fondos se utilizarán para financiar futuras actividades del Bureau, incluyendo la promoción y desarrollo de nuevos eventos.
- C. Aportes de empresas privadas:** Los patrocinios y donaciones recibidos de empresas privadas serán utilizados exclusivamente para apoyar la promoción y organización de eventos futuros por parte del Bureau. Se establecerán acuerdos detallados entre el Bureau y los auspiciantes para definir los términos y condiciones de estas colaboraciones financieras.

ARTÍCULO 30°

Gestión Financiera:

- A. Administración de fondos:** Para asegurar la transparencia y eficiencia en la gestión financiera, todos los fondos del Merlo Bureau Eventos, incluyendo aportes de miembros, ingresos por eventos o donaciones privadas, serán depositados en una cuenta bancaria específica. Esta cuenta será administrada por el Presidente y el Tesorero del Bureau.

- B. Auditorías y rendición de cuentas:** El Tesorero del Bureau será responsable de mantener registros detallados de ingresos y gastos, los cuales estarán disponibles para consulta pública. Además, se realizarán auditorías externas periódicas para garantizar la integridad financiera del Bureau.

ARTÍCULO 31°

Uso de Fondos y Rendición de Cuentas:

- A.** El Merlo Bureau Eventos obtendrá financiamiento a través de diversas fuentes establecidas en el Art. 29°, por medio de aportes públicos y privados, además de poder percibir donaciones, y otras contribuciones.
- B.** El Directorio del Merlo Bureau Eventos será responsable de la gestión adecuada de los fondos y recursos asignados, garantizando la transparencia y la rendición de cuentas en todas sus operaciones.
- C.** Se llevará un registro detallado de ingresos y gastos, que estará disponible para consulta pública y sujeto a auditorías externas periódicas.
- D.** El Merlo Bureau Eventos podrá hacer uso de los recursos obtenidos para realizar inversiones que promuevan su desarrollo, tales como la compra de bienes y la contratación de servicios necesarios para el cumplimiento de sus objetivos y funciones. Estas inversiones deberán ser impactadas en el balance correspondiente y estar alineadas con la misión y visión del Bureau, garantizando la transparencia y eficiencia en el uso de los fondos.
- E.** El Merlo Bureau Eventos se registrará por lo establecido en la Ordenanza N° VII 1174-2009, debiendo presentar los balances financieros correspondientes conforme a lo estipulado en dicha normativa.
- F.** Un porcentaje del 10% de los ingresos brutos generados por la realización de eventos bajo el auspicio del Merlo Bureau Eventos será destinado a las arcas municipales de la Villa de Merlo. Este porcentaje se calculará sobre los ingresos brutos, es decir, sin discriminación en el balance de los gastos operativos y administrativos del Bureau. Los fondos serán transferidos trimestralmente a la cuenta designada por la administración municipal, previa presentación de un informe financiero detallado y auditado que justifique los montos transferidos.

ARTÍCULO 32°

Rendición de Informes:

- A.** El Directorio del Merlo Bureau Eventos presentará informes periódicos al Concejo Deliberante y al Ejecutivo Municipal, detallando el estado financiero, el cumplimiento de objetivos y el impacto de sus actividades en la comunidad.
- B.** Estos informes incluirán análisis de resultados, recomendaciones para mejoras y cualquier otra información relevante para la toma de decisiones por parte de las autoridades municipales.

CAPÍTULO XII: COLABORACIÓN MULTISECTORIAL Y DESARROLLO ECONÓMICO

ARTÍCULO 33°

Colaboración con Entidades Públicas y Privadas:

- A.** El Merlo Bureau Eventos promoverá la colaboración activa con entidades públicas y privadas a nivel local, regional, nacional e internacional. El objetivo es fortalecer el posicionamiento de Villa de Merlo como un destino destacado para la celebración de eventos y convenciones.
- B.** Se podrán establecer convenios, alianzas estratégicas y programas de cooperación con otras instituciones dedicadas al turismo y la promoción de eventos, con el fin de maximizar el impacto y alcance de las actividades del Bureau.

ARTÍCULO 34°

Fomento del Desarrollo Económico Local:

- A.** El Merlo Bureau Eventos buscará activamente fomentar el desarrollo económico local mediante la generación de empleo directo e indirecto en sectores clave vinculados al turismo de reuniones. Esto incluye la hotelería, la gastronomía, el transporte y otros servicios complementarios.
- B.** Se desarrollarán iniciativas concretas para incentivar la participación de proveedores locales en la organización de eventos y la prestación de servicios asociados. Esto contribuirá a fortalecer la economía local y a diversificar las oportunidades de negocio para las empresas locales.

ARTÍCULO 35°

Promoción y Marketing:

- A.** El Merlo Bureau Eventos llevará a cabo actividades estratégicas de promoción y marketing destinadas a posicionar a Villa de Merlo como un destino altamente atractivo para la realización de eventos corporativos, convenciones, congresos y ferias.
- B.** Se implementarán campañas de difusión en medios digitales, participación activa en ferias internacionales del sector y la organización de fam tours dirigidos a operadores turísticos y organizadores de eventos. Estas acciones serán fundamentales para aumentar la visibilidad global de Villa de Merlo como un destino preferido para eventos de todo tipo.

CAPÍTULO XIII: DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 36°

Presupuesto y Financiamiento Inicial:

- A.** El Merlo Bureau Eventos contará con un presupuesto inicial asignado por el Municipio de Villa de Merlo, el cual será destinado a cubrir gastos operativos, administrativos y de promoción durante el primer año de funcionamiento.
- B.** El presupuesto inicial será incluido en la Ordenanza de Presupuesto Municipal correspondiente al ejercicio fiscal vigente.
- C.** El municipio podrá destinar un porcentaje del presupuesto anual previsto para el desarrollo turístico, financiamiento de proyectos municipales o necesidades específicas, para brindar soporte económico al Merlo Bureau Eventos por un período no mayor a un año.
- D.** El Ejecutivo Municipal, podrá asignar montos del fondo destinado a contrataciones directas según la Ordenanza vigente, para apoyar al Merlo Bureau Eventos, bajo las siguientes condiciones:
 - 1. El uso de estos fondos deberá ser justificado por la necesidad de impulsar el desarrollo inicial del Bureau.
 - 2. El uso de estos fondos deberá ser informado al Concejo Deliberante, detallando el propósito y los resultados esperados.

3. Esta asignación podrá realizarse por un período no mayor a un año, al término del cual se evaluará el desempeño del Bureau y la posibilidad de continuar con esta modalidad de financiamiento.

- E. Revisión y extensión:** Al cumplirse el plazo de un año, se realizará una revisión del desarrollo y desempeño del Bureau. Si se determina que el mismo aún no ha alcanzado la autosuficiencia necesaria, el apoyo municipal podrá extenderse por un período igual, bajo las mismas condiciones.
- F.** Sobre lo dispuesto en el Capítulo XI, de Financiamiento, Gestión Financiera y Rendición de Cuentas, Art. 29, inciso d) referente al aporte del 10% de los ingresos brutos generados por la realización de eventos a las arcas municipales de la Villa de Merlo, comenzará a aplicarse una vez que el Merlo Bureau Eventos haya adquirido autonomía financiera. La Comisión Directiva del Bureau realizará una revisión anual para evaluar la capacidad de operar de manera autónoma. Una vez que se determine que el Bureau posee suficiente independencia económica, se notificará a la administración municipal y se procederá a la implementación del aporte conforme a lo establecido en el artículo e inciso mencionado ut supra.

ARTÍCULO 37°

Primer Directorio:

- A.** El primer Directorio del Merlo Bureau Eventos será designado por el Intendente Municipal y el Concejo Deliberante dentro de los noventa (90) días siguientes a la promulgación de esta ordenanza.
- B.** Los integrantes del primer Directorio cumplirán un mandato inicial de dos (2) años, tras el cual podrán ser reelegidos por un período adicional de dos (2) años.

ARTÍCULO 38°

Plan de Implementación:

- A.** El Directorio del Merlo Bureau Eventos elaborará un plan de implementación detallado dentro de los ciento veinte (120) días siguientes a la promulgación de esta ordenanza, que incluirá un calendario de actividades y la asignación de recursos para el primer año de operaciones.
- B.** El plan de implementación será sometido a aprobación del Concejo Deliberante y supervisado por el Intendente Municipal.
- C.** El Directorio deberá elaborar el reglamento interno del Merlo Bureau Eventos en un plazo no mayor a 90 días de la promulgación de esta ordenanza.

CAPÍTULO XIV: DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 39°

Modificación de la Ordenanza: Cualquier modificación a los términos de esta ordenanza deberá ser propuesta por el Directorio del Merlo Bureau Eventos y aprobada por el Concejo Deliberante de Villa de Merlo.

ARTÍCULO 40°

Interpretación y Aplicación: Para la interpretación y aplicación de esta ordenanza, se tendrá en cuenta el espíritu de fomento al desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Villa de Merlo.

ARTÍCULO 41°

Publicación y Promulgación: La presente ordenanza será publicada en el Boletín Oficial y promulgada por el Departamento Ejecutivo Municipal de Villa de Merlo.

ARTÍCULO 42°

Facúltase al Ejecutivo Municipal de la Villa de Merlo a reglamentar la presente ordenanza en todos aquellos aspectos que sean necesarios para su adecuada implementación y cumplimiento.

ARTÍCULO 43°

Vigencia: La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su promulgación.

ARTICULO 44°

COMUNÍQUESE, REGÍSTRESE, PUBLÍQUESE Y OPORTUNAMENTE, ARCHÍVESE

FUNCIONES

- Promover el desarrollo del turismo de reuniones, eventos y congresos en la Villa de Merlo.
- Atraer y facilitar la realización de eventos de diversa índole que contribuyan a la desestacionalización de la actividad turística.
- Posicionar a Merlo como un destino competitivo en el mercado de turismo de reuniones y eventos sostenibles.
- Actuar como ente facilitador, articulador y promotor de iniciativas de eventos en articulación con actores públicos y privados.

- Diseñar y ejecutar estrategias para captar congresos, convenciones, encuentros deportivos, culturales, corporativos y académicos.
- Participar en ferias y rondas de negocios vinculadas al turismo de reuniones.
- Generar materiales promocionales específicos del destino como sede de eventos.
- Brindar asesoramiento a organizadores de eventos sobre espacios, proveedores, servicios y normativa vigente.
- Acompañar técnicamente el desarrollo de eventos estratégicos en el territorio.
- Reunir a prestadores de servicios turísticos con perfil para eventos: hotelería, gastronomía, transporte, servicios técnicos, etc.
- Generar espacios de trabajo colaborativo y de profesionalización del sector.
- Llevar un registro actualizado de eventos programados o realizados en Merlo.
- Impulsar postulaciones de Merlo como sede de eventos nacionales e internacionales.
- Detectar oportunidades estratégicas de vinculación con universidades, cámaras, asociaciones y federaciones.
- Coordinar, junto al Observatorio Turístico, la medición del impacto económico, social y ambiental de los eventos realizados.

INFORME GENERAL 2024-2025

INTRODUCCIÓN

Este informe presenta el procesamiento de los datos recopilados durante los distintos eventos, congresos y jornadas organizados por actores del ámbito privado, en articulación con Merlo Bureau Eventos.

Los eventos relevados, en orden cronológico, fueron los siguientes:

- Congreso Internacional de Turismo en Serranías (CITUS): 80 asistentes
- Encuentro Interprovincial de Técnicos en Refrigeración: 50 asistentes
- Jornadas Científicas y Gremiales 2024 – CACI: 100 asistentes
- Encuentro sobre Discapacidad: 60 asistentes
- 1° Congreso Binacional de Destinos Turísticos y Deportivos: 100 asistentes
- 1° Jornada Sanluisense de Ortodoncia: 80 asistentes
- Congreso de Cooperativas Agrícolas Argentinas: 400 asistentes

El número total de encuestas realizadas es de 372 casos.

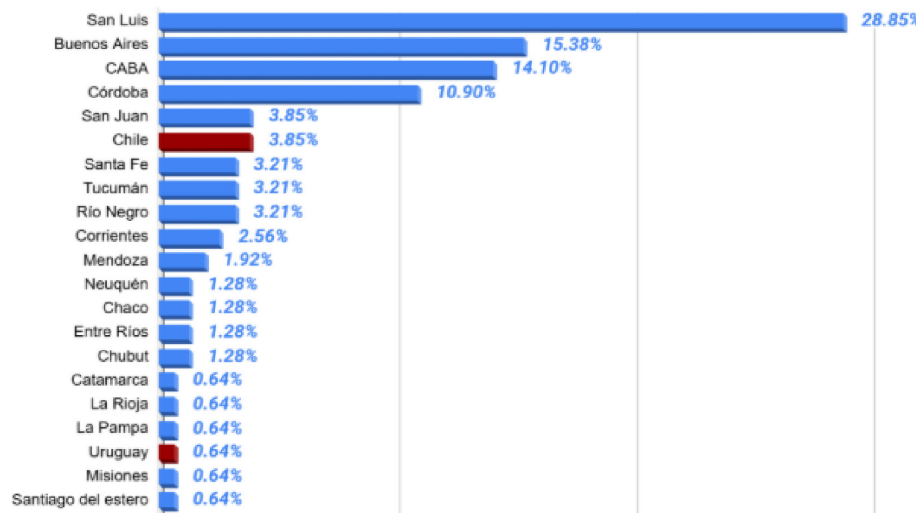
Este informe busca devolver información útil, y al mismo tiempo, generar insumos valiosos para seguir pensando el desarrollo del turismo de reuniones en nuestra localidad.

A continuación se presentan los resultados:



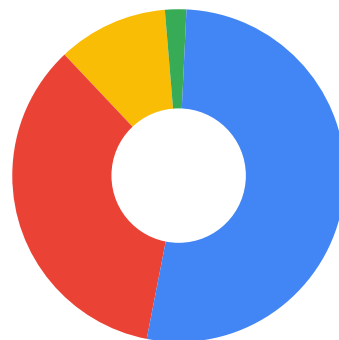
■ GRÁFICO N° 1 | Procedencia de viaje

San Luis concentró la mayor participación con un 28,85% del total de asistentes. Además, se registró participación internacional desde Chile y Uruguay, representando en conjunto un 4,49%

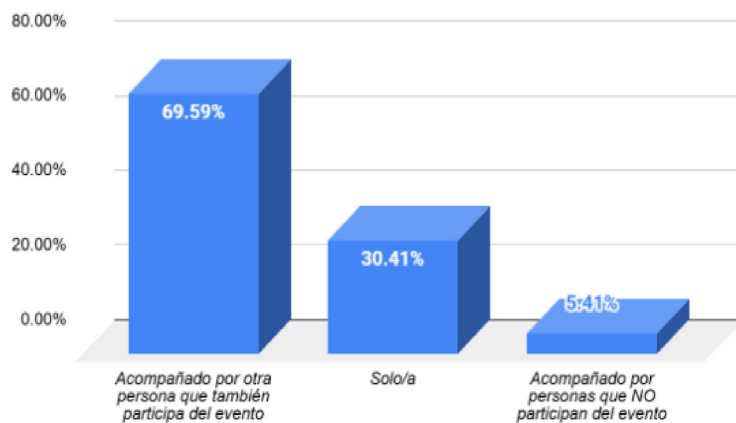


■ GRÁFICO N° 2 | ¿Conoce Villa de Merlo?

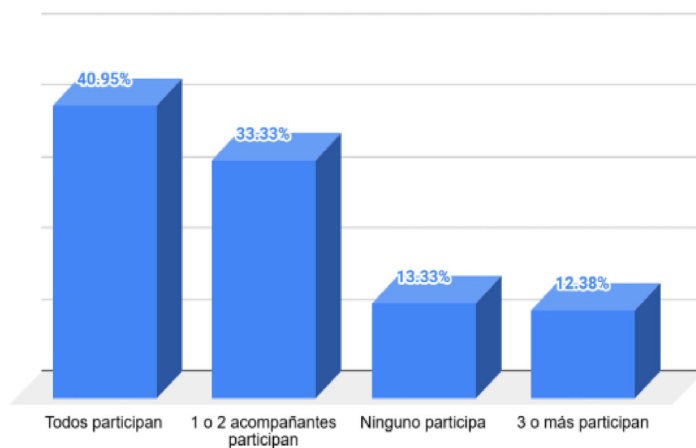
- **52%** *Si, ya visite anteriormente*
- **38%** *No, es la primera vez que conozco*
- **9%** *Soy de acá*
- **1%** *Si, conocia pero nunca vine*



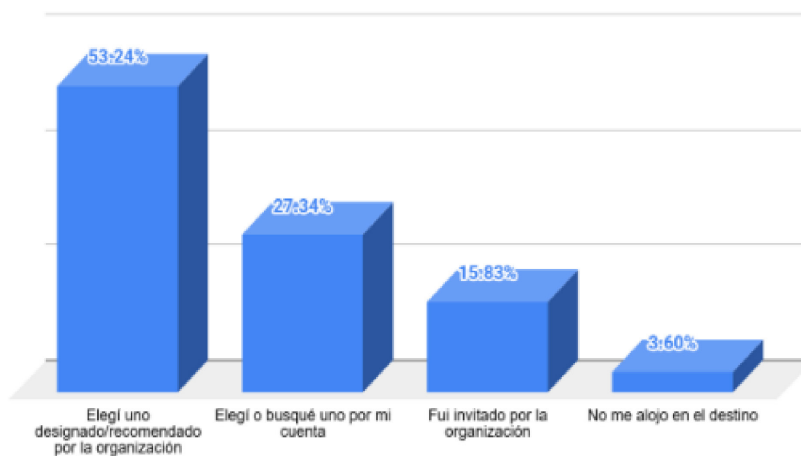
■ **GRÁFICO N° 3 | La persona que vino al evento vino...**



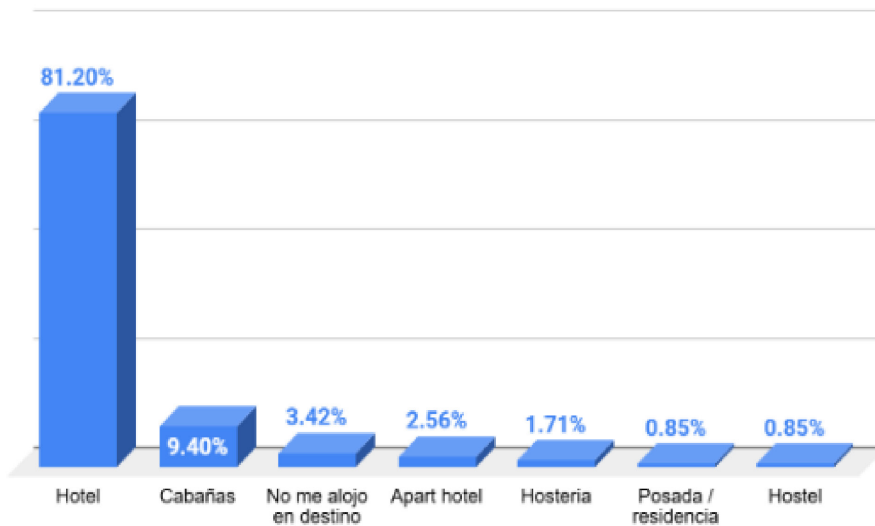
■ **GRÁFICO N° 4 | Cuantos de esos acompañantes participan del evento.**



■ **GRÁFICO N° 5 | A la hora de reservar alojamiento**



■ GRÁFICO N° 6 | Tipología de alojamiento elegido



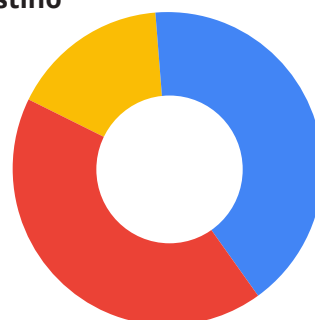
■ GRÁFICO N° 7 | Extensión de la estadía en torno al evento

- **58%** *Vine exclusivamente los días del evento*
- **31%** *Me quedo días posteriores*
- **11%** *Llegue días antes*

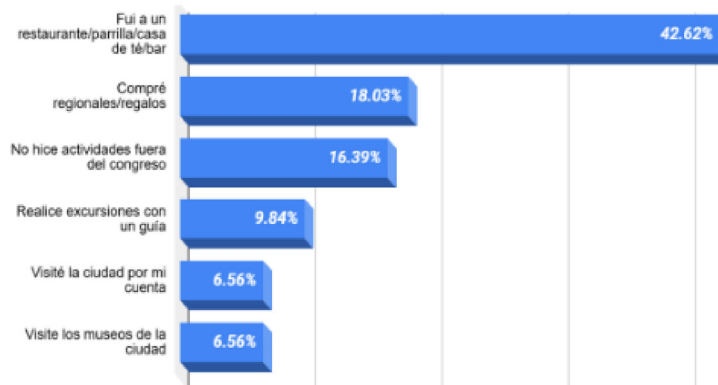


■ GRÁFICO N° 8 | Cantidad de días adicionales en destino

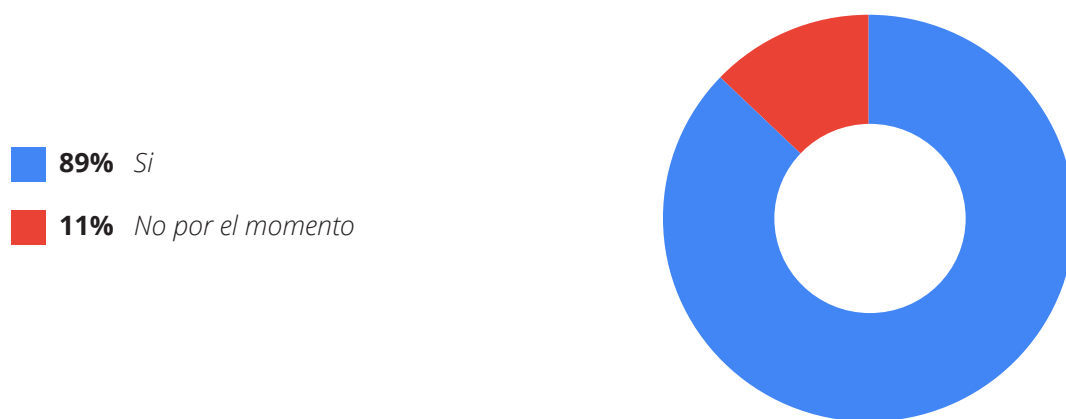
- **42%** *1 día más*
- **42%** *2 días más*
- **16%** *3 o más*



■ GRÁFICO N° 9 | Actividades turísticas realizadas durante la visita



■ GRÁFICO N° 10 | Probabilidad de regresar a Villa de Merlo de vacaciones



CONCLUSIÓN

A partir de estos encuentros, se empieza a construir una base de datos sobre un perfil de visitante que hasta ahora no estaba representado en las estadísticas turísticas locales. Se trata de personas que llegan a Merlo no solo a vacacionar, sino a participar activamente de encuentros profesionales, científicos o temáticos. Este tipo de actividad permite visibilizar con mayor claridad el lugar que el turismo de reuniones comienza a ocupar dentro de la dinámica turística del destino.

Al desarrollarse fuera de los períodos turísticos tradicionales, estos eventos permiten mantener activa la estructura de servicios en momentos donde históricamente se registraba baja ocupación, contribuyendo así a suavizar los picos de estacionalidad. Estos encuentros no solo constituyeron un logro puntual en términos organizativos y académicos, sino que también representan un paso firme en la consolidación de Merlo como un destino estratégico para el turismo de reuniones, dejando en claro su capacidad para albergar actividades de jerarquía, con una atención cuidada y cercana.

INFORME SOBRE EVENTO

REUNIÓN ANUAL DE GERENTES DE LA ASOCIACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS 2025

DATOS CLAVES

Lugar: Centro de Convenciones de Merlo

Fecha: 26 y 27 de junio de 2025

Participantes: 450 participantes segmentados en 388 participantes y 62 invitados

Duración: 2 jornadas completas

Organización: Merlo Bureau Eventos - Coovaeco Turismo

Contenido del evento: Charlas, comisiones de trabajo, sorteos, networking, city tours, cena de cierre.

CONTEXTO Y DESARROLLO DEL EVENTO

Villa de Merlo fue sede, el último fin de semana de junio, de la Reunión Anual de Gerentes de la Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA), uno de los encuentros institucionales más relevantes del sector agropecuario nacional.

Realizado en el Centro de Convenciones, el evento reunió a más de 400 representantes de 99 cooperativas de distintas provincias, consolidando una participación federal bajo el lema: *“La nueva productividad, la economía y los mercados”*.

La agenda incluyó espacios de formación, comisiones de trabajo, presentaciones institucionales, sorteos, recorridos turísticos guiados y una cena especial de camaradería. Participaron también entidades clave del ecosistema cooperativo, como ACA Jóvenes, ACA Valores, FERSI, Grupo Asegurador La Segunda, Avalian, Coovaeco y Fundación Nodos.

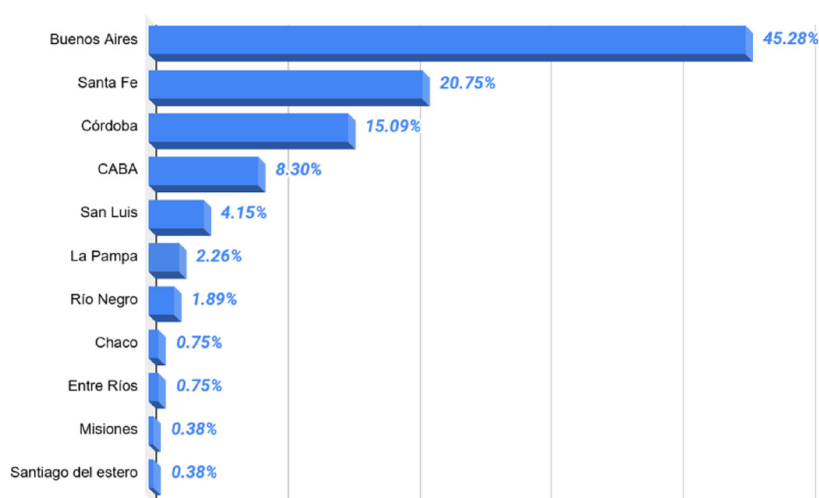
El encuentro fue posible gracias a la articulación entre el Merlo Bureau Eventos y la agencia Coovaeco Turismo, tras un primer contacto establecido durante el MeetUp Argentina 2024. La jornada inaugural contó con la presencia de autoridades provinciales y municipales, quienes destacaron la importancia de este tipo de eventos para el desarrollo regional, el impulso a la economía local y la consolidación de Merlo como destino estratégico del turismo de reuniones.

RESULTADOS ESTADÍSTICOS

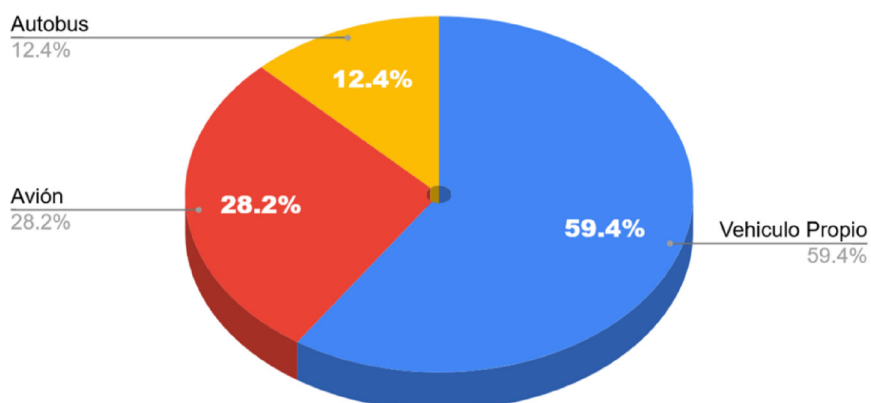
A continuación, se presentan los principales datos sobre el perfil de los asistentes, sus patrones de viaje y el impacto turístico asociado al evento.

La muestra estuvo compuesta por 124 encuestas.

■ GRÁFICO N° 1 | Procedencia de viaje



■ GRÁFICO N° 2 | Medio de transporte utilizado para llegar



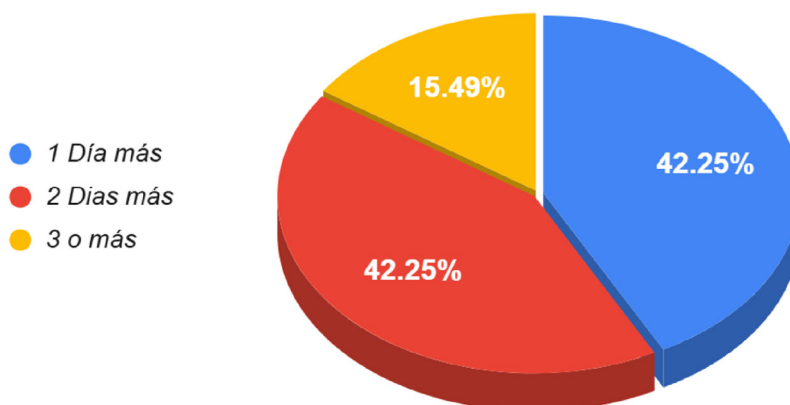
TIPOLOGÍA DE ALOJAMIENTO ELEGIDO

El total de personas encuestadas declaró haberse alojado exclusivamente en hoteles de categoría 4 y 5 estrellas, sin registrarse respuestas vinculadas a otras tipologías. Este dato refleja un perfil de visitante asociado al turismo de mayor poder adquisitivo y con preferencias por servicios estructurados. Los establecimientos alcanzados fueron: Hotel Estilo MB , Hotel EPIC , Hotel Altos de Merlo Suites, Hotel Howard Johnson y Paradiso Hotel & Spa.

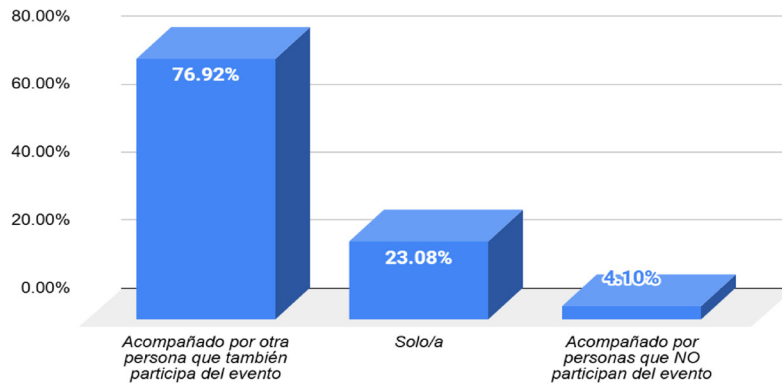
■ GRÁFICO N° 3 | Extensión de la estadía en torno al evento



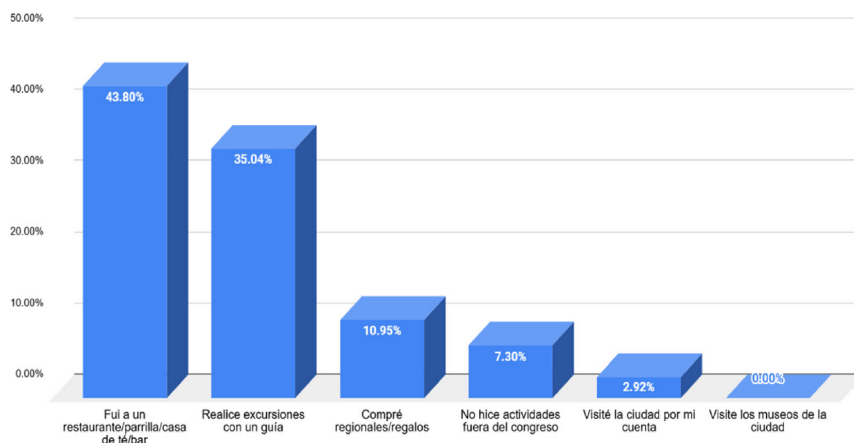
■ GRÁFICO N° 4 | Cantidad de días adicionales en destino



■ GRÁFICO N° 5 | La persona que asistió al evento vino...



■ GRÁFICO N° 6 | Actividad fuera del congreso



RESULTADOS ESTADÍSTICOS

Este evento fue una prueba significativa para nuestra ciudad. Pudimos comprobar, una vez más, que contamos con la capacidad y la infraestructura necesarias para posicionarnos dentro del mercado del turismo de reuniones, una política que venimos desarrollando los últimos tres años. Además, quedó en evidencia que somos un destino competitivo, con la habilidad de gestionar con eficiencia eventos de gran magnitud y relevancia nacional.

En una época del año donde la actividad turística suele disminuir, la realización de eventos de este tamaño representa una verdadera oportunidad para reactivar la economía local. Se moviliza una amplia red de actores: no solo hoteles y restaurantes, sino también servicios terciarizados, pequeñas empresas, trabajadores independientes y emprendimientos que forman parte del ecosistema que sostiene al destino. Todo esto ocurre justamente en un momento del año en el que, históricamente, la demanda tiende a contraerse.

EMIPROTUR

EMIPROTUR El Ente Mixto de Promoción Turística es la entidad, creada por ordenanza donde participan las asociaciones intermedias relacionadas con el turismo, donde se debaten las campañas de promoción, es la entidad que toma el trabajo de generación de producto, con normas de calidad y articula la mejor manera, en base al presupuesto disponible, la promoción de dichos productos.

Canaliza la energía del sector privado y el respaldo municipal en una estrategia conjunta de marketing. Define mercados prioritarios, diseña campañas multiplataforma, gestiona la identidad visual de la marca Merlo y rinde cuentas de forma transparente. Este trabajo colaborativo potencia recursos y multiplica el alcance de nuestras acciones promocionales. La promoción del destino es uno de los pilares fundamentales de la gestión turística. En este sentido, la Secretaría ha desarrollado campañas de promoción y marketing turístico orientadas a posicionar a la Villa de Merlo como un destino competitivo, atractivo y sostenible, tanto a nivel nacional como internacional.

La estrategia de promoción se ha basado en una identidad visual clara, el uso de herramientas digitales, la participación en ferias y eventos del sector, y la generación de contenidos atractivos para diversos públicos. Las campañas han sido diseñadas considerando la estacionalidad, los perfiles de visitantes y las tendencias del mercado, con especial énfasis en el turismo familiar, de naturaleza, bienestar y escapadas.

Se ha trabajado activamente en medios tradicionales y digitales, incorporando redes sociales, marketing de influencers, alianzas con plataformas de viajes y generación de materiales audiovisuales de alta calidad. A su vez, se han desarrollado acciones de prensa y relaciones públicas para fortalecer el vínculo con medios especializados y operadores turísticos. El marketing territorial también ha sido una herramienta para fortalecer el sentido de pertenencia local, posicionando a los habitantes como embajadores del destino. Esta visión integrada ha permitido mejorar la imagen del destino y consolidar su presencia en el mapa turístico nacional.

Sin perder el objetivo de posicionar el destino globalmente. La metodología de trabajo, es mediante reuniones continuas, donde se trabaja en diferentes ejes.

- 1. Análisis del producto a vender, este puede ser, un evento de posicionamiento nacional como El Festival Valle del Sol, Pintores paisajistas, UTM, maratón héroes de Malvinas, Fiesta de la Dulzura etc , un producto de promoción como el Pre Merlo, en la baja la oferta sube, Pasaporte turístico Cultural etc**
- 2. En base a los datos del Observatorio Municipal de Conductas Turísticas, analiza la demanda, la cercanía, el nivel de gasto del visitante etc.**

3. Al inamovible Villa de Merlo, 3 ° Microclima del Mundo, se le suman sub slogan, como 100 opciones un lugar, mototurismo, Soña & Vivi, Senti Merlo, Aromas, Sabores y Aventura, Merlo Para Todos los gustos, etc.

4. Se selecciona la imagen de la campaña

5. Se confecciona videos, reel, fotos, etc.

Se realizan diferentes tipos de promoción

1. Presencial, en eventos y festivales de otras ciudades, ferias nacionales e internacionales.

2. Digital

3. Medios de prensa

4. Workshop

5. Presentaciones Formales como en la Casa de San Luis en CABA, en la Asociación

6. Hotelera sede central de CABA, etc.

La forma global es la articulación de los 5 puntos arriba mencionados, donde a modo de ejemplo, se elige la Fiesta de la Vendimia en Mendoza, se va con material de promoción, estrella, gazebos, juegos, merchandising, promotoras, alfajores y se realiza una acción directa con el visitante del stand donde se nos asignó. La contratación promocional en redes, radios y TV, 15 días antes y 15 días después del evento en el que se asistió de manera presencial, se realizan, sectorizados a la zona donde se asiste, donde no solo se vende el destino si no que se informa que la Villa de Merlo estará en determinado lugar donde habrá sorteos, información, degustación etc. Se invita a las agencias de turismo a un desayuno de trabajo en algún hotel o confitería, allí con la presencia de agencias mayoristas y minoristas se hace la venta de del destino, y por último se realiza una conferencia de prensa y atención particular a la misma.

Todas las acciones son en conjunto y simultáneas.

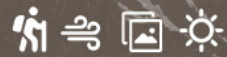
En los periodos donde no se realiza acción promocional presencial, se mantienen radios, canales de TV, pantalla de led en la vía publica, pantalla de subtes

Las acciones publicitarias realizadas desde el 2019 a la fecha son las siguientes

- Diciembre de 2019, presentación de temporada en el Senado de la Nación
- Enero 2020, contratación de cadena 3 en Merlo
- Marzo 2020 Fiesta nacional de la Vendimia
- Inicio de la pandemia, donde hubo que reinventarse, digitalizarse con campañas como Autotur, auto circo, auto cine etc.
- Apostando al turismo de cercanía en los meses que se permitía
- Fiesta de la Vendimia 2021
- Fiesta de la Vendimia 2022
- CABA, la noche del Turismo 2022
- Iguazú 2022
- Villa Carlos Paz 2022
- Fit 2022
- Malargüe, Las Leñas, Mendoza 2023
- Fiesta de la Vendimia 2023
- Visit Argentina Santiago de Chile 2023
- Fam press en Merlo 2023
- Fit 2023
- Caravana por la Pampa 2023 (7 días)
- Santa fe, Rosario, Victoria y Paraná 2023
- Fiesta Nacional del Poncho 2023
- Fiesta Nacional del Sol – San Juan 2023
- Expo Delicatessen 2023
- Córdoba Capital 2023
- Caravana por las capitales del Norte 2023
- Cosquín 2023
- Fiesta de la Vendimia 2024
- Mar del Plata 2024
- Presentación en Fehgra 2024
- Meetup 2024
- Caminos y Sabores 2024
- Villa Carlos Paz y la Punilla 2024
- Cosquín 2024
- FitVal 2024 – Valparaíso - Chile
- Caravana promocional por Córdoba, Rosario, Caba, Río IV, Villa Mercedes, San Luis 2024 (10 días)
- Expo Delicatessen 2024
- Peperina 2024
- Fit 2024
- Presentación del Ministerio de Turismo y Cultura en CABA 2024
- Fiesta de la Vendimia 2025
- Jesús María 2025
- Entre Ríos 2025
- Expo Agro 2025
- Caminos y Sabores 2025
- Fiesta del Poncho 2025
- Meetup 2025
- Río IV, Mercedes, San Luis 2025
- Salta y Jujuy 2025
- Workshop 2025 en Caba
- A través del Ministerio de Turismo y Cultura AgroActiva 2025
- Fit 2025
- Con el Ministerio de Turismo y Cultura Fiesta de las Colectividades 2025
- Caravana Por Entre Ríos, Santa Fe 2025
- Work shop Córdoba 2025
- Wok Shop Rosario 2025
- Fam Press 2025 con diferentes medios en Merlo
- Gira promocional 2025 por Río IV, Villa Mercedes, San Luis



MATERIAL AUDIOVISUAL



MBE
MERLO BUREAU EVENTOS
Tu próxima sede de eventos

EN LA **BAJA**
LA OFERTA
SUBE

VILLA DE
Merlo

TERCER
MICROCLIMA
DEL MUNDO

**TURISMO
RELIGIOSO**

**MERLO CIUDAD
DEL DEPORTE**



PREMIERLO
NACIONALIZÁ TUS VACACIONES

**Música
AL ATARDECER**

www.villademerlo.tur.ar

San Luis • Argentina


MOTOTURISMO

**AROMAS
SABORES
aventura**
#MERLINDO

**AUTO TUR
MERLO**

**SOÑÁ &
VIVÍ** SENTI MERLO


PROCATUR
Programa de Capacitación Turística

**PASAPORTE
TURÍSTICO
CULTURAL**



 [turismomerlo](https://www.instagram.com/turismomerlo)  [TurismoVilladeMerlo](https://www.facebook.com/TurismoVilladeMerlo)  [turismomerlo](https://www.youtube.com/turismomerlo)

TERCER MICROCLIMA DEL MUNDO

Link de notas periodísticas a lo largo de los años



VILLA DE MERLO REFUERZA EL TURISMO DE CERCANIA CON UNA GIRA EN CIUDADES CLAVES DE LA REGIÓN.
www.lasermerlo.com.ar



SALUMI CHARCUTERIA
sinlibreproducciones.com.ar



VISITA VILLA MERCEDES DE LA DIRECTORA DE TURISMO
www.instagram.com



CHARLA PROMOCIONAL, LUGARES DE LA ARGENTINA
[spotify.com](https://open.spotify.com)



VILLA DE MERLO SE PROMOCIONA EN SAN LUIS, VILLA MERCEDES Y RÍO CUARTO.
www.instagram.com



MERLO BUSCA CONSOLIDARSE EN EL TURISMO DE REUNIONES
www.instagram.com



[noticiasvillademero](https://www.facebook.com/noticiasvillademero)
VILLA DE MERLO SE PROMOCIONA EN SAN LUIS Y CÓRDOBA



GIRA PROMOCIONAL POR TRES PUNTOS ESTRATÉGICOS
www.instagram.com/infomerlo



LA BRÚJULA DE VIAJES OFICIAL
www.youtube.com



QUINTA GIRA PROMOCIONAL DE VILLA DE MERLO: RECORRIENDO TUCUMAN, JUJUY, SALTA Y SANTIAGO
eldiariodeturismo.com.ar



MERLO TODO EL AÑO: NATURALEZA, FE Y TURISMO DE CONVENCIONES
www.youtube.com/PortalArgentina

Medios

Los medios Nacionales, muchas veces quedan fuera del alcance de nuestras posibilidades económicas, no obstante, hemos pautado en varias oportunidades (3 veces por año con cada medio nacional y 6 meses con cada medio pcial) realizando 3 acciones específicas:

1. Spots publicitario

2. Notas de prensa

3. PNT, pauta no tradicional *(comentarios del periodista, en base a la información que se sube a un grupo de whatsapp creado para tal fin).*

Hemos pautado con:

Home del diario Clarín
Viajes y Turismo del Diario Clarín
Home de C5N
Home de Página 12
Home de Ambito Financiero
Home de Crónica
Cadena 3
Radio Mega
Radio One
Campaña de subtes
Campaña de pantalla led en la vía pública en Córdoba, Rosario, CABA
Radio La red Rosario
LT8 Rosario
FM Play Cordoba
AM 570 Radio Gral Pico
Multimedia Andinos Mendoza
Multimedios el Zonda San Juan
Radio Glam Catamarca
Sentí Argentina Radio Continental
El Diario del Turismo Radio Rivadavia
Portal Argentina 221 radio del interior del país
Argentina Ruta Madre 150 radios de todos el país
Sin Libreto y Radio Rivadavia Rio IV
Radio La Bomba Villa Mercedes
Radio Universidad San Luis
Programa Viajes y Paseos de América Sports
La Brújula de América Sports
La Brújula de Entre Ríos
FM Cielo de la Plata
A24 notas
Latitud 2000 para 100 radio del interior del país
Cala 7 en tres oportunidades
Tv Pública
Turismo a la Carta - Radio Mitre - La 100 - Radio UNR
Contexto Turístico
Sitio Andino
Carlos paz hoy
Canal 11 La Cumbre
Radio Mitre
La 100
Telefe Neuquén
Agenda de Viajes TV
Portal argentina sale en mas de 600 radios, no 200 San Luis +

Gracias por estar Canal 13
El diario del turismo no es radio Rivadavia
Viajando por Argentina
Diario San Juan
Diario Zonda
Portal News
Radio de Viaje
Sergio Lapegue La100
Plan de Viaje
Radio del Plata
[Revista Cambio de Aire
: Aeropuertos Argentina 2000
Grupo Artear
Sección Ciudad
Buenos Aires hoy
Inforbano
Daily Web
Revista Boarding Pax
La Nación diario y web
La voz del Interior
Programa A Mi Manera
Bien Cuyano
Video Wall - Alto Palermo
Visiting Argentina
Programa Blu
Diario La Arena
Hostnews
El Mensajero
Report
Ladevi
Clarín
La Nación
Relatos Viajeros
Página 12
Festival Valle del Sol cobertura
Festival País
Revista Crónicas del Sur
Canal 9
Voy de viaje
Destino TV
Diario La Capital
Revista Weekend
Telam
Travel Magazine
Todo Noticias TN

INFLUENCERS Y CREADORES DE CONTENIDO

- Viajo 360
- Argentinosxargentina a través de Chevallier
- Modo selfie con Emily Lucius
- Jujuy Gimenez
- Gina Casinelli
- Especialista en viajes
- Go luxury travel
- Palermeando
- Buenos aires random
- Matecito viajero
- Estación Trip
- Che Toba



EQUIPAMIENTO DEL EMIPROTUR

- Vehículo Mercedes
- Benz Vito Furgón
- 1 Gazebo 4x3
- 1 Gazebo Estrella
- 8 Flybanners
- 6 Banners Retráctiles
- 1 TV 52"
- Cajas para regalos empresariales
- Bolsas Reutilizables con la Marca Ciudad
- Folletos de diversos formatos y diseños adaptados a las campañas
- Stickers
- Carpetas protocolares
- Presentes especiales
- Mates, vino, dulces, alfajores
- Vasos Reutilizables
- Mantelería
- Gotas de Mesa
- Likes promocionales
- Marco de Fotos
- Uniformes invierno/verano
- 3 Tablets
- Juegos sensoriales



ORDENANZA N° III-0502-HCD-2012

Villa de Merlo, (San Luis), 03 de octubre de 2012.-

“ENTE MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA”

VISTO:

La necesidad de definir y aunar los objetivos necesarios en materia de promoción turística entre el gobierno municipal de la Villa de Merlo y la actividad privada del sector, y;

CONSIDERANDO:

Que la implementación de políticas turísticas, requiere de consensos en todos los estamentos sociales que hacen al desarrollo económico de la comunidad, involucrando la participación y opinión de otros sectores productivos y la permanente interrelación entre los mismos.-

Que la capacidad de gestión se verá ampliada y dinamizada por la permanente interrelación de todos los actores involucrados en la actividad.-

Que la importancia que la actividad turística tiene para con todos los sectores de la Villa de Merlo, que existen diversas agrupaciones y asociaciones que nuclea a distintos actores del sector turístico, y que es necesario implementar políticas de promoción del destino en forma mancomunada con todos los sectores involucrados.-

POR TODO LO EXPUESTO, EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD VILLA DE MERLO, EN USO DE LAS ATRIBUCIONES Y FACULTADES QUE LE CONFIERE LA LEY, SANCIONA LA SIGUIENTE:

ORDENANZA

CAPÍTULO I: DEFINICIONES

ARTÍCULO 1°

CRÉASE el ENTE MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA de Villa de Merlo (EMIPROTUR MERLO).-

ARTÍCULO 2°

El Ente Mixto de Promoción Turística estará conformado por: Una Comisión Directiva y un Consejo Consultivo.-

La Comisión Directiva será la responsable de la administración del Ente, y estará integrada por:

- tres (3) miembros por parte del DEM (Presidente, Secretario, Revisor de Cuentas 1°);
- tres (3) miembros propuestos por el sector privado de la actividad turística (Vicepresidente, Tesorero, Revisor de Cuentas 2°),

- un (1) miembro del HCD como Revisor de Cuentas 3º);
- un (1) Vocal miembro del HCD. Ambos Concejales representarán a éste en forma institucional y
- un (1) miembro representando cada ONG del sector que acredite personería jurídica vigente.-

Los miembros se desempeñarán AD HONOREM, pudiendo percibir compensación de gastos en cumplimiento de actividades encomendadas por el Presidente previa autorización del Ente. Los integrantes de la comisión directiva por la parte privada deberán acreditar titularidad o representación a través de una nota simple de un establecimiento debidamente habilitado y sin deuda ante el ente municipal. Será responsabilidad de la Comisión Directiva la convocatoria del Consejo Consultivo integrado por representantes de las Universidades, Fundaciones, Cooperativas, Asociaciones civiles, sociales, deportivas y culturales que acrediten relación con el sector turístico y personería jurídica vigente. Este Consejo Consultivo podrá participar a requerimiento de la Comisión Directiva, en la formulación de los planes de promoción, y organización de eventos. El Consejo Consultivo ejercerá sus funciones AD HONOREM y el Presidente del Ente o quien este designe, convocará y presidirá sus sesiones.-

Los miembros de la Comisión Directiva pertenecientes al DEM durarán en sus funciones lo que dure su mandato y los representantes de las instituciones privadas durarán dos años en sus funciones, pudiendo renovarse solo por un período.-

ARTÍCULO 3º

La Comisión Directiva quedará formada de la siguiente manera:

- Presidente: Intendente o quién él designe.
- Vicepresidencia: Privado
- Secretario: DEM.
- Tesorero: Privado.
- Revisor de Cuentas 1º: DEM.
- Revisor de Cuentas 2º: Privado.
- Revisor de Cuentas 3º: 1 Concejál H.C.D.
- Vocal:
- 1 Concejál H.C.D.
- 1 Representante de cada ONG de Turismo que acredite personería jurídica vigente antes del 30 de Octubre de 2012. Aquellas instituciones que se incorporen a posteriori, deberán hacerlo, previa aprobación por mayoría simple de la Comisión Directiva. La comisión directiva entrará en funciones dentro del mes de promulgada esta ordenanza.-

ARTÍCULO 4°

Las decisiones emanadas del seno de la comisión directiva serán por consenso establecido por mayoría simple, el Presidente tendrá derecho al desempate y/o veto fundado en caso de que la decisión se contradiga con las políticas turísticas del DEM.

ARTÍCULO 5°

Serán funciones del ENTE:

- A.** Elaborar el Plan de Promoción Turística, fundado en estudios de mercado (demanda y nivel de satisfacción), en el conocimiento del patrimonio existente y en el producto turístico que ofrece Villa de Merlo para definir los mercados prioritarios.-
- B.** Crear el Isologotipo que lo identifique, que deberá ser incluido en todo material gráfico que se publique para cualquier actividad promocional del destino, por parte del Ente o los privados que desarrollen actividades en la Villa de Merlo.-
- C.** La protección y promoción de la Imagen de Merlo y sus recursos turísticos teniendo como objeto contribuir a la sustentabilidad económica, ambiental y social de la Villa.-
- D.** Organizar campañas de promoción, tanto en el ámbito provincial, nacional como internacional, promoviendo la presencia activa en el mercado turístico, procurando la coordinación de los sectores interesados en el desarrollo de corrientes turísticas, e instrumentando campañas publicitarias en los medios gráficos, radiales y televisivos, las que integrarán la publicidad oficial del Ente Mixto de Promoción Turística de Villa de Merlo.-
- E.** Organizar y propiciar programas de investigación, innovación y capacitación ligados a la mejora permanente del producto turístico.-
- F.** Promover y auspiciar congresos, convenciones, festivales, colaborando con su realización en la localidad.-
- G.** Analizar y respaldar los acontecimientos programados por instituciones y colectividades arraigadas en la localidad, o toda otra acción propuesta por terceros que resulte de interés por parte del Ente.-
- H.** Propender a la formación de una conciencia turística de la población local difundiendo en los establecimientos educacionales de todas las ramas y niveles, organismos públicos y privados especializados y medios de comunicación, los recursos y productos turísticos existentes en Villa de Merlo.-
- I.** Convenir con los municipios de la región en el marco de la comunidad regional y otros organismos públicos o privados la realización de acciones conjuntas tendientes a la investigación y planificación del producto turístico regional para su desarrollo, fomentando los principios de sustentabilidad y preservación del ambiente.-

- J.** Aconsejar la correcta categorización de toda la actividad turística: alojamiento, gastronomía, esparcimiento, recreación, comercialización, y toda otra actividad afín con el sector, de acuerdo con las leyes nacionales y provinciales que rigen la materia.-
- K.** Celebrar convenios y contratos con entidades públicas y privadas, tendientes al logro de los objetivos fijados.-
- L.** Confeccionar anualmente el Calendario Turístico de la Villa, en el cual deben figurar todos los eventos y actividades que se juzguen de interés.-
- M.** Redactar su Reglamento Interno.-

ARTÍCULO 6°

Serán recursos del Ente Mixto de Promoción Turística:

- A.** La suma resultante del adicional a la contribución de la Tasa Comercial con destino a la actividad turística, que será abonada en la factura de la tasa de Seguridad e Higiene por los comercios y demás explotaciones que tengan por finalidad la actividad turística mencionada en la Ordenanza N° VII-0503-HCD-2012, siendo depositada en una cuenta específica del Ente u otra modalidad que se designe a futuro.-
- B.** Los préstamos, transferencias y/o subsidios que reciba del Gobierno Nacional, Gobierno de la Provincia de San Luis o cualquier otro organismo público o privado.-
- C.** Los legados, donaciones y/o contribuciones que se efectuaren al Ente, los cuales podrán ser aceptados “ad referéndum”, quedando obligado a someterlo a la aprobación del Honorable Concejo Deliberante.-
- D.** Las contribuciones que se creen por la prestación de servicios turísticos.-
- E.** Cualquier otro recurso que ingrese al patrimonio del Ente.-
- F.** Fondo de Promoción Turística del DEM.-

**ARTÍCULO 7°**

Autorizar al DEM, a transferir al Ente el personal Municipal necesario según requerimiento del mismo.-

ARTÍCULO 8°

El EMIPROTUR quedará formalmente constituido e iniciará sus actividades una vez promulgada la presente Ordenanza y definidos los miembros de la Comisión Directiva y redactado el Reglamento Interno.-

ARTÍCULO 9°

Facultase al DEM a dictar todos los actos administrativos que fueren menester, conducentes a viabilizar operativamente los objetivos de la presente ordenanza.-

ARTÍCULO 10°

Que el cálculo del Presupuesto de gastos y recursos se registrará en todos sus términos por la Ordenanza General de Presupuesto N° VII-0136-HCD-2009 (1166).-

ARTÍCULO 11°

Que la Rendición de cuentas se registrará en todos sus términos por la Ordenanza General de Rendición de cuentas de Balances Trimestrales N° VII-0164-HCD-2009 (1174).-

ARTÍCULO 12°

COMUNÍQUESE, REGÍSTRESE, PUBLÍQUESE Y OPORTUNAMENTE ARCHÍVESE.-

- Planificar y ejecutar acciones de promoción turística del destino Villa de Merlo en mercados nacionales e internacionales.
- Coordinar esfuerzos entre los sectores público y privado para el posicionamiento estratégico del destino.
- Diseñar estrategias integradas de marketing turístico que reflejen la identidad local y los principios de sostenibilidad.
- Definir y desarrollar campañas promocionales en medios digitales, gráficos, radiales y televisivos.
- Participar en ferias, workshops, rondas de negocios y eventos turísticos representando al destino.

- Diseñar material promocional (folletos, videos, merchandising, etc.) que fortalezca la marca Merlo.
- Consolidar la identidad visual del destino bajo una marca turística reconocida.
- Desarrollar manuales de uso de marca y pautas de comunicación para prestadores y actores institucionales.
- Posicionar a Merlo como un destino sostenible, accesible y con diversidad de experiencias.
- Fomentar el trabajo conjunto entre la Municipalidad y el sector privado turístico (hotelería, gastronomía, agencias, artesanos, guías, etc.
- Promover la participación activa del empresariado en la toma de decisiones vinculadas a la promoción.
- Gestionar aportes y recursos para la promoción turística compartida.
- Coordinar estudios de percepción del destino, hábitos de consumo y perfiles de turistas.
- Administrar fondos del Ente con criterios de transparencia y eficiencia.
- Rendir cuentas de las acciones ejecutadas ante sus miembros y ante la comunidad.
- Elevar informes periódicos al Ejecutivo Municipal y a los representantes privados.



PROCATUR

Con PROCATUR apostamos a la profesionalización permanente del destino. El programa detecta necesidades formativas, articula con universidades y organismos nacionales, y ofrece cursos gratuitos en temas clave: sostenibilidad, atención al cliente, primeros auxilios, marketing digital y perspectiva de género. Así, elevamos la calidad de los servicios y fortalecemos la empleabilidad local.



PROCATUR



Análisis:

La capacitación es la herramienta más importante que posee el crecimiento sustentable, es el análisis previo que evalúa en qué parte de la organización es necesario mejorar o resolver un problema, o simplemente actualizar la información de todos los días. Siempre analizada por una persona experta encargada de diseñar o seleccionar un programa de capacitación tradicional, entendida como el entrenamiento y formación necesarios para desempeñar una función o tarea determinada, el aprendizaje, entendido como la capacitación necesaria para afrontar los retos futuros, el crecimiento humano, es la resultante de la suma de factores tales como creatividad, innovación y liderazgo personal, todo esto denominado Gestión del conocimiento.

La capacitación tiene la función de mejorar el presente y ayudar a construir un futuro en el que la fuerza de trabajo esté organizada para superarse continuamente y esto debe realizarse como un proceso, siempre en relación con el puesto y las metas de la organización.

“En la actualidad la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo, es el desarrollo de tareas con el fin de mejorar el rendimiento productivo, al elevar la capacidad de los trabajadores mediante la mejora de las habilidades, actitudes y conocimientos”

Por lo tanto la capacitación debe ser coherente y en correspondencia a determinadas necesidades que va desde lo individual hasta lo social, En la actualidad las empresas necesitan capacitar a su personal para crear un ambiente de trabajo sano, sin embargo suelen olvidarlo, y es precisamente en ese momento cuando surgen problemas con la comunicación y desempeño de los empleados, dando como resultado la baja productividad. Por tal motivo las organizaciones deben realizar actividades para que los empleados logren superarse dentro de la empresa.



A través de la capacitación y el desarrollo, las organizaciones hacen frente a sus necesidades presentes y futuras utilizando mejor su potencial humano, el cual, a su vez, recibe la motivación para lograr una colaboración más eficiente, que naturalmente busca traducirse en incrementos de la productividad. En el marco de este trabajo, entenderemos por capacitación "...las actividades culturales y educativas enfocadas a lograr la superación intelectual y el desarrollo de habilidades de sus recursos humanos, por parte de las organizaciones empresariales" (Silicio, 1995).

Compartimos la idea del señor Silicio ya que menciona la importancia de tener en cuenta la cultura para poder lograr un gran beneficio dentro de las organizaciones y de esta manera desarrollar el esfuerzo y colaboración que tienen los empleados para trabajar en equipo recibiendo una gran motivación y superarse dentro de la empresa por lo cual se podrá incrementar la productividad de la misma a través de un buen liderazgo y comunicación entre colaboradores.

En la antigua sociedad no existía ni se concebía un proceso formal de enseñanza para el trabajo, ya que el conocimiento se transmitía de manera directa: los más experimentados enseñaban todo lo necesario para desempeñar un oficio a quienes, a través de un tiempo de aprendizaje, podían hacerse responsables del trabajo.

"En el contexto de la organización social, económica y religiosa de los aztecas encontramos que existía una educación para el trabajo en el telpochcalli y el calmecac, comúnmente conocidos como centros de entrenamiento de los jóvenes de la ciudad en las artes militares, la religión y la disciplina, y que también desempeñaron el papel de adiestrar a los jóvenes en el trabajo" (Frost, 1974).

"Las empresas han comprendido la importancia de la capacitación de que no se trata de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva, teniendo resultados positivos y con mayor beneficios en lo económico, calidad, en la organización y en lo propio con el trabajador. En México las micro, pequeños y medianas empresas han ido cambiando su esquema y su visión sobre el concepto de capacitación, a tal grado que están convencidos de que este elemento les ayuda a ser más productivos y competitivos". (Gonzalez, 85)

Concluimos que además de la capacitación del personal existen otros elementos que ayudan a cumplir con ciertas actividades que realiza la empresa, entre las cuales se encuentran la motivación, comunicación en el entorno laboral, trabajo en equipo de los departamentos y el liderazgo de una persona que sobresalga entre los demás y tome las riendas de la organización para cumplir con todos los objetivos que se plantean en la empresa, además de que cada trabajador pueda desarrollar sus habilidades sin problema alguno para evitar problemas futuros dentro de la misma. Así pues esto contribuirá al incremento de la productividad por eso cada trabajador es esencial dentro de la institución. Tal vez la mejor manera de motivar a los empleados es realizando convivios o eventos sociales para fomentar la convivencia sana, esto servirá para que en el ámbito laboral se realicen las actividades de manera eficiente.

Referencias

- Aguilar, A. S. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. Cancún: Limusa.
- AMECAP. (10 de 08 de 1996). AMECAP ORG.
- Encina, G. B. (2006). Administración Laboral. California: The Regents of the University of California.
- Frost. (1974). Antecedentes de la capacitación. Cancún: Cengage Learning.
- González, J. (15 de 04 de 85). paratodohayfans. Obtenido de paratodohayfans:
- Silicio. (1995). Antecedentes de la capacitación. Cancún: cengage learning

Hemos escuchado en muchos estados organizacionales que las estrategias de capacitación de los colaboradores en las instituciones son fundamentales para lograr la eficiencia de los objetivos, y en esa medida se establece el valor del capital intelectual de las empresas. Es así, que surgen preguntas como ¿Por qué es tan importante?, ¿Por qué capacitar periódicamente al personal? o de donde se genera el concepto de “capital Intelectual” y su relación directa con el cumplimiento de la misión y visión de las organizaciones. Es por ello que este ámbito adquiere importancia, toda vez que en la actualidad la capacitación del capital humano es una de las principales respuestas a la necesidades que tienen las instituciones de contar con personal calificado y productivo que hagan parte fundamental en los procesos de cada una de las áreas de la organización y que a la vez generen valor a los productos o servicios que ofrecen al cliente.

La globalización ha generado una necesidad fundamental de innovación y de herramientas para la competitividad de las organizaciones y esto se logra gracias al aporte intelectual de todos y cada uno de los miembros que laboran en ellas. Sin embargo estos procesos se fundamentan principalmente en el conocimiento que se puede tener del entorno nacional o internacional de los productos o servicios que se ofrecen. En este caso es de vital importancia estar al día en los avances que ofrece la tecnología, nuevas investigaciones, nuevos procesos, nuevas formas de maximizar los rendimientos organizacionales minimizando los costos y otros factores que permiten que las organizaciones sean autosustentables y exitosas en el tiempo actual y futuro.

Dentro de las estrategias organizacionales se toma en consideración los programas de capacitación que debe tener el área de recursos humanos para mantener un capital intelectual acorde a las necesidades y retos que impone el cliente interno y externo a las empresas. Es por ello, que el tema principal de este documento investigativo busca determinar el concepto de capacitación como gasto en la pequeña empresa y cómo se justifica la inversión en el capital humano para el desarrollo de las organizaciones, buscando incrementar los índices de productividad.

Aunque cualquier empresa tiene la obligación en invertir en capacitación de personal si busca sostenerse en el tiempo, solo las 4 grandes organizaciones tienen programas sólidos para ello, claramente soportados en conceptos globalizados en los cuales se determina que una empresa que invierte en capacitación y políticas de igualdad laboral entre hombres y mujeres, es decir en el desarrollo de su capital humano incrementa su productividad en casi 20% y reduce los niveles de rotación. El reto de las organizaciones colombianas frente a los diversos tratados de libre comercio firmados y en proceso de consolidación, deja ver la necesidad de establecer la capacitación del personal como una obligación y verlo como una inversión segura y más aún cuando las empresas son de menor envergadura, toda vez que en estos casos la producción puede ser de menor cantidad pero debe estar a la altura de las grandes organizaciones en materia de calidad.

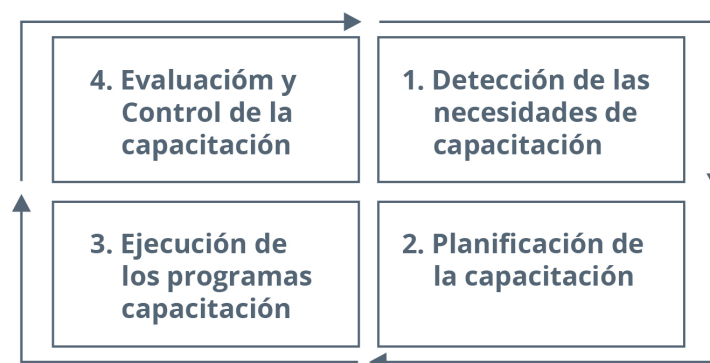
El concepto de capacitación no solamente obedece a un tema de actualidad o de moda ya que su trascendencia plantea el éxito de la organización y en mayor medida el desarrollo de un área, una región e incluso un país. Es por ello que podríamos atender una definición que puede encerrar la esencia de esta investigación según el cual “ la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador” (Siliceo, 2004), en esa medida, se plantea como tema de análisis, la importancia de un modelo de capacitación interna en las pequeñas empresas para que puedan ser competitivas a su nivel y que puedan cumplir con la demanda de cantidad y calidad que le exige el cliente. Sin embargo es claro, que este ámbito requiere de una estrategia efectiva que esté acorde al presupuesto de las pequeñas instituciones y que se adecuen a los perfiles de los colaboradores, toda vez que por su mismo tamaño, estas organizaciones plantean diversas limitaciones para la implementación de un programa claro de capacitación de personal.

En términos económicos la capacitación es una inversión a largo plazo, infortunadamente las pequeñas empresas están estructuradas en operaciones que exigen 5 tiempos reducidos por lo cual este gasto puede entrar en un puesto menos priorizado a otros. Sin embargo el empleo de recursos en capacitación es una de las más rentables que puede tener una organización ya que a pesar de existir un recurso humano con excelente aptitud, si no cuenta con la formación adecuada se presentarían fallas o un gasto superior de tiempo en las operaciones o procesos que desarrolla la organización independiente de los servicios o productos que ofrece.

En materia de recursos humanos se hace necesario que las pequeñas organizaciones establezcan políticas de capacitación permanentes en cabeza de la dirección la empresa ya que esta área es quien debe motivar y estimular a los colaboradores para que se preparen a enfrentar los nuevos cambios que trae el entorno y la globalización como factor de integración comercial, independientemente del tamaño de la organización, así en materia de capacitación se deberá tener en cuenta:

CAPACITACIÓN		
PARTICIPACIÓN TOTAL	RENTABILIDAD	INSTRUMENTACIÓN
Identificación de las necesidades específicas de capacitación, la identificación de las alternativas para satisfacer las necesidades específicas de entrenamiento precisadas por cada trabajador y su jefe inmediato.	lo gastado para entrenamiento y desarrollo debe producir mejoras en el desempeño individual, calidad, productividad y servicios que representen más que lo erogado.	En los programas de capacitación se deben impartir cursos efectivos de entrenamiento, validados por su utilidad y entrenar a instructores competentes para optimizar tiempo, costos y resultados de la capacitación

Teniendo en cuenta que el fin último de la capacitación es garantizar el cumplimiento de la misión de la organización, se hace necesario que dicho ámbito haga parte de las estrategias organizacionales que se aplican a todos los niveles y áreas de la empresa, y es el constante cambio en el mundo lo que genera su importancia, toda vez, que es necesario que la organización se adecue de forma rápida y efectiva a las necesidades del mercado. Así las cosas, se deberán generar planes o programas de capacitación eficaces, que no pueden diferenciarse entre grandes, medianas o pequeñas empresas, ya que cualquiera de ellas debe enfrentar situaciones previsibles o situaciones imprevisibles, para las cuales las máquinas no están preparadas, y donde la participación intelectual de los colaboradores será la diferencia. Existen diversos estudios frente al tema de los planes de capacitación y las etapas que ella requiere para ser efectiva, sin embargo este documento acota una de ellas como soporte para identificar los principales factores a tener en cuenta para su implementación en cualquier organización, más allá de su complejidad. (Carrillo, 2012). Etapas de la capacitación (Carrillo, 2012)



Para el 2021 se prevén las siguientes capacitaciones

1. Todo el personal de la secretaría de manera obligatoria ha realizado el Curso de Accesibilidad Turística.
2. Todo el personal de la secretaría de manera obligatoria a realizado el Curso de LGTB+.
3. Todo el personal de la secretaría de manera obligatoria ha realizado el Curso de Organización de Eventos.
4. Todo el personal de la secretaría de manera obligatoria ha realizado el Curso de Gestión de Calidad Turística.
5. El Sello de calidad desarrollado de manera independiente
6. Para los Guías Urbanos se prevé una capacitación de Práctica Turística dictado por Diana Arias cuyo costo es de 30.000\$ más viáticos
7. Para los guías de Turismo Activo, en el segundo semestre se deberán dictar los cursos correspondiente para pasar de riesgo bajo a riesgo medio \$50.000
8. Curso de Capacitación para ampliar conocimientos a cuidadores medio ambientales
9. Curso de Primeros Auxilios para el personal de la reserva \$20000

ORDENANZA N° III-1137-2024

Villa de Merlo, (S.L.), 24 de Octubre de 2024.-

“DE CAPACITACIÓN PARA ACTORES DEL SECTOR TURÍSTICO”**VISTO:**

Las Ordenanzas N° VII-0766-HCD-2017 “Habilitaciones Comerciales” y N° 792-HCD-2002, que establecen requisitos para las nuevas habilitaciones comerciales y renovaciones de las mismas, y;

CONSIDERANDO:

Que el turismo es una industria altamente competitiva, donde la calidad del servicio es un factor determinante para el éxito de los destinos turísticos, siendo recomendable incorporar nuevas tendencias en servicios y comercialización para aumentar la competitividad frente a otros destinos.-

Que la creación del Merlo Bureau Eventos tiene como objetivo posicionar a la Villa de Merlo como un destino preferencial para la realización de eventos, congresos y actividades turísticas de gran envergadura, lo que exige un nivel elevado de profesionalización en el sector turístico para ofrecer servicios de alta calidad.-

Que la capacitación continua del personal involucrado en la actividad turística es una herramienta valiosa para que Villa de Merlo esté preparada para recibir eventos de gran magnitud, generando una sinergia entre el sector turístico, el Merlo Bureau Eventos, y la Bolsa de Trabajo Turística, mejorando la competitividad regional.-

Que resulta estratégico incorporar servicios accesibles e inclusivos para que Villa de Merlo brinde una atención adecuada a todas las personas, con o sin discapacidades, siendo el manejo del lenguaje de señas y los idiomas inglés y portugués un aspecto clave en el desarrollo de los servicios turísticos.-

Que la Facultad de Turismo y Urbanismo de la Universidad Nacional de San Luis representa una fuente inagotable de nuevos profesionales que requieren oportunidades laborales en la Villa de Merlo, vinculándose directamente con el crecimiento del sector.-

POR TODO LO EXPUESTO, EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD VILLA DE MERLO, EN USO DE LAS ATRIBUCIONES Y FACULTADES QUE LE CONFIERE LA LEY, SANCIONA LA SIGUIENTE:

ORDENANZA

ARTÍCULO 1º

ESTABLÉZCASE la implementación de capacitaciones turísticas a través del Programa de Capacitación Turística (Pro.Ca.Tur.), dependiente de la Secretaría de Turismo, las cuales serán de carácter voluntario y podrán ser tenidas en cuenta como un elemento adicional en el proceso de obtención y renovación de habilitaciones comerciales. Éstas deberán ser integradas al marco regulatorio establecido por las Ordenanzas N° VII-0766-HCD-2017 y N° 792-HCD-2002.-

ARTÍCULO 2º

Los cursos de capacitación, que serán de carácter gratuito, estarán disponibles preferentemente para el personal empleado en establecimientos relacionados con la actividad turística, tales como hoteles, cabañas, restaurantes, bares, agencias de turismo, guías de turismo activo y urbano, conductores de taxis y remises, entre otros. No obstante, los cursos también estarán abiertos a cualquier interesado que desee participar.-

ARTÍCULO 3º

CRÉASE la Bolsa de Trabajo Turística, administrada por la Secretaría de Turismo, destinada a registrar a las personas que completen las capacitaciones del Pro.Ca.Tur. y deseen ser consideradas para oportunidades laborales en el sector turístico. La inscripción en esta bolsa permitirá a los empleadores acceder a una base de datos actualizada de trabajadores capacitados, contribuyendo a la profesionalización del sector.-

ARTÍCULO 4º

Los participantes que concluyan satisfactoriamente las capacitaciones recibirán un Certificado de Asistencia y Aprovechamiento, que podrá ser utilizado para fortalecer sus postulaciones laborales y acceder a la Bolsa de Trabajo Turística.-

ARTÍCULO 5º

Los empleadores que voluntariamente promuevan la capacitación de su personal en el marco del Pro.Ca.Tur. y acrediten que sus empleados han completado las 40 horas anuales de capacitación, podrán acceder a beneficios fiscales y administrativos al momento de renovar sus habilitaciones comerciales.-

ARTÍCULO 6º:

Las personas desempleadas podrán participar de las capacitaciones del Pro.Ca.Tur. y utilizar el Certificado de Asistencia y Aprovechamiento como parte de su currículum vitae, mejorando sus posibilidades de empleo en el sector turístico.-

**ARTÍCULO 7º**

Se recomienda a los empleadores del sector turístico utilizar la Bolsa de Trabajo Turística para la contratación de personal capacitado, contribuyendo a elevar el estándar de calidad de los servicios en Villa de Merlo y fortalecer su competitividad.-

ARTÍCULO 8º

INSTRÚYASE a la Secretaría de Turismo a coordinar la oferta de capacitaciones y a gestionar la implementación efectiva de la Bolsa de Trabajo Turística, garantizando la actualización constante de los registros y la adecuada difusión del programa entre los actores del sector turístico.-

ARTÍCULO 9º

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE, REGÍSTRESE Y OPORTUNAMENTE ARCHÍVESE.

El turismo desempeña un papel crucial en el desarrollo económico y social de nuestra región. Sin embargo, para maximizar su impacto positivo, es fundamental contar con un personal capacitado y comprometido con la excelencia en el servicio.

Entendiendo que la capacitación y la formación son el instrumento base para la gestión y desarrollo de las políticas turísticas. La Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos presenta el Programa de Capacitación Turística (Pro.Ca.Tur). Con el fin de contribuir a quienes trabajan en el sector turístico, acciones de capacitación y formación en función de cada una de sus necesidades y capacidades adecuando las mismas a las demandas actuales.

La calidad es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa. La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

El propósito de este programa es mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en nuestra comunidad, fortaleciendo las competencias y habilidades y fomentar la profesionalización del sector turístico, del personal que trabaja en el sector turístico, y todos aquellos que formen parte de la comunidad, que están relacionados directa e indirectamente con la actividad turística, entendiendo que son anfitriones. A través de esta capacitación, buscamos potenciar la experiencia del visitante, promover el desarrollo sostenible del turismo local y aumentar la competitividad de nuestro destino.

Implementar un programa de capacitación contribuye también a contar con personal que se sienta reconocido y apoyado, pues de alguna manera aumentará su compromiso y fidelización con su labor y la compañía, al sentirse parte de una entidad que aporta a su crecimiento profesional.



Incentivar la capacitación permitirá generar una cultura de aprendizaje continuo. Sin duda, es un gran beneficio para la toma de decisiones en momentos críticos, la generación de nuevas ideas, la adaptación a los cambios tecnológicos e impulsar a los líderes de nuevos proyectos.

Se establecerán convenios estratégicos con la Facultad de Turismo y Urbanismo de la Universidad Nacional de San Luis y con la Asociación Empresarial Hotelera Gastronómica de la Villa de Merlo, con el fin de trabajar en conjunto para brindar una excelencia en las capacitaciones que se dicten.

La implementación de un programa de capacitación en la Villa de Merlo, contempla uno de los puntos del “Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025”, que menciona la calidad para la competitividad. Bajo el principio de Calidad, este modelo de gestión, tiene como premisa rectora la optimización de los destinos y de la actividad turística, al igual que muchas estrategias adoptadas por distintos países del mundo. En Argentina, se plantea una visión superadora en la medida que propone lograrlo buscando la convergencia entre seis ejes estratégicos:

- **Eje Educación:** el artículo 7 de la Ley Nacional de Turismo propicia la investigación, formación y capacitación técnica y profesional, así como también la promoción de la conciencia turística en la población. En base a ello se delineó una estrategia federal que apoya la creación de proyectos y acciones que favorezcan la mejora continua de la educación en turismo, a través del Sistema Educativo Argentino.
- **Eje Sistema de Calidad:** conforme el alcance de la competencia del Ministerio de Turismo y al principio de Calidad enunciado en la Ley 25997, y con el objetivo de consolidar a la Argentina como un referente por la calidad y excelencia en los servicios turísticos, se propició la creación del Sistema de Calidad Turística Argentino (SACT). El mismo cuenta con programas que apoyan a los prestadores turísticos a llevar adelante la implementación de las diferentes partes que lo componen. Son ejemplo de ello: el Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), Buenas Prácticas de Calidad, Directrices de Calidad, Programas de Excelencia, implementación de Normas Sectoriales, Clubes de Excelencia y el Premio Nacional a la Calidad. También es parte del programa de normalización IRAM-SECTUR.
- **Eje Capacitación:** es premisa de este eje el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos a través del fortalecimiento de la gestión, mediante el acompañamiento institucional, diseño y ejecución de acciones de capacitación para la formación de recursos humanos en todo el territorio nacional, desde una mirada inclusiva y federal.
- **Eje Empleo:** las iniciativas en torno a este eje se sustentan en la generación de un espacio de articulación institucional que establece consensos y estrategias que facilitan la instrumentación de políticas activas para el mejoramiento de la calidad del empleo, la profesionalización y la certificación de las competencias de los trabajadores del sector.

- **Eje Tecnología:** los distintos proyectos se encuentran respaldados por el desarrollo de herramientas tecnológicas que tienen una doble función: por un lado servir como medios para la implementación de actividades de sensibilización, concientización y capacitación, cumplir un rol de comunicación y distribución de la información; y por el otro facilitar la gestión. Por ejemplo: El campus Mintur, portal Educatur, redes sociales, repositorios digitales o el Sistema de Gestión de Registro y Agencias (SARA).
- **Eje Protección al Turista:** es un valor fundamental que atraviesa la gestión de la calidad y que se materializa a través de proyectos orientados a velar por el cumplimiento de la normativa vigente, por medio de un trabajo integrado entre las diversas áreas de gobierno y la coordinación normativa con los organismos involucrados en las temáticas específicas. Este eje estratégico fortalece a la calidad como enunciado de la competitividad, en el marco de un modelo de gestión que procura asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad bregando por la mejora continua, para brindar una educación de calidad para el turismo que fomenta las ventajas competitivas, optimice la calidad de los destinos, promueva el empleo genuino y vele por la protección del turista. (*Ministerio de Turismo de la Nación Argentina, "Plan Federal Estratégico de Turismo 2025", 2014*)

Ante las adversidades que presenta la Villa de Merlo, se planteó que el programa tenga por objetivo la capacitación de quienes trabajan actualmente en la actividad turística, así también quienes no trabajan directamente con los turistas pero forman parte del sistema turístico.

Propósito principal al 2027

Lograr la calidad turística y formar parte de los hoteles más verdes

▪ Eje 1

Sentar las bases del turismo y la formación básica como elementos indispensables y primordiales.

Objetivo general: Establecer el turismo y la formación básica como pilares fundamentales para el desarrollo sostenible de Villa de Merlo.

Objetivos específicos:

Comprender el turismo como una actividad económica, social y cultural

- Definir el turismo y sus diferentes modalidades.
- Analizar el impacto económico, social y cultural del turismo en Villa de Merlo y el mundo.
- Identificar los diferentes actores que intervienen en la actividad turística.
- Identificar las habilidades y conocimientos básicos que requieren los trabajadores del sector turístico.
- Destacar la importancia de la formación continua para la actualización profesional en el sector turístico.

Introducción al turismo

- Definición de turismo y sus diferentes modalidades.
- Historia del turismo.
- Importancia del turismo en la economía mundial.
- Impacto económico, social y cultural del turismo en Villa de Merlo.
- Actores que intervienen en la actividad turística.

Formación básica para el sector turístico

- Importancia de la formación básica en el sector turístico.
- Habilidades y conocimientos básicos que requieren los trabajadores del sector turístico.
- Oportunidades de formación básica en Villa de Merlo.
- Importancia de la formación continua para la actualización profesional en el sector turístico.

Se espera que al finalizar este eje, los participantes tengan una comprensión clara de lo que es el turismo y su importancia, así como de la relevancia de la formación básica para el desarrollo profesional en este sector.

Los participantes estarán en condiciones de aplicar los conocimientos adquiridos en su trabajo diario y de contribuir al desarrollo sostenible del turismo en Villa de Merlo.

Este eje es fundamental para sentar las bases del programa de capacitación turística de Villa de Merlo. Al comprender el turismo y la formación básica como elementos indispensables y primordiales, los participantes estarán mejor preparados para afrontar los retos y desafíos del sector turístico en el futuro.

■ Eje 2

Fomentar la cultura de servicio al cliente.

Objetivo general: Brindar a los trabajadores del sector turístico las habilidades y conocimientos necesarios para ofrecer un servicio al cliente de excelencia.

Objetivos específicos:

Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal

- Enseñar a los trabajadores del sector turístico cómo comunicarse de manera efectiva con los clientes.
- Brindar técnicas para manejar situaciones conflictivas con los clientes.
- Fomentar la empatía y la asertividad en la atención al cliente.

Aplicar técnicas de venta y fidelización:

- Capacitar a los trabajadores del sector turístico en técnicas de venta sugestiva y persuasiva.
- Enseñar estrategias para fidelizar a los clientes y generar recomendaciones positivas.
- Brindar herramientas para manejar las quejas y sugerencias de los clientes.

Promover el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el servicio al cliente

- Capacitar a los trabajadores del sector turístico en el uso de herramientas digitales para la atención al cliente.
- Enseñar cómo utilizar las redes sociales para interactuar con los clientes y brindar información.
- Fomentar el uso de aplicaciones móviles para mejorar la experiencia del cliente.

■ Eje 3

Promover el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector turístico.

Objetivo general: Integrar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la gestión y operación de los negocios turísticos de Villa de Merlo.

Objetivos específicos:

Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en el uso de las TIC:

- Enseñar a los prestadores de servicios turísticos cómo utilizar las TIC para mejorar la gestión de sus negocios.
- Brindar herramientas para la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos en línea.
- Capacitar en el uso de herramientas tecnológicas para la gestión de clientes y reservas.

Fomentar el desarrollo del comercio electrónico turístico:

- Enseñar a los prestadores de servicios turísticos cómo crear y gestionar tiendas online para la venta de sus productos y servicios.
- Brindar herramientas para la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos en plataformas de comercio electrónico.
- Capacitar en el uso de pasarelas de pago y sistemas de seguridad para el comercio electrónico.

Desarrollar aplicaciones móviles para el sector turístico:

- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en el diseño y desarrollo de aplicaciones móviles para sus negocios.
- Brindar herramientas para la creación de contenido y funcionalidades para aplicaciones móviles turísticas.
- Fomentar el uso de aplicaciones móviles para mejorar la experiencia del cliente.

■ Eje 4

Fortalecimiento de la gestión de calidad turística.

Objetivo general: Fortalecer la gestión de calidad turística en la Villa de Merlo mediante la implementación de estándares, procesos y mecanismos de evaluación que aseguren una experiencia turística excelente, sostenible y competitiva.

Objetivos específicos:

Establecer Estándares de Calidad.

Desarrollar y adoptar estándares de calidad específicos para todos los servicios turísticos, incluyendo alojamiento, gastronomía, actividades recreativas y guías turísticos.

Implementar un sistema de certificación para los negocios turísticos que cumplan con estos estándares, incentivando la mejora continua.

- Promover el uso de buenas prácticas y normas internacionales de calidad y sostenibilidad en el sector turístico local.

Introducción a la Calidad Turística

- Conceptos Básicos de Calidad en Turismo
- Definición de calidad turística
- Importancia de la calidad para la satisfacción del cliente y la competitividad del destino

Estándares y Normas Internacionales de Calidad

- Normas ISO aplicables al turismo
- Buenas prácticas internacionales

Gestión de la Calidad en Servicios Turísticos

- Diseño de Servicios de Calidad
- Identificación y análisis de las expectativas del cliente
- Diseño de procesos orientados a la calidad
- Implementación de Sistemas de Gestión de Calidad
- Creación de Experiencias Memorables
- Sostenibilidad y Calidad
- Innovación en la Gestión de Calidad

Funciones

- Diseñar, coordinar y ejecutar instancias de formación continua destinadas a prestadores turísticos, personal municipal, estudiantes y comunidad en general.
- Fortalecer las competencias técnicas, culturales y humanas vinculadas al desarrollo turístico sostenible del destino.
- Generar una cultura de calidad, hospitalidad, inclusión y mejora continua en todos los niveles del sector turístico local.
- Relevar las necesidades formativas del sector turístico local.
- Elaborar un plan anual de capacitación con enfoque territorial, inclusivo y participativo.
- Adaptar los contenidos y formatos a diferentes públicos (prestadores, informantes, guías, emprendedores, comunidad).
- Coordinar acciones con instituciones educativas (*Facultad de Turismo y Urbanismo, escuelas secundarias, institutos de formación técnica*)

- Gestionar capacitaciones junto a organismos nacionales y provinciales como el Ministerio de Turismo de la Nación, CFI, etc.
- Establecer convenios de colaboración con organismos especializados.
- Organizar cursos, talleres, seminarios, encuentros y jornadas de formación presenciales, virtuales o mixtas.
- Convocar y coordinar a los docentes, especialistas y facilitadores de cada temática.
- Garantizar el acceso libre y gratuito a los contenidos para la comunidad local.
- Sostenibilidad, calidad turística, atención al cliente, accesibilidad, primeros auxilios, marketing digital, turismo rural, patrimonio cultural y natural, hospitalidad, entre otros.
- Incorporación de temáticas transversales como perspectiva de género, economía circular, tecnología y turismo, turismo comunitario.
- Relevar la satisfacción de los participantes y la aplicación de contenidos en sus ámbitos laborales.
- Producir informes de seguimiento de cada capacitación y del programa general.
- Ajustar la planificación en función de los aprendizajes y resultados obtenidos.
- Generar redes entre los participantes para fomentar la cooperación y el intercambio de experiencias.
- Promover la participación activa de toda la comunidad en el desarrollo turístico del destino.
- Fomentar el reconocimiento del saber local y la formación continua como herramienta de empoderamiento y crecimiento.



Capacitación a Prestadores de Servicios Turísticos

La capacitación a prestadores de servicios turísticos constituye un eje fundamental en la estrategia de fortalecimiento del desarrollo local. Este proceso tiene como objetivo identificar y dar respuesta a las necesidades de formación que existen en la comunidad, con el fin de mejorar las competencias y habilidades de sus integrantes. Se busca no solo impulsar el crecimiento personal y profesional de los participantes, sino también fomentar la calidad y competitividad del destino turístico.

Estas instancias formativas están abiertas a toda la población, con especial énfasis en jóvenes, emprendedores, y actores vinculados al ámbito turístico y cultural. La implementación de las capacitaciones se realiza en espacios comunitarios, centros de formación y otras instituciones habilitadas, gracias a una articulación activa entre organismos públicos, instituciones educativas, entidades privadas y organizaciones de la sociedad civil.

El proceso formativo se lleva adelante durante todo el año y no requiere de inscripción paga, ya que está diseñado para garantizar el acceso libre y gratuito a cualquier persona interesada. Las actividades propuestas combinan teoría y práctica, y se desarrollan en formato presencial, generando un espacio dinámico de aprendizaje y participación colectiva.

Este programa es gestionado por la Secretaría de Turismo, a través del área específica de capacitación turística, y cuenta con el valioso aporte de instituciones como la FEHGRA (*Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina*) y la Facultad de Turismo y Urbanismo de San Luis, que actúan como proveedores de conocimiento, especialistas y facilitadores.

Al finalizar las capacitaciones, los asistentes reciben un certificado que acredita su participación y aprobación. Además, se les otorga una cantidad de créditos que les permite formar parte de una bolsa de trabajo, lo cual amplía sus posibilidades de inserción laboral en el sector.

Este proceso no solo promueve el crecimiento individual, sino que también tiene un impacto positivo en toda la comunidad, al elevar la calidad del servicio turístico local. Como parte de su evaluación, se lleva a cabo una encuesta de satisfacción, y se analiza la cantidad de personas que asisten a cada instancia formativa, lo que permite ajustar y mejorar las propuestas de forma continua.

■ Indicadores:

Encuesta de satisfacción post-capacitación.

Cantidad de asistentes a cada actividad formativa.

■ **Estándar de Accesibilidad:**

Garantizar la participación de personas con discapacidad en las instancias de formación. En cada capacitación se ofrecen materiales de estudio accesibles (PDF con lectura de pantalla, presentaciones con contraste alto) También se prevé la accesibilidad física de los espacios donde se dictan las capacitaciones.

■ **Estándar Ambiental:**

Promover prácticas sostenibles en el desarrollo de las capacitaciones. Para reducir el uso de papel los certificados que se otorgan y el material son en formato online. Lo mismo hacemos con la difusión de las capacitaciones se hacen por medio de plataformas digitales, inclusive la inscripción.

■ **Estándar de Calidad:**

Asegurar que todas las capacitaciones cumplan con los siguientes parámetros mínimos:

- Diseño de contenidos adaptados a las necesidades del público objetivo (por ejemplo, nivel inicial para nuevos prestadores, avanzado para profesionales).
- Evaluación de satisfacción al finalizar cada instancia formativa.
- Registro de asistencia y cumplimiento de horas estipuladas.
- Participación de capacitadores con formación y experiencia comprobada.

■ **Comunicación al personal:**

Los estándares definidos y los procedimientos correspondientes deben ser comunicados con claridad al equipo encargado de organizar y ejecutar el programa de capacitaciones.

Reuniones operativas previas al inicio de cada capacitación, para repasar contenidos, logística y adecuaciones necesarias.

Correos electrónicos con cronogramas, materiales y recordatorios de buenas prácticas.

Capacitaciones internas breves para quienes colaboran en tareas de asistencia o coordinación





ENCUESTAS REALIZADAS A ASISTENTES

Encuesta capacitación Turismo Religioso

Gracias por asistir a la capacitación en turismo religioso. Tu opinión es muy valiosa para mejorar futuras ediciones. Por favor, tomarse unos minutos para completar esta encuesta.

secretaria.turismo@villa.de.merlo.com [Cambiar de cuenta](#)

No respondido

Indicar que la pregunta es obligatoria

¿Cómo calificas la capacitación en general? *

☐ Excelente

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

¿Qué tan claros y comprensibles fueron los capacitadores en la presentación de los temas? *

☐ Muy claros

☐ Aceptable

☐ Poco claros

☐ No fueron claros

¿Qué te pareció el material técnico proporcionado?

☐ Muy útil

☐ Útil

☐ Poco útil

¿Qué te pareció el material práctico proporcionado? *

☐ Muy útil

☐ Útil

☐ Poco útil

¿Consideras que el material estuvo bien organizado y accesible durante la capacitación? *

☐ Si

☐ No

¿El tiempo destinado para la capacitación fue suficiente? *

☐ Si

☐ No

CERTIFICADOS





Los indicadores de gestión son herramientas fundamentales para evaluar la eficacia y el impacto de las acciones formativas desarrolladas. La encuesta de satisfacción post-capacitación permite conocer la percepción de los participantes sobre la calidad de los contenidos, la organización del evento y la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos, brindando información clave para mejorar futuras ediciones. Por su parte, la cantidad de asistentes a cada actividad formativa es un indicador cuantitativo que refleja el nivel de interés y la capacidad de convocatoria de la propuesta, ayudando a dimensionar la demanda y planificar la oferta de capacitaciones de manera más eficiente.

PROCATUR

ÁREA DE OBSERVATORIO TURÍSTICO / REDES / COMUNICACIÓN

Nuestro Observatorio Turístico funciona como el sistema de inteligencia de la Secretaría. Releva, procesa y analiza datos sobre oferta, demanda, estacionalidad y empleo para que cada acción se sustente en evidencia. Sus reportes periódicos permiten medir impactos económicos y sociales, anticipar tendencias y corregir rumbos a tiempo. Además, promueve la transparencia al publicar información accesible que nutre a prestadores, investigadores y comunidad.

El Área de Redes y Comunicación es la voz oficial del destino en el universo digital y mediático. Planifica campañas, administra canales sociales, produce contenidos audiovisuales y refuerza la marca Merlo con relatos que destacan nuestra identidad serrana, la accesibilidad y el compromiso ambiental. Su interacción permanente con viajeros y medios convierte a la Municipalidad en un interlocutor cercano, empático y actualizado.

Proyecto: Observatorio Turístico

Análisis:

La creación de un Observatorio Turístico se perfila como una herramienta necesaria en el avance, incremento y mejora del turismo en Villa de Merlo. Actualmente, ya existen mediciones a cargo del Departamento de Cómputos y Estadísticas de la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos, pero lograr un observatorio independiente, riguroso y del que se desprendan estudios e investigaciones sobre turismo, es clave para el desarrollo económico del Municipio, esto suministrará ventajas estratégicas tanto para el sector público como al privado que giran alrededor de este segmento.

El turismo se ha convertido en una de las actividades más dinámicas en las economías actuales debido, entre otros factores, a los cambios en el consumidor turístico. Por ello, para fortalecer las relaciones con los consumidores potenciales y mejorar la prestación de los servicios, es necesario conocer y analizar las características de la demanda turística.

La Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos de Villa de Merlo, a través de su Departamento de Cómputos y Estadísticas Turísticas desarrolla un sistema de información que permite comprender la evolución económica y social de la actividad turística de la Villa de Merlo como una herramienta para una adecuada gestión, planificación y toma de decisiones

Por ello, se realizan muestreos diarios de porcentajes de ocupación, se elaboran estadísticas e indicadores y se producen informes que describen al sector turístico y dan cuenta de sus tendencias y avance en el tiempo. Así podemos analizar e interpretar al sector desde la perspectiva económica para ver la dinámica del turismo en nuestra localidad.

Actividades que se realizan:

- **Relevamiento de nivel de ocupación:** los resultados sobre la tasa de ocupación de la Villa de Merlo se obtienen mediante el llamado telefónico a un muestreo estratificado de 70 alojamientos hoteleros y parahoteleros que se encuentran habilitados por la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos. Dicho operativo se realiza diariamente, cubriendo todas las categorías.
- **Encuesta del perfil de los turistas y de satisfacción:** esta información es recolectada mediante encuestas diarias realizadas a turistas que ingresan a los Centros de Informes Turísticos de la Villa de Merlo en busca de información. Esta actividad es realizada por nuestros informadores turísticos.
- **Informes estadísticos:** elaboración de informes de diferentes fechas, temporadas, con datos de la oferta y demanda de nuestro destino, con énfasis a indicadores de gestión que muestren la situación de la actividad turística de la Villa de Merlo, logros obtenidos así como también sus debilidades y fortalezas.

El creciente interés por el turismo en la ciudad y unido a las latentes dificultades desde las diferentes administraciones para medir su impacto no solo en lo económico, sino en lo social, ambiental, cultural, ha resaltado el problema de la carencia de información suficiente y oportuna para evaluar y analizar el comportamiento del sistema turístico. Esto se debe a la existencia de un débil sistema de información para la toma de decisiones en el destino que articule todas las variables de la oferta, la demanda, la superestructura y el producto turístico, sumado al hecho que la inversión en la investigación, desarrollo e innovación en el turismo ha sido escasa, y a una desarticulación interdisciplinaria en la gestión provincial y nacional.

La información es el activo intangible más importante que puede tener cualquier organización, tanto de orden gubernamental como empresarial, ya que la correcta toma de decisiones y la planeación asertiva dependen de ésta. Por ende, el interés de desarrollar un sector económico debe partir de una propuesta de normalización de los datos concernientes que respalden lo expuesto, así como la medición de resultados, en especial cuando existen problemas de alta competencia, mercadológicos y de enfoque para desarrollar los productos, que es precisamente el caso de Villa de Merlo.

Dicho postulado válida la creación de un observatorio de turismo que funcione como un centro de investigación y desarrollo del mismo con miras a incentivar su crecimiento. A partir del análisis conceptual sobre el funcionamiento de un observatorio, se evidencia que el mismo debe dar cuenta, no solo del comportamiento de la oferta a través de la medición de las variables tradicionales como son oferta de alojamiento, indicadores de ocupación, comportamiento de los medios de transporte, sino también del comportamiento de la demanda y de los servicios turísticos del destino, por lo que se trata de un sistema integrado de información e investigación del fenómeno turístico.

Fundamentación

El turismo es una actividad que incide directamente en los ámbitos económico, social, ambiental y cultural, repercutiendo favorablemente en el desarrollo de los países, razón por la cual se ha constituido como el eje dinamizador de economías a escala mundial, basando siempre su progreso en la participación estratégica y oportuna de los sectores público, privado y comunitario.

Para el alcance del máximo avance en la industria turística es necesaria la planificación constante direccionada hacia la sostenibilidad de los recursos empleados, la misma que debe fundamentarse en información estadística de primera mano contribuyendo a la toma de decisiones acertadas en base a las tendencias del mercado, los requerimientos de la demanda, así como también a la satisfacción de las expectativas que desean experimentar los visitantes de un destino turístico.

Con el propósito de ampliar el trabajo realizado por el Departamento de Cómputos y Estadísticas, la creación de un Observatorio se constituye en un proyecto de la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos de la Villa de Merlo que pretende “periódicamente obtener mayores indicadores prácticos del comportamiento turístico en el destino, por ejemplo, número de visitantes por períodos, eventos especiales, ocupación de establecimientos de alojamiento, gasto promedio, evolución del turismo sostenible, entre otros”. El mismo seguirá parámetros homogéneos a partir del Observatorio Nacional. Su diseño facilitará la obtención de datos relevantes, permitiendo consolidar el desarrollo de la actividad en la Villa de Merlo, estableciendo un espacio que genere investigación continua y pertinente de este fenómeno social, intercambio de experiencias en la relación oferta-demanda, y complementándose con la publicación de boletines informativos de los resultados obtenidos en su accionar.

El trabajo de un observatorio de este tipo debe poseer un equipo técnico de trabajo multidisciplinario y multisectorial, con atención permanente durante todo el año, principalmente en los períodos de mayor demanda, de esta manera se dará respuesta a todos los interrogantes que se planteen.

Objetivo

- Crear un Observatorio Turístico para la planificación y gestión del turismo sostenible en la Villa de Merlo.
- Objetivos específicos
- Planear el desarrollo del Observatorio Turístico
- Establecer tipo de indicadores, datos y contenidos que desarrollará el observatorio turístico
- Proponer la periodicidad de la publicación de cifras (6, 12, 18, 24 meses)

Misión

Generar información veraz, concisa, fiable, comparable y constante en el tiempo para los turistas, prestadores de servicios turísticos, autoridades competentes y al público en general para la adecuada planificación y gestión turística de la Villa de Merlo.

Visión

Ser un destino líder en la investigación, reconocida por la alta calidad de su producción científica, para que las instituciones públicas y privadas del sector turismo, tome las adecuadas y oportunas decisiones para la formulación de estrategias coherentes en el desarrollo turístico del territorio, en el contexto de la sostenibilidad turística y el comercio justo.

• Ubicación Geográfica

La Villa de Merlo se encuentra ubicada en el Valle de Conlara, faldeo occidental de las Sierras de los Comechingones. Limita al noreste con la provincia de Córdoba, al sur con la localidad de Carpintería y al oeste con Santa Rosa del Conlara.

Su ejido municipal está determinado por un círculo de 7,5 km de radio, medido desde la Plaza Sobremonte, abarcando distintas zonas como El Rincón, Cerro de Oro, Piedra Blanca, Barranca Colorada.

Con respecto a la conectividad, la ciudad cuenta con una terminal de ómnibus de larga distancia; el acceso a través de autos particulares desde los principales centros emisores de turismo se encuentra facilitado por autovías y el buen estado de las rutas de la provincia; otro dato de importancia es que Villa de Merlo se ubica a 17 km del Aeropuerto Internacional Valle del Conlara.

• Historia de densidad poblacional

Los primeros registros históricos, desde el siglo XVI, dan cuenta de que casi toda la falda de las Sierras de los Comechingones fue heredada por Tomás Fernández, quien al morir, en el año 1712, cedió un importante sector en capellanía a los Padres Dominicos de San Luis, alrededor de los cuales se fueron asentando los primeros vecinos entre 1720 y 1730.

Durante la etapa de poblamiento, Cuyo dependía de la Capitanía General de Chile. A partir de la creación del Virreinato del Río de la Plata, San Luis pasa a depender de la Gobernación de Córdoba del Tucumán.

En 1794, Juan de Videla visita Piedra Blanca y, al ver que el lugar se propiciaba para fundar una villa, lo comunicó al Marqués de Sobremonte.

Es precisamente desde Córdoba donde parte la orden, un 1° de Octubre para fundar una villa en el paraje de Piedra Blanca, bajo el nombre de Villa de Melo, en honor a Pedro Melo de Portugal, concretando de esta manera una de las últimas fundaciones realizadas por autoridades españolas de la etapa del Virreinato.

El 1 de enero de 1797 se oficializó la fundación.

Durante los años 20 comenzó a desarrollarse la industria turística merlina, la que luego se convertiría en uno de los pilares de la economía local y regional.

Villa de Merlo es la tercera ciudad con mayor población de la provincia, según el último censo nacional del 2010 con más de 17.084. Hoy se estima que ronda los 35.000 mil habitantes.

Desde la primera mitad del siglo XX es uno de los principales destinos del país, también una de las ciudades con mayor crecimiento demográfico (84%) a nivel nacional durante la primera década del siglo XXI.

Hacia fines de los años noventa y los primeros años del nuevo siglo, Villa de Merlo se consolida como el principal destino turístico de la Provincia de San Luis y se posiciona como una marca en el mapa turístico nacional.

• Turismo

La Villa de Merlo se caracteriza por ser uno de los microclimas del mundo, la ciudad con mejor calidad ambiental del país y la tercera con mayor población de la provincia.

Desde la primera mitad del siglo XX es uno de los destinos turísticos más relevantes de la República Argentina y el principal destino turístico de la provincia de San Luis.

La ciudad ofrece numerosas posibilidades de alojamiento tanto en la zona céntrica como en zona de sierra, muchos de ellos con facilidades de acceso a las principales zonas turísticas. Cuenta con 14078 plazas en 427 alojamientos, entre los que se pueden encontrar hoteles de categoría, hosterías, posadas, complejos de cabañas, camping, hostels, departamentos y casas residenciales en alquiler.

Siguiendo con la oferta turística, Merlo posee 15 agencias de viajes habilitadas por el Ministerio de Turismo de la Nación. Algunas de ellas apuntando solo al turismo receptivo; y, otras abarcando un segmento más amplio de mercado, enfocándose al turismo emisivo-receptivo.

En cuanto a la gastronomía, con sus 96 establecimientos, el destino ha sabido tomarla como un atractivo cultural para atraer al turismo.

El turismo activo marca tendencia a nivel mundial y Villa de Merlo no es la excepción. Es por este motivo que el destino ofrece servicios y prestadores conformando así como experiencia turística el Turismo Activo.

En la actualidad cuentan con 30 prestadores, que ofrecen tirolesa, rappel, cuatriciclos, trekking, cabalgatas, travesías 4x4, mountain bike, actividades aéreas, escalada entre otros.

Además posee 50 guías de turismo, de los cuales el 31% son guías especializados; y, el 69% restante son guías urbanos.

Villa de Merlo es tierra del arte, tierra de letras, cuna y refugio de artistas, una ciudad con una gran riqueza cultural, que tiene como principales estandartes al gran poeta Agüero y al Algarrobo Abuelo, además de sus tradicionales festividades como son el Festival Nacional Valle del Sol, la Fiesta de la Dulzura, la fiesta del Mate, y el Encuentro de Pintores Paisajistas. Además el maravilloso entorno natural favorece la práctica de deportes y actividades al aire libre: trekking, senderismo, tirolesa, rappel, escalada, cicloturismo y mucho más.

El Tercer Microclima del Mundo sorprende con sus exquisitos sabores, aromas y texturas. Cuentan con una variada oferta gastronómica, caracterizada por los platos creados con productos regionales que llevan el sello de sus hierbas aromáticas, carnes asadas y preparaciones no tradicionales, acompañadas por exquisitos vinos y cervezas artesanales.

• Marco Conceptual

En la escasa literatura del tema no existen definiciones concretas acerca de que es un observatorio turístico. Este hecho puede deberse a que la palabra “*observatorio*”, por sí misma nos está indicando la focalización de uno o varios temas o sector específico.

El Dr. Torres Bernier¹ indica que “*el observatorio turístico es, ante todo, un informe de coyuntura que, como todos, nos proporciona información sobre un campo concreto de la actividad humana, en este caso, el turismo, que ayuda a la toma de decisiones y al desarrollo del planeamiento*”

De un modo más concreto y a los fines de establecer un marco de referencia más claro y útil a este trabajo, se puede decir que un observatorio turístico es:

1. Un instrumento que ayuda a la toma de decisiones de la iniciativa privada (*empresarios*) y pública (*administraciones*) de un territorio que se identifica como un destino turístico, real o potencial.
2. Un instrumento para controlar los resultados y eficacia de las políticas turísticas y ayudar a su posible corrección.
3. Una base para la elaboración de diagnósticos e informes de los destinos turísticos a los que se aplica.

Una base para la elaboración de modelos de las principales variables turísticas a corto plazo.

Si ensayamos una definición podríamos afirmar entonces que: “un observatorio turístico es un centro de recopilación y procesamiento de datos e información, de la actividad turística, que se utilizarán para la elaboración de informes y documentos, útiles para una coherente toma de decisiones y para la planificación de acciones ya sea del sector público como del privado”

En este sentido, cabe señalar que en la actividad turística se está produciendo una tendencia mundial a la ordenación territorial y al desarrollo económico sustentable, para lo cual juegan un rol muy importante los observatorios turísticos.

Con el fin de fortalecer la capacidad institucional para la gestión de la información y seguimiento, con miras a la adopción de decisiones y políticas, la OMT creó el concepto de Observatorio Mundial del Turismo Sostenible, basándose en la metodología de los indicadores de turismo sostenible, que tienen por objeto facilitar la creación de una red de observatorios a todos niveles, mediante el uso y aplicación sistemática de seguimiento y evaluación y técnicas de gestión de la información, como herramientas clave para la formulación y aplicación de políticas, estrategias, planes y procesos de gestión para un turismo sostenible.

Como resultado, países europeos como España, Italia, Francia y Grecia, incluso en Asia, específicamente en China se han creado observatorios turísticos, en las últimas décadas, en distintas regiones y provincias. También, han comenzado a orientarse en esa dirección países latinoamericanos como México y Perú, porque es difícil imaginar que exista una política turística sería sino está sustentada en una adecuada política territorial.

Teniendo en cuenta las definiciones de observatorio turístico brindadas anteriormente, vemos que uno de los aspectos relevantes es el de la información.

Dadas las propias características de la actividad, el turismo presenta una carencia de información que repercute directa e indirectamente en las decisiones adoptadas, en la elaboración de los planes turísticos, en los costos de las empresas involucradas, en definitiva en la oferta y la demanda global del sector en un determinado territorio.

Hay un aspecto de la teoría de la información que compete a un observatorio turístico y es el de producir información. Esa producción de información tiene un costo y quien la recibe posee ciertamente una ventaja, dado que guarda una utilidad para esa persona u organización.

Las asimetrías informativas en la actividad turística, pueden ser contrarrestadas mediante informes elaborados por un observatorio turístico que comprenda información del mercado, o sea de la oferta y de la demanda con todas sus variantes y contemplando las realidades más relevantes del territorio en cuestión, en este caso la Villa de Merlo, reuniendo la información producida por los distintos actores presentes en él.

En este sentido, queda claro que el rol que juega un observatorio es meramente informativo, o sea recolección, producción y análisis de datos. Luego, elaboración de informes útiles para la toma de decisiones, la elaboración de planes de desarrollo turístico, la implementación de políticas públicas y su posterior control (o feedback) siendo competencia de los actores públicos y privados la adopción de políticas correctivas.

• Estructura

El Observatorio Turístico de la Villa de Merlo, para su adecuado y permanente funcionamiento requiere la siguiente infraestructura:

- **Área Técnica y Administrativa:** esta área comprenderá 3 estaciones de trabajo, donde estarán ubicadas 4 personas, un coordinador técnico y administrativo; y un responsable por cada una de las unidades: metodología (1), información (1), análisis (1).

Cada una de las estaciones de trabajo estará equipada con computadora, teléfono, escritorio, archivadores, sillas, suministro de oficinas, internet banda ancha y adicionalmente habrá una estación donde estará la impresora para los documentos.

- **Área operativa:** esta área estará conformada por los informantes turísticos, quienes recolectarán datos en las distintas oficinas de informes.

Además se sumarán 3 personas que se encargarán exclusivamente a la recolección en puntos estratégicos a determinar.

• Presupuesto

En el siguiente cuadro se detallan los rubros tentativos en los cuales la Municipalidad de la Villa de Merlo debe invertir para que inicie operativamente, en infraestructura tecnológica e insumos para el Observatorio Turístico.

El valor de inversión inicial asciende a: \$

CANTIDAD	PRODUCTO	COSTO APROXIMADO
1	PC HP/DELL. MODELO:6000/780/745/755. PROCESADOR: AMD ATHLON 64 DISCO DURO: 250GB	\$38,900
1	NOTEBOOK ACER ASPIRE 3 MODELO: A315-34-C7RP MEMORIA RAM: 4GB DISCO RIGIDO: 500GB	\$55,999
2	TABLETS ZEGO PANTALLA: 10,1 MEMORIA RAM: 2GB CAPACIDAD: 32GB	\$31,000
TOTAL		\$

En la actualidad, las personas que trabajan en el área administrativa del departamento de Cómputos y Estadísticas de la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos de la Villa de Merlo cuentan con:

- 1 PC BENQ (*perteneciente a la Secretaría*)
- 2 notebook (*equipo personal de las empleadas*)
- 5 tablets

Funciones

- Relevar, sistematizar y analizar datos vinculados al turismo para la toma de decisiones estratégicas.
- Generar información confiable, periódica y accesible para el diseño y evaluación de políticas públicas turísticas.
- Proveer insumos estadísticos y analíticos a todas las áreas de la Secretaría.
- Diseñar y ejecutar relevamientos sobre oferta, demanda, perfiles de turistas, estacionalidad y empleo.
- Implementar encuestas y dispositivos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos.
- Mantener actualizado el registro de prestadores turísticos.
- Elaborar reportes estadísticos mensuales, estacionales y anuales.
- Analizar tendencias, comportamientos de la demanda y niveles de satisfacción.
- Realizar diagnósticos territoriales para identificar problemáticas o potencialidades.
- Medir el impacto de programas, eventos y políticas públicas.
- Aportar datos para informes institucionales y proyectos de planificación. Publicar informes y estadísticas en formatos accesibles a la comunidad.

Redes y comunicación

- Diseñar e implementar estrategias de comunicación institucional y promocional del destino.
- Administrar la presencia digital del destino turístico de Merlo y sus canales oficiales.
- Generar contenidos coherentes con la identidad turística local, con enfoque en la sostenibilidad, diversidad y accesibilidad.
- Administrar redes oficiales de turismo (Instagram, Facebook, X, TikTok, etc.).
- Programar y publicar contenidos turísticos informativos, promocionales y de interés general.
- Interactuar con usuarios, responder consultas y derivar información a las áreas correspondientes.
- Crear piezas gráficas, audiovisuales y multimediales para la promoción de atractivos, servicios y actividades.
- Fortalecer la identidad visual e institucional en todos los canales de comunicación.
- Documentar y comunicar las actividades desarrolladas por la Secretaría (*capacitaciones, ferias, congresos, etc.*).
- Coordinar la cobertura de eventos turísticos y culturales.
- Elaborar gacetillas, notas de prensa y materiales de difusión institucional.
- Generar contenido vinculado a los datos producidos por el Observatorio Turístico.
- Apoyar campañas conjuntas con otros organismos, instituciones y prestadores

En los períodos en que ha estado en funcionamiento, el Observatorio Turístico de la Villa de Merlo ha cumplido un rol esencial como espacio técnico de producción y análisis de información. Su objetivo principal es generar conocimiento sistemático sobre la actividad turística del destino, integrando múltiples variables y aportando insumos valiosos tanto para la gestión pública como para el sector privado.

El observatorio ha trabajado en colaboración con otras áreas municipales, organismos provinciales, universidades y actores del sector turístico. Sus productos incluyen informes periódicos de ocupación, perfiles de visitantes, informes de coyuntura, informes especiales (como impacto de eventos o análisis de estacionalidad) y boletines informativos.

La continuidad y fortalecimiento del Observatorio Turístico forma parte de los objetivos estratégicos de la Secretaría, con el propósito de consolidar una herramienta institucional permanente que aporte al desarrollo sustentable del destino.

El seguimiento de indicadores es una práctica que permite evaluar el desempeño de la Secretaría en sus distintas áreas de trabajo. Para ello, se han definido indicadores específicos vinculados tanto al comportamiento turístico como al accionar de la gestión pública.

Algunos de los indicadores monitoreados incluyen:

- Nivel de ocupación hotelera por temporada
- Cantidad de visitantes por mes y por evento
- Distribución geográfica del origen de los turistas
- Número de consultas atendidas en oficinas de informes
- Participación en ferias y campañas promocionales
- Avance de proyectos y programas
- Actividades de capacitación realizadas
- Inversión pública y privada en el sector turístico

La sistematización de estos indicadores permite llevar un registro histórico, medir avances en los distintos períodos de gestión y generar información útil para rendir cuentas a la ciudadanía, ajustar estrategias y proyectar acciones futuras con base en datos objetivos.

ENCUESTAS INFORMANTES

SEGÚN EL OBSERVATORIO DE CONDUCTAS TURÍSTICAS, LAS PALABRAS MÁS MENCIONADAS POR EL TURISTA SON:



VILLA DE MERLO 2025

james.davidson.dg@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Sexo

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiero no decirlo

ENCUESTAS OR

ENCUESTAS QR

ENCUESTAS QR

ENCUESTA

EXPECTATIVA

VS REALIDAD

EXPECTATIVAS PREVIAS

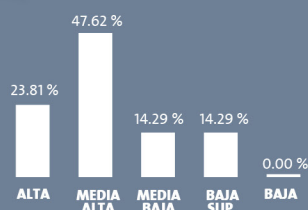
- BELLEZA NATURAL del lugar, CALIDAD de la GASTRONOMÍA LOCAL y HOSPITALIDAD DE LOS RESIDENTES.
- DISPONIBILIDAD de ACTIVIDADES RECREATIVAS e INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.
- Villa de Merlo como DESTINO ACCESIBLE ECONÓMICAMENTE.

REALIDAD EXPERIMENTADA

- La BELLEZA NATURAL fue valorada POSITIVAMENTE por los turistas, SUPERANDO EXPECTATIVAS. Hubo una DISCREPANCIA SIGNIFICATIVA entre las expectativas y la realidad sobre la CALIDAD y VARIEDAD DE GASTRONOMÍA LOCAL relacionada con la propuesta VEGETARIANA, CELÍACA Y VEGANA. La INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA fue percibida como ADECUADA, aunque algunos turistas expresaron PREOCUPACIONES sobre la CONGESTIÓN y la FALTA DE SERVICIOS, mencionando los servicios de TRANSPORTE PÚBLICO.
- También se manifestó la DIFICULTAD para ENCONTRAR CALLES y el ESTADO DE LAS MISMAS, sobre todo cuando llovía.

NIVEL

SOCIOECONÓMICO





Encuesta informantes



Encuesta alojamientos



Encuesta contingentes



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

[illegible]



ESCANEA Y
ACCEDE
ANUARIO
2024-2025

EQUIPO DE INFORMANTES Y GUARDIA TURÍSTICA

Nuestros informantes son la primera cara que recibe al visitante. Con formación continua en hospitalidad, patrimonio y accesibilidad, ofrecen información actualizada sobre atractivos, servicios y normas de cuidado ambiental. Registran consultas para el Observatorio y representan los valores de cordialidad y profesionalismo que distinguen a la Villa de Merlo.

La Guardia Turística amplía la cobertura institucional fuera del horario administrativo y en picos de afluencia. Atiende emergencias, deriva reclamos y garantiza la presencia municipal en territorio durante fines de semana, feriados y eventos masivos. Su labor coordinada con Seguridad, Salud y Defensa Civil refuerza la confianza del visitante y la comunidad.

- Brindar atención personalizada, cordial y eficiente a turistas y visitantes.
- Ofrecer información actualizada, precisa y completa sobre el destino, sus atractivos, servicios y actividades.
- Actuar como primeros embajadores del destino, reflejando los valores de hospitalidad, identidad y sostenibilidad.
- Asistir a turistas en la búsqueda de información sobre alojamiento, gastronomía, circuitos, transporte, actividades culturales y recreativas.
- Ofrecer recomendaciones responsables sobre el uso del entorno natural, prácticas seguras y sitios habilitados.
- Atender consultas presenciales, telefónicas, por redes sociales o correo electrónico.
- Comunicar al equipo de Dirección cualquier inconsistencia, reclamo o cambio detectado en la información turística.
- Desempeñar funciones en stands móviles, ferias, festivales y actividades organizadas por la Secretaría o en conjunto con otras áreas.
- Brindar orientación durante eventos masivos y campañas turísticas especiales.
- Llevar registros sistemáticos de consultas frecuentes, volúmenes de atención, nacionalidad de los visitantes y otras variables útiles.
- Colaborar con el Observatorio Turístico para la producción de datos.
- Participar de capacitaciones internas en hospitalidad, accesibilidad, historia local, primeros auxilios, idiomas, entre otros temas.
- Aplicar buenas prácticas en atención al público y comunicación inclusiva.

El proceso de atención al turista tiene como finalidad principal brindarle a cada visitante toda la información necesaria para que su estadía en el municipio sea lo más completa, cómoda y satisfactoria posible. Esta tarea se lleva a cabo principalmente en la Oficina de Informes Turísticos, donde un equipo capacitado ofrece asistencia personalizada a lo largo de todo el año.

La atención comienza en el momento en que el turista toma contacto con el área de turismo, ya sea de forma presencial, telefónica, por correo electrónico, o a través de las redes sociales. Desde ese instante, el personal se encarga de acompañar al visitante, resolver sus dudas y facilitarle recursos útiles como folletería, mapas, planos de la ciudad y otros materiales que pueden ser tanto físicos como digitales. Además, toda esta información se encuentra permanentemente disponible en la página web oficial del municipio y en sus redes sociales, como Facebook e Instagram, lo que permite que los turistas puedan acceder a ella antes, durante o después de su visita.

Este servicio está disponible de forma continua durante todo el año, en un amplio horario que va desde las 8:00 hasta las 20:00 horas. La prestación está a cargo del equipo de la Secretaría de Turismo, que se ocupa de garantizar que cada persona que se acerque —sin importar el medio por el que lo haga— reciba una atención cálida, clara y eficiente. Una vez finalizado el contacto, y como parte del proceso de mejora continua, se invita al turista a responder una breve encuesta de satisfacción. A través de esta herramienta, el área de turismo evalúa tanto la calidad del servicio brindado como el nivel de satisfacción general de los visitantes, lo que permite ajustar y perfeccionar la atención en función de las respuestas obtenidas.

En líneas generales, los turistas se retiran conformes y con toda la información necesaria para disfrutar del destino. Este proceso, aunque centrado en el visitante, también impacta positivamente en los vecinos del municipio, quienes se ven beneficiados por el fortalecimiento de la identidad turística de la comunidad y la mejora constante de los servicios de información.

Indicadores: Resultados de encuestas de satisfacción.

Tiempo mínimo de dedicación por turista: 10 min

Con el objetivo de fortalecer la gestión turística del destino y garantizar un desarrollo armónico y competitivo, resulta fundamental establecer de manera clara los estándares de calidad, sostenibilidad y accesibilidad que regirán los procesos clave de la actividad turística en la Villa de Merlo.

Los ejes principales que guiarán esta estandarización son:

- **Calidad:** orientación al visitante, mejora continua, atención personalizada, profesionalización del personal, satisfacción del cliente.

- **Sostenibilidad:** gestión eficiente de recursos, preservación del patrimonio natural y cultural, minimización del impacto ambiental, participación comunitaria.
- **Accesibilidad:** eliminación de barreras físicas, comunicacionales y actitudinales, señalética inclusiva, formación en atención accesible, diseño universal.

Estándar de Accesibilidad:

Garantizar el acceso universal a la información turística para todas las personas.

- Disponibilidad de folletería
- Alternativa o complemento digital a través de códigos QR, que permitan acceder a información desde el celular.
- Disposición de pictogramas y señalética con lenguaje claro y diseño universal.
- Capacitación al personal en atención inclusiva y trato adecuado a personas con discapacidad.

Estándar Ambiental:

Reducir el impacto ambiental derivado de la actividad informativa.

- Fomentamos el uso de materiales digitales mediante tablets, pantallas informativas y envíos por correo electrónico o WhatsApp.
- Buscamos minimizar la impresión de folletería y utilizar papel reciclado o certificado cuando sea necesario.
- Promovemos el uso de mapas interactivos y herramientas online como Google Maps o aplicaciones turísticas del destino.

Estándar de Calidad:

Ofrecer una atención eficiente, profesional y orientada al visitante.

- Tiempo de espera máximo de 10 minutos por persona en los Centros de Informes.
- Atención personalizada y cordial, brindada por personal capacitado.
- Registro diario de consultas para analizar demanda e intereses.
- Evaluación periódica del servicio mediante encuestas de satisfacción.

Comunicación al personal:

La correcta implementación de los estándares requiere que el personal esté informado y comprometido.

Realizamos reuniones periódicas con los equipos de atención para reforzar criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad. Además brindamos capacitaciones regulares en temas clave como hospitalidad, accesibilidad, idiomas y manejo de herramientas digitales.

Procedimiento ¿Cómo actuar cuando llegan más de cinco personas a pedir informes?

En nuestras oficinas de atención turística, el turista es el centro de atención y nuestra misión es brindarle la información necesaria, facilitarle las herramientas y conocimientos para que puedan recorrer la ciudad. Nuestro objetivo no es solo brindar información, sino que cada persona que nos visita se lleve una experiencia positiva desde el primer contacto.

La manera en la que damos informes está pensada para ser clara, ordenada y sobre todo que sea una atención personalizada donde el turista se sienta bien atendido y bien recibido. Cuando recibimos al turista, nos tomamos el tiempo de escuchar con atención, mantener contacto visual y ofrecer información personalizada según sus intereses, tiempo disponible y medios de transporte. A través de preguntas clave como si es su primera vez en Merlo, cuántos días se quedan o si cuentan con movilidad, ajustamos nuestras recomendaciones para que cada experiencia en la ciudad sea única y puedan conocer todo lo que nuestra ciudad tiene para ofrecerles.

Nuestro rol como informantes es recibir al turista, brindarles confianza acerca de la ciudad, que se sienta bien recibido sabiendo que estamos felices por su visita y que realmente nos importa que su visita por la ciudad sea agradable, para eso intentamos transmitir confianza, calidad y la información necesaria para que comiencen a descubrir Merlo.

Cuando la demanda crece y llegan varios visitantes al mismo tiempo, consultamos si todos buscan información general de la ciudad. Si es así, brindamos una explicación común para que todos partan con la misma base informativa: usamos mapas, señalamos circuitos, damos indicaciones de como llegar y tratamos de ser lo más descriptivos posibles para que el turista quiera visitar ese lugar. Luego de la explicación general, procedemos a darles un mapa a cada persona o grupo familiar y les preguntamos si desean saber algo más o tienen alguna duda puntual. También destacamos y recomendamos el uso de la página web como una guía ilustrativa y apoyo donde verán toda la información de Merlo, a su vez nos quedamos a disposición y les ofrecemos el servicio de atención por whatsapp en caso de que les haya quedado dudas o quieran saber algo más.

Si el grupo es un grupo muy grande y no pueden ingresar todos, el informante sale al acceso de la oficina donde todos puedan verlo y escucharlo. Cuando hay demasiada gente intentamos resumir la información pero sin omitir datos importantes, y reforzando lo explicado con herramientas útiles como nuestra página web, el whatsapp y folletos.

Si llega más gente mientras ya estamos atendiendo, observamos de reojo si hay personas esperando afuera (sin dejar de atender a quien ya le estamos dando un informe), y les hacemos saber con una mirada o un gesto que su presencia no pasa desapercibida. Cuando es necesario, reducimos el tiempo de cada informe pero sin dejar de ofrecer la información correspondiente.

Sabemos que una buena atención no solo resuelve dudas, sino que puede influenciar la forma en que el turista visita la ciudad, que puede orientar una decisión o incluso mejorar el recuerdo que se llevarán de su paso por Merlo. Por eso, además de dar información contamos nuestras experiencias en cada lugar y el porqué deben visitarlo desde lo emotivo intentando transmitir la verdadera esencia de Merlo. También nos parece importante hacerle saber al turista que estamos para ayudarlo durante toda su estadía y que lo seguimos acompañando desde el celular con horarios, mapas o recomendaciones actualizadas.

Comprendemos que cada visitante merece sentirse bienvenido, valorado y acompañado. Y que detrás de cada recomendación, hay una intención clara: que vivan Merlo de la mejor manera posible.

Sistema para reclamos, sugerencias y grado de satisfacción

Desde la Municipalidad de la Villa de Merlo se considera fundamental contar con un sistema estructurado y accesible que permita conocer de manera continua el grado de satisfacción de los turistas que visitan el destino, así como atender de forma eficaz los reclamos y sugerencias que puedan surgir tanto de visitantes como de vecinos y vecinas de la comunidad local.

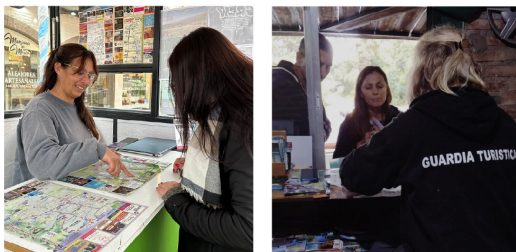
Este sistema debe contemplar la implementación de mecanismos diversos para la recolección de opiniones, como encuestas presenciales y digitales, formularios breves al momento de la atención, buzones físicos en espacios estratégicos (*por ejemplo, Centros de Informes Turísticos*), y plataformas virtuales como formularios web o canales de mensajería institucional.

Paralelamente establecemos canales específicos para la recepción de reclamos o sugerencias, tales como correo electrónico oficial, líneas telefónicas o de mensajería, y puntos de contacto presenciales en dependencias municipales vinculadas a turismo. Todos estos canales deben estar claramente comunicados y disponibles tanto para visitantes como para residentes.

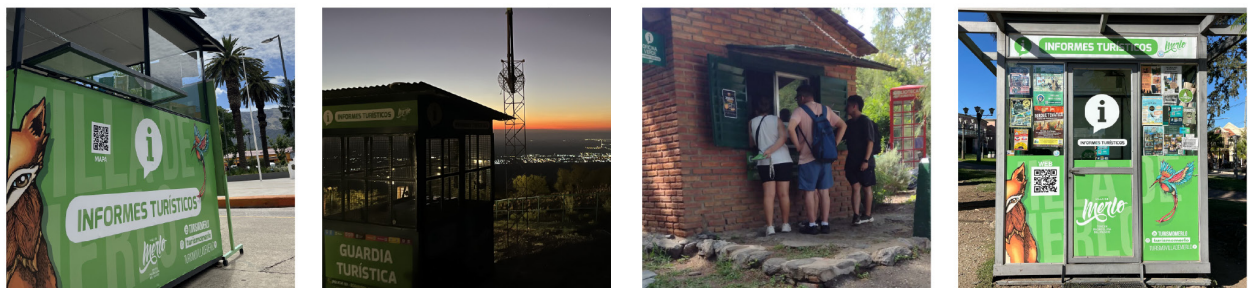


CANALES

- Correo electrónico institucional.
- Teléfono o WhatsApp oficial de Turismo.
- Formulario web.
- Redes sociales institucionales
(usadas con criterio).



PUESTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



TURISMO RELIGIOSO

El Área de Turismo Religioso propone la puesta en valor de templos, festividades y circuitos espirituales como parte del patrimonio intangible Merlino. Trabaja codo a codo con parroquias y comunidades de fe para crear experiencias respetuosas que combinan historia, cultura y contemplación. Este producto diversifica la oferta y fomenta el turismo cultural responsable.

Proyecto: Turismo Religioso

Análisis:

El Turismo Religioso es una actividad tan antigua como el mundo, comienza en la Edad Media con las distintas peregrinaciones icónicas como la Meca, Jerusalén, Santiago de Compostela y Roma. Un viaje motivado por la fe, la espiritualidad, la devoción o el interés por conocer el patrimonio de arte sacro que incluye todos los credos de interés turístico. Según la OMT (Organización Mundial de Turismo) anualmente 300 millones de personas se desplazan por motivos religiosos. En Argentina el Turismo Religioso es uno de los nichos del mercado en crecimiento, considerado como un fenómeno tanto social como económico, ya que es una fuente de ingresos considerables, es un producto que hace tiempo se encuentra en pleno desarrollo. En el país existe un patrimonio religioso muy variado y valioso que está a la altura de los principales sitios del mundo, para descubrir y disfrutar.

En la Villa de Merlo esta actividad comienza en el 2009 cuando es sede del Primer Congreso Internacional de Turismo Religioso en la Argentina.

La importancia de seguir el camino del desarrollo en Villa de Merlo es porque tiene un gran potencial el mismo, cuenta con una cantidad y variados recursos referidos a esta temática, al ser el principal destino turístico de la provincia de San Luis y aún conserva su encanto de pueblo, su mayor riqueza está representada por la Capilla de Nuestra Señora del Rosario del 1700 como también las imágenes de su interior, declarada Monumento Histórico Nacional. Esto nos habla del arraigo de su población a la veneración y celebraciones de las fiestas de sus santos.

El presente proyecto pretende visibilizar el patrimonio religioso y todos los valores referidos a las tradiciones, costumbres, arquitectura que hace a la identidad religiosa merlina.

Objetivo General

Poner en valor el departamento de Turismo Religioso, generando programas, proyectos y acciones que posicionan a la Villa de Merlo en este segmento turístico.

Objetivos Específicos

- Desarrollar rutas vinculadas a lo interreligioso.
- Generar eventos y acciones que contribuyan a la integración regional.
- Desarrollar un plan de señalética y material gráfico necesario para la difusión con la información necesaria.

Público destinatario:

- **Turistas:** Los turistas podrán visitar los distintos lugares, independientemente de sus creencias y encontrarse con la historia, arquitectura y tradiciones de la Villa de Merlo, con celebraciones con mucho arraigo en su población.
- **Vecinos:** Los vecinos podrán recorrer y revivir y en algunos casos recién conocer las distintas historias que contienen cada Capilla, a través de las distintas celebraciones que cada sitio.
- **Escuelas:** Los alumnos de las distintas escuelas podrán acceder a conocer estos sitios, que forman parte de la historia e idiosincrasia de la Villa de Merlo.

Desarrollo del Proyecto

El presente proyecto se ejecutará con las siguientes acciones.

▪ La Ruta de la Fe Católica.

La ruta está integrada por Capillas, Oratorio y Gruta al ingreso de cada sitio se colocó cartelera inclusiva con información, que contiene un video con reseña de datos y características específicos del lugar, como fecha de construcción, celebración de su Santo y otras a la cual se accede por un código QR donde también se encuentra con lenguaje de señas.

▪ La ruta de fe Evangélica

La Ruta de la Fe Evangélica, tiene la misma modalidad que la Ruta de la Fe Católica, con cartelera inclusiva en cada templo, que contiene la información correspondiente a ese sitio, cargada a los códigos QR con video y lenguaje de señas, conocer y difundir las características de esta ruta como también poder conocer y participar de las distintas celebraciones.

▪ Encuentro de las Patronas

Se busca la integración regional, invitando a las Patronas y Patronos de los pueblos vecinos a participar de este encuentro, un intercambio religioso cultural, que seguramente atraerá a muchos visitantes-turistas, donde también estará presente otras manifestaciones culturales como la música y la danza.

Áreas municipales que participan en el desarrollo de estos proyectos, son área de Diseño, en la imagen del proyecto, Obras y Servicios Públicos, con la colocación de la cartelera, Prensa con la difusión, programación de notas.

Presupuesto

Para la ruta de la Fe Evangélica necesitamos un presupuesto

- 45000\$ aproximadamente para cartelería
- 12.000\$ Videos
- 5.000\$ traducción en señas
- Una bolsa de cemento y arena
- Para el Encuentro de las Patronas
- A cotizar

Funciones

- Promover, ordenar y valorizar las manifestaciones de fe, espiritualidad y religiosidad presentes en el territorio como parte del patrimonio cultural intangible de Merlo.
- Diseñar productos turísticos sostenibles y respetuosos de las tradiciones y creencias locales.
- Fomentar el conocimiento y la experiencia de los visitantes en torno al patrimonio religioso y espiritual del destino.
- Identificar y sistematizar templos, capillas, ermitas, cruces de montaña, grutas, imágenes y otros elementos del patrimonio religioso local.
- Relevar celebraciones, procesiones, fiestas patronales y prácticas devocionales con potencial turístico-cultural.
- Generar fichas técnicas, audiovisuales y materiales de difusión patrimonial
- Crear circuitos turísticos que incluyan visitas guiadas a templos y sitios religiosos, recorridos temáticos y experiencias de espiritualidad.
- Incorporar relatos históricos, culturales y simbólicos que aporten valor a la interpretación turística.
- Articular con guías y agencias para su incorporación como producto turístico.
- Coordinar acciones con parroquias, congregaciones y referentes religiosos para garantizar el respeto y la colaboración mutua.

- Promover el diálogo interreligioso y la participación comunitaria en la construcción del producto
- Acompañar la organización y promoción de festividades religiosas de interés turístico
- Facilitar la difusión de actividades litúrgicas o espirituales abiertas al público.
- Promover la convivencia respetuosa entre el turismo y la práctica de la fe.
- Impulsar buenas prácticas en el uso turístico de espacios religiosos (*aforos, horarios, normas de conducta*).
- Colaborar con la preservación material y simbólica de los sitios y expresiones religiosas.
- Capacitar al personal turístico sobre sensibilidad cultural y diversidad espiritual.
- Elaborar materiales gráficos, audiovisuales y digitales sobre turismo religioso.
- Incluir el producto en campañas promocionales, ferias y canales oficiales.



LOGÍSTICA

Asegura que cada iniciativa—desde una feria hasta una campaña de concientización—cuenta con infraestructura, insumos y soporte técnico adecuados. Gestiona inventarios, traslados, montaje de stands y mantenimiento de equipos, aplicando criterios de sostenibilidad y eficiencia. Su acción silenciosa pero decisiva hace posible que la Secretaría llegue a tiempo y en forma a cada rincón de la Villa de Merlo.

- Planificar, organizar y ejecutar tareas operativas vinculadas a eventos, campañas, capacitaciones, ferias, traslados, señalética y distribución de materiales.
- Brindar soporte logístico integral a todas las áreas de la Secretaría en acciones territoriales, institucionales y promocionales.
- Garantizar el funcionamiento eficaz y ordenado de recursos físicos, técnicos y humanos en cada actividad.
- Coordinar el armado y desarme de stands, carpas, puestos móviles y señalización en eventos institucionales, ferias y campañas.
- Asegurar la provisión de insumos, materiales gráficos, equipamiento técnico y mobiliario necesario.
- Colaborar en la gestión de permisos, traslados, montajes y requerimientos especiales
- Llevar inventario actualizado de recursos físicos y técnicos (*carpas, banners, folletería, mesas, sillas, parlantes, herramientas, etc.*).
- Realizar mantenimiento básico y conservación del equipamiento institucional.
- Brindar apoyo logístico en operativos especiales: campañas de concientización, encuestas, promoción en la vía pública, etc.
- Asegurar la movilidad y disposición de recursos durante la realización de actividades en zonas alejadas o rurales.
- Coordinar tareas conjuntas con otras secretarías municipales (*Ambiente, Obras Públicas, Cultura, etc.*) para garantizar la operatividad de eventos o intervenciones.
- Servir como nexo entre la planificación técnica y la ejecución material de las acciones.
- Colaborar en la logística de cursos, talleres y capacitaciones (*armado de salas, materiales, soporte técnico, refrigerios, etc.*).
- Asegurar que cada actividad se desarrolle en condiciones óptimas y seguras.
- Participar activamente en la planificación y despliegue logístico de operativos de verano, fines de semana largos, ferias y fiestas populares.

Capítulo 2

CONVENIOS Y PROYECTOS

La Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo ha sostenido a lo largo de su gestión un enfoque estratégico en la planificación, ejecución y seguimiento de programas y proyectos que contribuyen al desarrollo integral del destino. Esta área de trabajo se caracteriza por su dinamismo y transversalidad, ya que articula con diversas dimensiones del turismo, desde la infraestructura y el acompañamiento al sector privado, hasta la inclusión social y la sostenibilidad.

Los programas y proyectos impulsados han respondido tanto a demandas estructurales como coyunturales, priorizando siempre la mejora continua de la experiencia turística y la calidad de vida de los habitantes. En este sentido, se ha trabajado en proyectos de señalética turística, embellecimiento urbano, capacitación de recursos humanos, fortalecimiento de la identidad local y mejora de servicios públicos vinculados al turismo.

Asimismo, la planificación de programas se ha vinculado con la búsqueda de financiamiento externo, a través de la presentación de propuestas en convocatorias provinciales y nacionales, como también con organismos multilaterales. Esto ha permitido ejecutar acciones con impacto territorial significativo y con una visión de mediano y largo plazo.

Durante los períodos de gestión se ha buscado consolidar una cartera de proyectos estratégicos, algunos de carácter permanente, y otros con objetivos específicos acotados en el tiempo, como las acciones de reactivación turística post pandemia o proyectos piloto vinculados a la innovación digital.

El área de Programas y Proyectos también cumple un rol clave como articuladora con otras secretarías municipales, como Obras Públicas, Cultura, Ambiente o Producción, generando un enfoque integral que reconoce al turismo como una actividad transversal que necesita del trabajo colaborativo para alcanzar sus objetivos.

CONVENIOS INSTITUCIONALES

Articulación estratégica para el desarrollo turístico local

La firma de convenios constituye una herramienta fundamental para la consolidación de políticas públicas de mediano y largo plazo. Desde la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de la Villa de Merlo se ha promovido activamente la celebración de convenios de cooperación, colaboración, asistencia técnica y formación con organismos públicos, universidades, cámaras, asociaciones civiles y municipios de todo el país.

Justificación general

Los convenios permiten:

- Ampliar capacidades institucionales, a través del intercambio de saberes, recursos y experiencias.
- Formalizar relaciones de cooperación con actores clave del ámbito turístico, educativo, cultural y económico.
- Facilitar el acceso a programas de financiamiento, formación o promoción.
- Promover acciones conjuntas, como capacitaciones, investigaciones, eventos o actividades específicas.
- Fortalecer la proyección regional y nacional de la Villa de Merlo como destino turístico sostenible y articulado.
- Estos acuerdos son parte de una estrategia de gestión asociada que entiende que el turismo es una construcción colectiva.



Dos de los convenios destacados fueron firmados en 2024 uno con la Facultad de Turismo y Urbanismo (FTU) de la Universidad Nacional de San Luis, con el objetivo de fomentar la vinculación entre el ámbito académico y la gestión turística local. Y el otro con la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica (AEHGA) y la Secretaría, en beneficio de ambas instituciones.

El convenio incluye:

- **Prácticas profesionales supervisadas de estudiantes de turismo.**
- **Capacitaciones y asistencia técnica para el equipo municipal.**
- **Relevamientos conjuntos y diseño de productos turísticos.**
- **Desarrollo de diagnósticos y planes estratégicos para el destino.**

El convenio con la AEGHA incluye:

- **Ciclos de capacitación, jornadas, talleres, difusión y publicidad.**
- **Acciones que faciliten la inserción de la comunidad en el ámbito turístico.**
- **Participación de estudiantes y futuros profesionales en actividades prácticas, en el marco del Programa de Capacitación Turística (PROCATUR).**
- **Las actividades se certificarán mediante resoluciones de asistencia y/o aprobación.**

La firma del Convenio Específico entre la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos de la Municipalidad de Villa de Merlo y la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica (AEHGA) representa un paso fundamental para fortalecer el desarrollo turístico local a través de la capacitación profesional. Este acuerdo no sólo formaliza un espacio de trabajo conjunto entre el sector público y privado, sino que también garantiza la calidad de las acciones formativas mediante la participación de profesionales especializados de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), a la cual AEHGA está asociada.

FEHGRA es la entidad de mayor representatividad del sector hotelero y gastronómico a nivel nacional, lo que asegura que los contenidos, metodologías y estándares de capacitación estén alineados con las últimas tendencias y exigencias del mercado turístico. A través de este convenio, la comunidad de Merlo, los emprendedores locales y los futuros profesionales tendrán acceso a programas de formación de excelencia, directamente impartidos por expertos de reconocida trayectoria.

Esta alianza estratégica potencia la profesionalización del destino, favorece la competitividad de la oferta turística y promueve un modelo de desarrollo sustentable, donde el conocimiento y la actualización permanente se convierten en herramientas clave para mejorar la calidad de los servicios y fortalecer la identidad turística de Villa de Merlo.



CONVENIOS REALIZADOS:

- CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE LA RED FEDERAL DE TURISMO DEPORTIVO, LA MUNICIPALIDAD DE LA VILLA DE MERLO, LA FACULTAD DE TURISMO Y URBANISMO (FTU) DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS, CIUDADES DEPORTIVAS
- CONVENIO ESPECÍFICO entre MUNICIPIOS de “TRASLASIERRA”, “COSTA DE LOS COMECHINGONES”, y “SIERRAS DEL SUR” de la provincia de SAN LUIS y la provincia de CBA
- CONVENIO MARCO DE COLABORACIÓN TURÍSTICA entre la “CIUDAD DE BUENOS AIRES” y la “MUNICIPALIDAD DE VILLA DE MERLO - SAN LUIS”
- CONVENIO DE COLABORACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA ENTRE EL GOBIERNO DE LA REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO DE CHILE Y EL MUNICIPIO DE VILLA DE MERLO SAN LUIS.
- CONVENIO ESPECÍFICO ENTRE LA MUNICIPALIDAD DE LA VILLA DE MERLO Y LA FAEVYT
- CONVENIO ESPECÍFICO entre la GOBERNACIÓN DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA, la “MUNICIPALIDAD DE VILLA DE MERLO” y la “SECRETARÍA DE TURISMO” DE VILLA DE MERLO - SAN LUIS
- CONVENIO ESPECÍFICO Entre la provincia de San Luis y la provincia de Córdoba. Departamento de Calamuchita
- Entre el Gobierno de la Región Metropolitana de Santiago de Chile y el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, Argentina.
- CONVENIO ESPECÍFICO entre la “ASOCIACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA VILLA DE MERLO” y la “SECRETARÍA DE GESTIÓN, CALIDAD Y PRODUCTOS TURÍSTICOS” de la MUNICIPALIDAD DE VILLA DE MERLO - SAN LUIS

El presente acuerdo tiene como objetivo principal desarrollar y promover actividades conjuntas entre la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Afines (AEHGA) y la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de la Villa de Merlo, en beneficio de ambas instituciones y de toda la comunidad.

Las acciones previstas se fundamentan en la necesidad de fortalecer la integración y la cooperación mutua, impulsando un desarrollo armónico, sustentable y competitivo. Tanto la Asociación como la Secretaría actúan como agentes estratégicos de la gestión turística de la Villa de Merlo, y comparten el compromiso de generar espacios de formación para emprendedores locales, estudiantes y vecinos interesados en el sector. Estos espacios estarán orientados a la capacitación, actualización de conocimientos y mejora de competencias, favoreciendo también la inserción laboral de futuros profesionales.

En este marco, se prevé la realización de diversas actividades, como ciclos de capacitación, jornadas, talleres, acciones de difusión y promoción, y otras propuestas que ambas partes acuerden. Todas estarán alineadas con los objetivos del Programa de Capacitación Turística (PROCATUR) y podrán llevarse a cabo en espacios previamente definidos por ambas instituciones.

Asimismo, el convenio contempla la posibilidad de acceder a instancias de formación dictadas por reconocidos profesionales y especialistas provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y otras plazas turísticas relevantes del país. Esta iniciativa permitirá enriquecer los contenidos y metodologías de trabajo, brindando a los participantes una visión más amplia, actualizada y competitiva del sector turístico.

Las actividades realizadas serán certificadas mediante resoluciones que acrediten la asistencia y/o aprobación de las instancias formativas, contribuyendo así a la profesionalización continua del destino.

- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Salta
- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Termas de río Hondo
- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Jujuy
- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Catamarca
- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Puerto Iguazú
- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Mendoza
- Entre el Municipio de la Villa de Merlo, San Luis, y la Municipalidad de Río Cuarto

PROYECTOS CONCRETADOS

Proyecto: Puesta en valor del Azud

Análisis:

La Villa de Merlo, en la búsqueda de nuevos sectores que enriquezcan la oferta turística pero que a su vez cumplan con la función de poder educar in situ a los visitantes sobre la preservación de las especies autóctonas la importancia del contacto ambiental la fauna y la avifauna conjugando con los servicios básicos de embellecimiento y confort es que vemos en el Azud de Piedra Blanca un lugar potencialmente viable para cumplir los objetivos que nos proponemos.

El Azud de Piedra Blanca antiguo paso de servidumbre y reservorio para el riego de las quintas es un lugar abandonado y disputado por diferentes vecinos hasta que finalmente el Intendente Municipal Dr. Juan José Álvarez Pinto toma la decisión de buscar la sustentabilidad el cuidado y el desarrollo de la Azud. Encargando a las diferentes áreas de la Municipalidad de la Villa de Merlo la tarea de sumar la visión y misión de cada sector.

Objetivos generales

Generar nuevos espacios para la recreación y vida al aire libre de nuestros turistas y vecinos.

Objetivos específicos

Implementar y optimizar el uso del espacio natural en cuestión de manera sustentable.
Generar nuevas fuentes laborales.
Preservar las especies nativas y el medio ambiente.

Fundamentos y Justificación

La visión desde la Secretaría de Gestión Calidad y Productos Turísticos es conjugar tres áreas:

- Vía Lucís
- Senderismo Azud
- Cuidado medioambiental



El Vía Lucís comienza en av. 2 Venados y el Pantanillo, con sus estaciones realizadas en madera de quebracho y una imagen enmarcada con vidrio requiere de una puesta en valor de las 14 estaciones que terminan en la loma de la Azud, la sugerencia de la puesta en valor es podar los árboles que rodean a cada imagen, generar canteros con granito blanco y una reja circular. Estas 14 estaciones en su mayoría ubicadas en el acceso, le darán vida a dicho camino como así también la difusión al turismo de la fe en un marco natural. En la loma que se encuentra frente al Azud está el Cristo crucificado y las últimas estaciones, que se deberían separar a lo largo de dicha loma.

En av. 2 Venados y la entrada al Azud (pasando la casa de té) se deberá colocar un arco de madera con el nombre del lugar, bienvenida y las recomendaciones (1° parte), además de la instalación de una garita de informes turísticos a la que se le incorpore una de las bibliotecas turísticas (2° parte)

Senderismo en el Azud accediendo en auto por la entrada principal se fijarán dos playas de estacionamiento una en el ingreso hacia el este (frente a la casa de té) capacidad para 50 autos y otro en el ángulo noreste con capacidad para 50. Para los autos que trasladen personas con discapacidad o capacidad reducida se fija el segundo playón de estacionamiento para tener mejor accesibilidad, instalaremos una batería de baños incluyendo uno exclusivamente accesible. En ambos estacionamientos colocaremos dos juegos de tachos (residuos húmedos- residuos secos) (1° etapa).

El punto de inicio del sendero que denominaremos de las leyendas comienza en la parte superior del azud donde instalaremos a la entrada un cartel con mapa del recorrido, dificultad, código QR con video explicación en castellano, inglés, título en braille y título en lenguaje de señas en dicho acceso se colocarán barandas de madera de ambos lados hasta llegar al sector este donde ubicaremos, un muelle, 5 sombrillas con mesa y bancos fijos, en el extremo sur del mencionado sector se continuará con el sendero de las leyendas con barandas de ambos lados, donde generaremos 5 balcones accesibles dos grandes de 5x2 y tres pequeños de 2x2 con la voladura al azud, cada uno de los mismo tendrán bancos fijos de contemplación y un cartel de chapa con código QR, castellano, inglés, braille y seña con las diferentes leyendas de la región.(2° etapa).

Dentro del recorrido debe existir una bajada hacia el sur con cartelería inclusiva que indique el inicio del sendero del humedal, al mismo se le deberá hacer una poda correctiva bancos de contemplación y cartelería inclusiva con el reconocimiento de especies, ambos senderos culminarán sin unificarse en el ángulo noroeste donde instalaremos una batería de baños incluyendo uno exclusivamente accesible.

Frente al azud del lado derecho se construirá una cabaña pequeña destinada a la persona que cuide el lugar, proveeduría, informe y sanitarios. (2° etapa) Toda la cartelería será colocada en la primera etapa.

Dentro de este proyecto se destaca principalmente respetar al entorno natural, preservando las especies nativas y el cuidado del medioambiente.

La Misión

Implementar en la Villa de Merlo un nuevo espacio natural y de uso público bajo la normativa de uso responsable y sustentable.

PRESUPUESTO

• 1º Etapa

1. Cartelería, 30 carteles.

Carteles de acceso, chapa ploteada 3 unidades.
 Carteles de estacionamiento, chapa ploteada 2 unidades.
 Carteles flechas indicadoras, chapa ploteada 4 unidades.
 Carteles para los sanitarios, chapa ploteada, 4 unidades.
 Cartel de madera, chapa ploteada 1 unidad
 Carteles de ingreso a los senderos, chapa ploteada, 2 unidades.
 Carteles con códigos QR y leyendas, chapa ploteada, 6 unidades.
 Carteles reconocimiento de flora, chapa ploteada, 8 unidades.

30 postes 3 mts (*limitadores y barandas*)

130 postes 1,5 mts(*limitadores y barandas*) \$93.000.- los 220 postes

2. Tachos para residuos, 4 unidades. \$12.000.

3. Baños, 3.

• 2º Etapa

4. Sombrillas de paja y madera, con mesas fijas, 5 unidades.

5. Balcones de madera, 5 unidades.

6. Muelle de madera, 1 unidad.

7. Cabaña de madera.

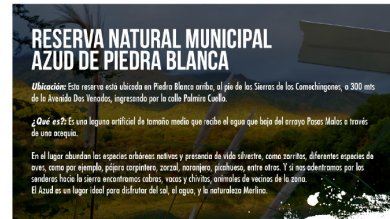
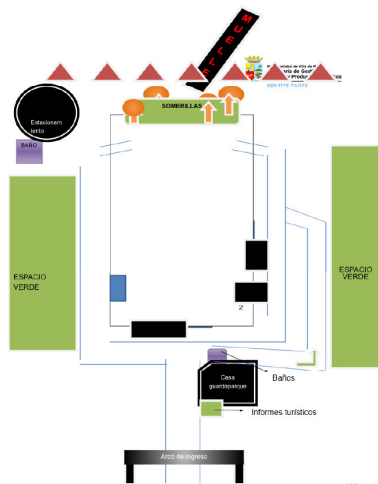
Áreas involucradas

- Secretaría de Gestión Calidad y Productos Turísticos.(1º etapa)
- Secretaría de Gestión Ambiental y Desarrollo Sustentable (1º etapa)
- Secretaría de Ordenamiento Territorial.(2º etapa)
- Secretaría de Servicios públicos (1º etapa, 2º etapa).

Recurso Humano

- Personal de las Secretarías involucradas en la primera etapa.

RESERVA NATURAL MUNICIPAL AZUD DE PIEDRA BLANCA



RESERVA NATURAL MUNICIPAL AZUD DE PIEDRA BLANCA

Objetivos generales: Generar nuevos espacios para la recreación y vida al aire libre de nuestros turistas y vecinos, con senderos accesibles.

- Objetivos específicos:**
- Implementar y optimizar el uso del espacio natural de manera sustentable.
 - Preservar las especies nativas y el medio ambiente.
 - Implementar cartelería educativa.
 - Construcción del Páramo del Caminante.
 - Puesto en Valor del Via Lucio.



PROGRAMA PROMOVER TURISMO FEDERAL Y SOSTENIBLE

En el año 2017 la Ordenanza N° 0763-HCD-2017 declara Reserva Natural Municipal al Azud de Agua de Piedra Blanca y la Ordenanza N° 0897-HCD-2019 ratifica dicha declaración, en la categoría de Reserva Natural Municipal y Paisaje Protegido.

En el 2021 desde el municipio de la Villa de Merlo se gestionó la expropiación, para que sea considerado un espacio público. Con el apoyo del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, en el marco del programa Promover Turismo Federal y Sostenible, logramos poner en valor este rincón tradicional de nuestra hermosa Piedra Blanca.



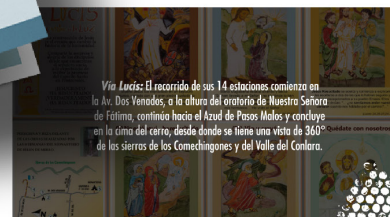
SENDEROS

Sendero de las leyendas: nombre tomado porque en la zona donde se ubica el Azud, en los alrededores de Piedra Blanca y al Pantanillo, es una zona rica en la literatura de leyendas. Este sendero marca el inicio del recorrido. Comienza en la parte superior del azud y tiene una longitud de 1100 metros.

Sendero de la humedad: recorrido de 700 m donde podrá observar una gran variedad de vegetación generada por una vertiente.

Huellas nativas: este sendero que conecta el Azud con Pasos Malos, icono del turismo Merlino y de San Luis, tiene una longitud aproximada de 3km y una dificultad baja/intermedia. En el camino podrá admirar las bellezas naturales que ofrece al pie del monte con su gran variedad de especies arbóreas y avistaje de animales autóctonos.

Sendero al Mirador de la Cruz: desde se puede apreciar la Villa de Merlo brindando una alternativa diferente para los turistas que buscan realizar un paseo por el pie de la sierra.





Proyecto: turismo accesible y QR

Misión:

La Villa de Merlo se encuentra en la constante búsqueda de nuevas estrategias que permitan brindar la mejor calidad de sus servicios como destino, y de esta manera poder posicionarse y adaptarse a las exigencias y preferencias de la demanda, que se encuentra en constante cambio.

Pretende la puesta en valor de sus recursos que lo distinguen como tal, además de poder ofrecer una actividad turística inclusiva, tanto para la comunidad como para sus visitantes

Visión:

Poder brindar servicios y productos turísticos para todos.

Que la Villa de Merlo pueda posicionarse y distinguirse como un destino accesible, brindando una oferta turística dirigida a todos los segmentos de población por igual, sin que se produzca ningún tipo de discriminación, logrando un turismo inclusivo, que permitirá además la posibilidad de que el destino pueda posicionarse y distinguirse como ejemplo de turismo accesible.

Objetivo principal

Lograr la incorporación del turismo accesible como una nueva oferta que permita a los turistas poder disfrutar de los atractivos y servicios turísticos en condiciones de igualdad y seguridad. Esto requiere claramente, suprimir toda barrera que signifique un problema para cumplir este fin. Para brindar accesibilidad se debe tener en cuenta al entorno, producto y servicio del destino. En cuanto a objetivos sobre barreras arquitectónicas se pretende que aquellos establecimientos que presten un servicio al turista cuenten con un fácil acceso al lugar y que no presenten algún tipo de barreras en su interior. En la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos han comenzado a realizarse relevamientos en cuanto a lo mencionado anteriormente, tanto en alojamientos como establecimientos gastronómicos.

Hasta ahora dentro de los 329 alojamientos habilitados relevados sólo 50 cuentan con rampas, baños o sillas de rueda en su establecimiento, por lo que aún queda un largo camino por recorrer.





En cuanto a espacios naturales, se pretende incorporar en los senderos de la Villa de Merlo, la Champa Bike, la cual consiste en una silla de ruedas adaptada para senderismo y trekking pensada para que personas con movilidad reducida accedan a experiencias en entornos naturales. Las mismas ya han empezado a utilizarse en áreas naturales protegidas en todo el país. Además, ya se ha llevado a cabo la implementación de baños para personas con discapacidad en la Reserva Floro Faunística, y en Mirador del Sol, con la idea de replicarlo también en otros lugares.

Por otro lado, La Reserva Don Félix y Sacha Juan, ubicada en la zona de Piedra Blanca, es una Reserva Natural Privada que cuenta con accesibilidad para sillas de ruedas en uno de los tramos de su recorrido.

Barreras en la comunicación: éstas hacen referencia a todo impedimento y dificultades que tienen las personas con discapacidad para emitir y/o recibir mensajes directamente o a través de los medios de comunicación.

Por lo tanto el objetivo aquí sería la capacitación del personal en los establecimientos que brinden un servicio al turista, y de la población local en sí, además de la respectiva concientización para acabar con la estigmatización que aún, en menor nivel, permanece con respecto a las personas con discapacidad.

Esto incluiría las oficinas de información turística, guías de turismo, establecimientos hoteleros, gastronómicos, entre otros.

Las oficinas de Informes en un destino son uno de los eslabones esenciales en la cadena de Accesibilidad, ya que el turista debe poder realizar su consulta sin barreras, tanto en lo edilicio como en la comunicación. Debe contemplar formatos accesibles como folletería en Braille, o letra aumentada de los sitios atractivos más representativos y de los servicios turísticos accesibles con los que cuenta el lugar.

Dentro de las acciones puestas en marcha con respecto a esta barrera encontramos las siguientes: personal de la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos realizó una capacitación sobre Accesibilidad Turística brindado por el Ministerio de Turismo de la Nación, y se está organizando una capacitación con respecto al Lenguaje de Señas. También se le brindó la oportunidad de capacitación con respecto a Accesibilidad Turística a los establecimientos hoteleros, con la posibilidad de obtener un sello de calidad correspondiente si cumplían con las etapas exigidas.

Además la Secretaría ha estado llevando a cabo la implementación de cartelería inclusiva de los productos turísticos que ofrece, es el ejemplo de la cartelería sobre Ruta de la Fe Católica, Ruta de los Sabores y Ruta de Turismo Aventura, la cual incluye código QR, con videos informativos en castellano, inglés y lenguaje de señas.

Conjuntamente se colocó cartelera en el espacio natural Reserva Florofaunística, para que los visitantes puedan acceder a información turística en español, inglés y lengua de señas escaneando los códigos QR con sus celulares.

Dentro de la misma se están desarrollando iniciativas en conjunto con la Asociación “Tu lugar en el mundo” que constan de la realización de dos circuitos, el sendero de los Molles Ancestrales y Sendero del Humedal, que hoy ya poseen cartelera inclusiva, y más adelante se acondicionarían para que sean 100% accesibles. *(Esto incluiría la Champa Bike mencionada anteriormente en las barreras arquitectónicas).*

Barreras actitudinales: hacen referencia al rechazo, discriminación, exclusión.

El objetivo aquí es lograr que Merlo sea un destino concientizado, para lo cual es necesaria la capacitación en todos los sectores.

Es importante aquí proveer la información correspondiente para que se deje de pensar que al hablar de accesibilidad sólo hacemos referencia a una persona en silla de ruedas, logrando que se tome dimensión de lo que abarca realmente el tema.

Barreras urbanísticas: son aquellas que existen en la vía pública y espacios libres. El objetivo aquí, es adaptar y realizar los cambios correspondientes en lo que respecta a calles, veredas, cordones, en la Villa de Merlo.

En cuanto a espacios libres se han efectuado acciones recientes en la Plaza de Piedra Blanca, Leopoldo Lugones, implementando la colocación de rampas, barandas; además de cartelera informativa y su puesta en valor.

Es necesario que concibamos sin barreras todo lo que se crea y diseña nuevo, para adecuar no solo el entorno, sino también los servicios, productos, estructuras, condiciones administrativas y legales a las necesidades de toda la población.

Fundamentación

En el último tiempo se ha venido trabajando a favor de mejorar las condiciones de vida para las personas con discapacidad, esto incluye la facilitación del acceso a las infraestructuras y servicios turísticos a las personas con discapacidad y movilidad reducida. La discapacidad se define como un concepto que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno, que evitan su participación plena en la sociedad, en igualdad de condiciones, con los demás.

La discapacidad se materializa entonces en las barreras sociales, arquitectónicas, actitudinales, mencionadas anteriormente, independientemente de la naturaleza o complejidad de las personas.





Hoy en día existe un modelo de diseño universal, el cual sugiere que la discapacidad no es un atributo que diferencie una parte de la población de otra, sino que es una característica intrínseca de la condición humana.

El objetivo de la accesibilidad universal debe facilitar el acceso e interacción del mayor número de personas.

Cuando hablamos de accesibilidad hacemos referencia a un conjunto de características que debe disponer un entorno, producto o servicio para ser utilizable en condiciones de confort, seguridad e igualdad por todas las personas” (IMSERSO, 2003:22)

La ausencia de accesibilidad pone en evidencia las barreras frente a las que se encuentran las personas con discapacidad tanto en la vida cotidiana como en la realización de actividades turísticas. En este sentido, adultos mayores, madres que cargan niños, entre otros, también requieren accesibilidad.

El término turismo se asocia al de accesibilidad por primera vez en 1980, en Manila, Filipinas; a través de la Declaración de Manila, realizada por la OMT.

Esta declaración reconocía el turismo como un derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano, así como recomendaba a los Estados miembros la reglamentación de los servicios turísticos apuntando los detalles más importantes sobre accesibilidad turística.

La accesibilidad está indudablemente interrelacionada con la mejora de calidad de vida y desarrollo de un destino.

Lo que se intenta hoy en día es que, en la industria turística el diseño de servicios esté destinado a todo el mundo, independientemente de su edad o discapacidad.

El turismo accesible contribuye al desarrollo de la economía de un destino, aumenta la competitividad, el crecimiento de destinos y empresas turísticas, por lo cual también facilita la experiencia turística y mejora la calidad de vida de todos sus ciudadanos y visitantes.

Es imprescindible incluir a la accesibilidad en las estrategias de promoción e instalar el paradigma de turismo accesible, buscando la inclusión de todos los usuarios y usuarias, promoviendo de manera integral su satisfacción, además de facilitar la participación de las actividades que se desarrollen.

Existe un gran porcentaje de la población con discapacidad y movilidad reducida que quisiera consumir turismo, pero que, sin embargo, se encuentran con ausencia de información y oferta, personal que no sabe cómo dirigirse hacia ellos, obstáculos en el entorno, entre otras dificultades.

En cuanto al marco legal del turismo accesible, en Argentina se ha ido construyendo un largo camino en base a fomentar este tipo de turismo.

Así, en 1981 se sancionó la ley Nacional N° 22431 mediante la cual se crea el Sistema de protección integral de personas con discapacidad. En la misma se introducen los conceptos de accesibilidad al medio físico y supresión de barreras. Dicha ley fue reglamentada por el Decreto 762/97, a partir del cual se crea el Sistema Único de Prestaciones Básicas para Personas con Discapacidad.

En marzo de 1994 se sanciona la Ley 24314 sobre Accesibilidad de personas con movilidad reducida al medio físico, la cual hace referencia a la eliminación de barreras urbanísticas y arquitectónicas.

En septiembre de 2002 se sanciona la Ley Nacional de Turismo Accesible, la cual establece que las prestaciones de servicios turísticos deben adecuarse a los criterios universales de la Ley N° 24314. La misma define al turismo accesible como: El complejo de actividades originadas durante el tiempo libre, orientado al turismo y la recreación, que posibilitan la plena integración desde la óptica funcional y psicológica de las personas con movilidad y/o comunicación reducida, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida. (Art 1).

De acuerdo a lo mencionado en las leyes, como destino debemos adaptar nuestra oferta para que pueda ser aprovechada por el máximo número de personas posible.

La Ley Nacional de Turismo N° 25997 sancionada en 2005 tiene como uno de sus principios eliminar toda barrera que impida el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad conllevando a una igualdad de oportunidades.

En 2008, la Secretaria de Turismo de Nación creó las Directrices de accesibilidad en alojamientos turísticos, y en 2010 las Directrices de accesibilidad en alojamientos turísticos, con el objetivo de que las personas con discapacidad puedan acceder a alojamientos turísticos que tengan adecuados estándares de calidad y accesibilidad.

En el año 2010 también se sancionó la Ley N° 26653 de Acceso a la información pública, la cual refiere a facilitar el acceso a los contenidos de las páginas Web a todas las personas con discapacidad. Además se creó la Red de Turismo Accesible la cual tiene entre sus principales objetivos formar y promocionar a profesionales en turismo para el desarrollo pleno de un turismo accesible para todos. La misma ha inaugurado el primer Centro de Formación Profesional sobre Turismo Accesible a través de un campus virtual.

Tal como se ha podido evidenciar, el turismo accesible ha cobrado mayor relevancia tanto en el ámbito público como privado, creando un compromiso con la sociedad y una necesidad por parte de los destinos de adoptar estrategias correspondientes que contribuyan al desarrollo del mismo, logrando así también, una mejora en la calidad de la oferta turística, lo que llevará a que el destino optimice su posicionamiento y competitividad frente a los demás.

Análisis FODA y CAME

FORTALEZAS

- Merlo se encuentra posicionado dentro de los 20 destinos más visitados del país
- Desarrollo integral (Empleos/crecimiento de empresas turísticas)
- Mayor afluencia de turistas y fidelización
- El destino ya recibe un segmento de mercado de visitantes de la tercera edad que se verá beneficiado con los nuevos cambios
- Desestacionalizar
- El país ya posee un marco legal que pueda ser usado de referencia para aplicar en el destino. (Directrices)

OPORTUNIDADES

- Diversificación de la oferta
- Captación de nuevo segmento de mercado
- Posicionamiento
- Competitividad
- Imagen Turística

DEBILIDADES

- Dificultad para implementar la accesibilidad en cuanto a barreras arquitectónicas y urbanísticas
- Deficiencias en la infraestructura

AMENAZAS

- Destinos más desarrollados y reconocidos en cuanto a turismo accesible.

Fortalezas

Merlo es un destino con gran trayectoria, la actividad turística es la principal con respecto a su desarrollo económico, ofrece gran diversidad de oferta turística, y recibe todos los años tanto nuevos visitantes como aquellos que deciden regresar. Por lo que, sumar un nuevo tipo de turismo para realizar en el mismo, no solo le brindará mayor visibilidad, sino que contribuirá aún más en su **Desarrollo Integral**, mejorando así también, la calidad de vida tanto de residentes como visitantes y la completa inclusión de los mismos en todo aspecto.

Además contribuirá a un sector turístico sensibilizado, capacitado e instruido con la información adecuada en relación a la accesibilidad.

En cuanto al marco legal, Argentina ya posee un camino construido en cuanto a leyes y decretos basados en la accesibilidad, por lo que, resulta más sencillo el hecho de tener material e información en la cual basarse al momento de implementar acciones sobre el destino.

Es el caso, por ejemplo, de las Directrices creadas por la Secretaría de Turismo de la Nación que servirán de referencia: Directrices de accesibilidad en alojamientos turísticos y Directrices de accesibilidad en servicios turísticos.

Implementar este modelo de Accesibilidad Universal, también provocará una mayor afluencia de turistas que pretenden sentirse incluidos en la actividad turística de manera plena.

La tercera edad y las personas con discapacidad son los principales públicos que demandan la accesibilidad universal. Merlo recibe desde hace años gran cantidad de visitantes de la tercera edad. Por lo tanto, adoptar estos criterios de accesibilidad es muy importante, y permitiría también la afluencia de turistas especialmente fuera de temporada alta, además es importante poder lograr su fidelización al destino.

Una fortaleza a destacar del destino es que, ya comenzó con algunas acciones inclusivas, que han tenido buena respuesta por parte de la población local y visitantes. (Como aquellas que se mencionan en el punto número 2.)

Oportunidades



Diversificación de oferta: el turismo accesible permitirá dirigir la oferta hacia segmentos específicos de mercado: en este caso personas con discapacidad.

El segmento de turistas con discapacidad es identificado como multicitientes/multiusuarios, ya que generalmente no viajan de forma individual, sino que viajan acompañados por otras personas, esto se traduce en un aumento tanto de visitantes como de ingresos económicos.

De acuerdo a la Comisión Europea, se calcula que, de cada viaje realizado por una persona con discapacidad, atraerá a 1,5 acompañantes.

Que Merlo establezca este paradigma de turismo accesible, mejorará su calidad en cuanto a la prestación de productos y servicios, además de contribuir a la mejora de la imagen que el turista tendrá sobre el lugar.

La imagen del lugar se configura antes, durante y después de la visita turística, por ello es importante, tener en cuenta que se cumpla la cadena de valor de la accesibilidad turística, la cual va desde la entrada al destino, el alojamiento, transporte local, entorno, actividades, excursiones y alrededores, compras, servicios médicos y de apoyo, hasta su salida. Si esto se logra, y se logra una experiencia completa se logrará su posicionamiento y diferenciación.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente será de gran importancia desarrollar experiencias memorables para el turista.

Debilidades

Merlo claramente, ya es un destino turístico que se ha desarrollado con el paso de los años, por lo tanto ya ha generado la mayoría de su infraestructura sin considerar los criterios de accesibilidad. Por lo tanto es un desafío adaptar ciertos lugares ya contruidos a este nuevo modelo.

Por ello es importante comenzar a concientizar respecto a ello, para que el diseño para todos en nuevos proyectos ya venga con este nuevo enfoque de manera implícita, sin necesidad de encarecer y generar dificultad, evitando realizar posteriores adaptaciones, y obtener un ahorro de costos.

Amenazas

Es evidente que el país ya cuenta con otros modelos de ejemplos accesibles, que representan una competencia para nuestro destino que recién está incursionando en lo que es la materia, lo que implica un mayor esfuerzo por parte de todos los ámbitos, hasta que pueda ser reconocido como tal.

Aquí será necesario implementar estrategias con respecto a su promoción como destino, utilizando diferentes medios de comunicación para llegar a la mayor cantidad de receptores posibles, para que conozcan las acciones que se vienen desarrollando y las que se quieren efectuar a futuro.

La Accesibilidad Universal es mucho más que la supresión de barreras, es más que una opción para captar un nuevo mercado, la accesibilidad es un derecho fundamental, el verdadero camino hacia la integración social y contribuye a un turismo responsable y para todos.

Bibliografía:

Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo. Nueva York: ONU.

Directrices de Accesibilidad en Alojamientos Turísticos y Guía de Autoevaluación. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/01-18_-_directrices-accesibilidad-alojamientos-turisticos.pdf
Informe Mundial sobre la Discapacidad, Organización Mundial de la Salud, 2011. Ley N° 24.314: (15/03/1994) Accesibilidad de personas con movilidad reducida. (Modificación de Ley 22.431 Artículos 20, 21 y 22)

Organización Mundial del Turismo (2014), Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos, OMT, Madrid.

Decreto N° 914/1997: (11/09/1997) Apruébase la Reglamentación de los artículos 20, 21 y 22 de la Ley N° 22.431 modificados por su similar N° 24.314 (suspensión de barreras).

Rucci, A. C. (2018). Discapacidad en el MERCOSUR: la accesibilidad turística como una propuesta de desarrollo regional (Tesis de maestría). Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

Rucci, A. C. (2012). Los desafíos que enfrentan las personas con discapacidad a la hora de desarrollar actividades turísticas. Caso: República de los Niños (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata.

Introducción

El código QR o código respuesta rápida permite acceder de un modo ágil y sencillo a una determinada información de respuesta rápida. Son módulos con forma cuadrada y contenido, que almacena información codificada en una matriz de puntos con pequeños recuadros en tres de sus esquinas. Para leerlos solo necesitas un teléfono inteligente.

Análisis

La propuesta de los códigos Qr , surge dada la situación sanitaria , epidemiológica 2020, a través de los protocolos implementados a nivel nacional , se recomendó no utilizar papel. Por el cual, fue reemplazada por los QR dinámicos .También se popularizó desde una perspectiva medioambiental.

Objetivos específicos y generales

- Digitalizar la mayor información.
- Concientizar y familiarizar el uso del código.
- Realizar un flyer infográfico, cómo escanear un código QR .
- Promocionar el uso de los códigos, con promociones

Misión

Generar Códigos QR tras la demanda de turistas y prestadores de servicios turísticos, autoridades competentes y al público en general para la adecuada planificación y gestión turística de la Villa de Merlo.

Posicionando al destino turístico con las nuevas modalidades de la tecnología, el uso de la digitalización de los códigos QR, desplazando el uso del papel y respetando las medidas protocolares.

Visión

Convertirse en un medio que facilite y amplíe la elección al momento de visitar sitios web con contenidos turísticos, convirtiendo así a la Villa de Merlo como un lugar de preferencia, brindando una amplia variedad de alternativas turísticas a los visitantes.

FODA

Se identificó dos variables de los códigos, códigos dinámicos, en los cuales se debe abonar un monto anual y los códigos estables, gratuitos que no permiten modificarse. Tras una análisis, se trabajó, con un contenido de información , que no es necesario modificarse a largo plazo.Utilizando los códigos estables en su máximo resultado.

Proyecto: pagina web y app guia de Merlo

Análisis:

En un contexto de creciente competitividad y popularización del uso de la Web, los destinos deben contar con una presencia virtual adecuada, y ello pasa especialmente por el diseño y mantenimiento de un sitio web capaz de comunicar a los públicos diversos las fortalezas de la marca. La Villa de Merlo se caracteriza por ser uno de los microclimas del mundo, la ciudad con mejor calidad ambiental del país y la tercera con mayor población de la provincia. Ofrece numerosas posibilidades de alojamiento tanto en la zona céntrica como en zona de sierra, muchos de ellos con facilidades de acceso a las principales zonas turísticas. Cuenta con 14078 plazas en 427 alojamientos, entre los que se pueden encontrar hoteles de categoría, hosterías, posadas, complejos de cabañas, camping, hostels, departamentos y casas residenciales en alquiler. Siguiendo con la oferta turística, Merlo posee 15 agencias de viajes habilitadas por el Ministerio de Turismo de la Nación. Algunas de ellas apuntando solo al turismo receptivo; y, otras abarcando un segmento más amplio de mercado, enfocándose al turismo emisor-receptivo. En cuanto a la gastronomía, con sus 96 establecimientos, el destino ha sabido tomarla como un atractivo cultural para atraer al turismo. El turismo activo marca tendencia a nivel mundial y Villa de Merlo no es la excepción. Es por este motivo que el destino ofrece servicios y prestadores conformando así como experiencia turística el Turismo Activo.

En la actualidad cuentan con 30 prestadores, que ofrecen tirolesa, rappel, cuatriciclos, trekking, cabalgatas, travesías 4x4, mountain bike, actividades aéreas, escalada entre otros.

Además posee 50 guías de turismo, de los cuales el 31% son guías especializados; y, el 69% restante son guías urbanos.

Desde la primera mitad del siglo XX es uno de los destinos turísticos más relevantes de la República Argentina y el principal destino turístico de la provincia de San Luis.

La Villa de Merlo a pesar de sus bondades turísticas, al no contar con nuevas tecnologías presenta un retraso en su desarrollo. Haciendo énfasis en esta problemática, los efectos han sido perjudiciales para el sector, ya que los usuarios buscan, cada vez más, productos turísticos personalizados y servicios inteligentes que proporcionen información de alta calidad, en cualquier momento y lugar y, habitualmente a tiempo real. Para responder a esa demanda, es necesario, ya no sólo invertir en los productos, los modelos de gestión y comercialización si no que en nuevas tecnologías, así como el aprovechamiento de las diversas atracciones turísticas que posee este sector.

Por todo lo anterior, la importancia de crear un sitio web que permita conocer de los diversos eventos culturales, paisajes naturales y la gastronomía la cual identifica y fomenta la actividad turística en la Villa de Merlo.



En el año 2020, con la aparición de la pandemia mundial, el sector turístico sufrió un terrible desplome, que principalmente fue fruto de las medidas adoptadas para contener la expansión del Covid-19.

Debido a los resultados que indican una disminución de la demanda, sumado a la crisis que vivimos en la actualidad, se hace imprescindible planificar acciones que tiendan a diversificar el producto turístico merlino, así como también, analizar la posibilidad de nuevos segmentos de mercado y buscar las mejores estrategias para esta nueva realidad manteniendo el estatus sanitario de la Villa de Merlo.

A fines del año 2020 se logra crear la página web y además una guía de Merlo, todo esto de suma importancia, ya que permite dar a conocer la oferta de nuestro destino.

Fundamentación

El turismo juega un papel importante dentro de la economía de Merlo, es notable que en los últimos años ha tenido una evolución significativa. De la misma forma, el marketing digital ha hecho posible la captación de la demanda y es que gracias a la revolución informática, no solo se ha hecho posible eliminar fronteras para la comunicación, sino que es evidente la dependencia de herramientas tecnológicas para la realización de las actividades cotidianas del ser humano.

Desde siempre, durante el proceso de decisión y compra de un producto turístico, el viajero ha buscado información y referencias de la oferta. Serra (2013) afirma que “el proceso se inicia con el surgimiento de la necesidad de viajar, por los motivos que sean. El consumidor buscará, a continuación, información sobre las ofertas existentes en el mercado que puedan satisfacer de forma adecuada su necesidad. La fase posterior consistirá en la evaluación de las distintas alternativas que se le ofrecen. Después del proceso de evaluación de las alternativas, el consumidor seleccionará la que considere satisface de forma más conveniente su necesidad. Por último una vez utilizado el servicio, se entra en la última fase, y no por ello menos importante, sino todo lo contrario, de evaluación del grado de satisfacción con la compra efectuada. Todo el proceso de decisión de compra está influido y condicionado, tanto por variables internas del individuo como por variables externas, además de los estímulos de marketing a los que puede verse expuesto el consumidor”. Antes, esta influencia se daba principalmente a través de la promoción turística en canales tradicionales, las recomendaciones de las operadoras turísticas, las agencias de viajes y las referencias de amigos y familiares por lo que el acceso a la información referente a otras ofertas o productos era limitado. En la actualidad, Internet ofrece la posibilidad de contrastar información, ya que permite ofertar nuevos y variados destinos turísticos que se adaptan cada vez más a las necesidades específicas del turista y en esta avalancha de ofertas influyen las opiniones y experiencias de otros viajeros, que voluntariamente, realizan una promoción colaborativa, ya sea a través de los blogs, las redes sociales generalistas, los canales de promoción turística o los buscadores especializados.

Al tener una herramienta que permita llegar a miles de personas como es el internet y el uso cotidiano de redes sociales por parte de los turistas, surge la necesidad de aprovecharla de manera que beneficie al movimiento turístico de la Villa de Merlo.

Objetivos Generales

Crear la página web oficial de la Villa de Merlo y la aplicación Guía de Merlo para mejorar y posicionar el destino.

Objetivos Específicos

- Impulsar la imagen y potencializar la promoción turística de la Villa de Merlo
- Mejorar la información a todos los habitantes y turistas que visitan la ciudad.
- Motivar a los turistas y a todos los habitantes de Merlo, haciendo uso de la información que ofrece esta web, resaltando todos los recursos culturales, sociales, naturales, gastronómicos y artesanales que ofrece la ciudad.

Marco teórico conceptual

En la presente era de la globalización y el acceso masivo a la información, los sitios web se han revelado como un instrumento clave para la comunicación de las marcas de destino y para la comercialización de todo tipo de servicios y productos relacionados con ellas (Fernández-Cavia y Huertas, 2009; Díaz-Luque, Pablo, 2009). Además, la popularización de las tecnologías de la información y la comunicación ha provocado la profunda modificación de los comportamientos de los consumidores o viajeros actuales, creando, según algunos autores, la aparición de un nuevo tipo de turista: menos interesado en los paquetes turísticos tradicionales, menos habituado a esperas o retrasos, más exigente y sofisticado, y acostumbrado a dirigirse directamente a los proveedores (Buhalis y Law, 2008: 611).

En palabras de Palmer (2005: 139): "Internet ofrece tremendas oportunidades para desarrollar marcas de destino fuertes que proporcionen beneficios reales a los turistas. (...) Sin embargo, el hecho de tener un sitio web, en sí mismo, no es garantía del éxito del destino. En la era en que todos los destinos pueden desarrollar un sitio web, debe existir una estrategia coherente para desarrollar, posicionar y promocionar la presencia electrónica".

Esta necesidad de desarrollar la presencia virtual mediante sitios web de éxito es uno de los retos principales ya que, según recuerda Derlisiret Rincón (2010: 57): "integrar y complementar las dimensiones física y virtual requiere de un trabajo que trasciende las coordenadas espacio-temporales para llegar a un auténtico paradigma relacional". Y este trabajo no es nada fácil.

En Argentina, hoy por hoy, los destinos disponen de una muy buena herramienta comunicativa en sus manos, pero no siempre son capaces de obtener de ella su máxima rentabilidad: la clave es saber cómo integrar un sitio web en los planes de marketing y los planes de comunicación de los destinos, y saber sacarle el máximo partido. Para ello, una vez el destino cuenta con unos valores propios de marca para posicionarse en el mercado y diferenciarse de los competidores, debe pensarse en convertir la web del destino en un canal de comunicación de éxito.

Misión

Convertirse en un medio que facilite y amplíe la elección al momento de visitar sitios web con contenidos turísticos, convirtiendo así a la Villa de Merlo como un lugar de preferencia, brindando una amplia variedad de alternativas turísticas a los visitantes.

Visión

Posicionar a la Villa de Merlo entre los primeros lugares turísticos más importantes de la Argentina, mediante la promoción turística en un sitio web que brinde toda la información e interacción y así de esta manera los usuarios se sientan atraídos y visiten nuestro destino; consolidando así el desarrollo turístico de la Villa.

Análisis FODA

En cuanto a la Aplicación Guía de Merlo se identificó que la principal debilidad es la falta de acceso a la misma, no logrando brindar usuarios y contraseñas a los prestadores que abonaron, en el año 2020, para ser beneficiario de esta plataforma, además del mal funcionamiento de la misma.

Siguiendo este mismo camino, la amenaza es que se vuelva un fracaso, siendo una problemática importante para el momento que estamos viviendo, ya que la utilidad era agilizar la información hacia los visitantes y que los prestadores obtengan más visibilidad. Para la mitigación de los problemas encontrados es imprescindible aprovechar la principal fortaleza y oportunidad, siendo aprovechar al equipo de la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos y lograr tomar el mando de la misma.

Sugerimos cambiar de proveedor y no volver a contratar el mismo servicio adquirido.

Proyecto: Reglamentación de guías urbanos y activos

ORDENANZA N° III-1121-C.D.-2024 – ADHIERE A LEY PROVINCIAL DE GUÍAS DE TURISMO

Villa de Merlo (San Luis), 09 de Mayo de 2024.-

ADHIERE A LEY PROVINCIAL DE GUIAS DE TURISMO N° XIV-1045-2020. –

VISTO:

La necesidad de profundizar y mejorar la regulación de la actividad de los Guías de Turismo en el ámbito del Municipio de Villa de Merlo en pos de fortalecer y elevar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, y:

CONSIDERANDO:

Que es función del Municipio de Villa de Merlo promover el desarrollo turístico local y garantizar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en su jurisdicción. –

Que la Ordenanza Municipal N° III- 0675-HCD-2015 establece disposiciones relacionadas con la actividad turística en Villa de Merlo, incluyendo aspectos vinculados a la prestación de servicios de guía turístico. –

Que la existencia de legislación municipal vigente no impide la adhesión a la Ley Provincial N° XIV-1045-2020, sino que complementa y fortalece la regulación de la actividad de los Guías de Turismo en el ámbito local.-

Que la Ley Provincial precitada establece un marco normativo más amplio y detallado para regular la actividad de los Guías de Turismo en la Provincia de San Luis, lo que contribuirá a mejorar la calidad y profesionalismo en la prestación de sus servicios en Villa de Merlo. –

POR TODO LO EXPUESTO, ESTE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD VILLA DE MERLO, SAN LUIS, EN USO DE LAS ATRIBUCIONES Y FACULTADES QUE LE CONFIERE LA LEY SANCIONA LA SIGUIENTE:

ORDENANZA

ARTÍCULO 1°

ADHERIR a la Ley Provincial N° XIV-1045-2020 denominada “Ley Provincial de Guías de Turismo”, promulgada por Decreto N° 6484-SGG-ST-2020. –

ARTÍCULO 2°

La presente Ordenanza tiene por objeto reconocer y respaldar la legislación provincial en materia de regulación de la actividad de los Guías de Turismo en el ámbito del Municipio de Villa de Merlo, sin perjuicio de la vigencia de la Ordenanza Municipal N° III- 0675-HCD-2015 y otras disposiciones locales aplicables. –

ARTÍCULO 3°

COMUNÍQUESE, REGÍSTRESE, PUBLÍQUESE Y OPORTUNAMENTE, ARCHÍVESE. –

Proyecto: Bibliotecas

Análisis:

La innovación, la creación de puestos de lectura en los puestos de información turística, fue una idea del Intendente Municipal, Dr. Juan Álvarez Pinto, que pide la realización de este proyecto en base a unas cabinas de teléfono en desuso de la Cooperativa de Teléfono de la Villa de Merlo.

La creación de estas bibliotecas en los puestos de información turísticas, será un impacto muy importante a la hora de brindar un servicio diferenciador, donde el turista que se acerque podrá retirar el libro que le interese y devolverlo cuando se retire del arroyo o por qué no cuando se retire de merlo.

Las cabinas se pondrán libros físicos y libros virtuales a través de códigos QR que obtendremos mediante convenio a firmar con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se colocarán en una primera etapa 3 bibliotecas, en la Oficina Verde del Arroyo del Molino, el puesto de Información que está en la Av. Del Sol y Av. Del Deporte y en la Casa de Turismo. El funcionamiento es sencillo, cualquier persona puede hacer uso gratuito de las bibliotecas, tanto sea escaneado el código o retirando el libro, en este último caso se le tomarán una serie de datos que se subirán a una nube que se verá reflejada en las tablets de cada puesto de información. De esta manera, todos los informantes tendrán acceso a quien retiró un libro para que el turista pueda devolverlo en cualquiera de los puntos

FODA

La fortaleza de promover la lectura en momentos de ocio, el interactuar en familia a través de la lectura, el generar un servicio diferenciador, el generar notas de prensa para los medios nacionales, etc.

La oportunidad de que se acceda a la lectura que enriquezca el espíritu para fomentar el regreso a la lectura. La debilidad, que nos roben los libros. La amenaza es que nadie esté interesado en leer.

Áreas involucradas:

Secretaría de Gestión Cultural e Identidad Merlina, con la provisión de material. Secretaría de Obras Públicas, para el emplazamiento. Se requerirá cemento para la plataforma, para camino de acceso de dos metros y para cementar los postes donde se colocará la cartelería.



Proyecto: Mirador del Tala

Análisis:

En la búsqueda de nuevos lugares para que el turista pueda relajarse y conectar con la conjunción de la naturaleza, la cultura, el evento, y sobre todo un poseer un lugar representativo para que puedan llevarse una foto, un video, se ha pensado la colocación de un cartel de 6 metros de largo por 2 de alto, montado en un escenario, esto generará que el lugar por elección para llevarse el recuerdo sea el Cartel que se instalará sobre el Mirador del Tala.

El Mirador del Tala Caído es un lugar emblemático de la villa de Merlo, donde disfrutar de los atardeceres, de una buena compañía, un buen mate y hacer eso que nos gusta tanto a los argentinos, juntarnos y disfrutar cada momento que se nos brinde, que se nos dé la posibilidad.

El Mirador del Tala Caído, es uno de esos lugares emblemáticos, sin la intervención del estado que organice y priorice las actividades cuidadas muchas veces se convierten en una parada con mucho desorden y peligrosa. Es por eso que dentro del aprovechamiento turístico, proponemos:

1. Una oficina que será ocupada por la guardia turística y eco-ambiental que ya hace dos veranos que funciona como protección, prevención e información al turista
2. Un cartel, (se adjunta foto) que tendrá 6 metros de largo por 2 de alto, realizado en chapa, recubierto en PVC, sobre un basamento de 70 cm de altura con escenario semicircular en el frente y tres escalones que servirá para que todos los turistas que circulen por el lugar puedan sacar la foto del recuerdo de la Villa de Merlo. El escenario se utilizará para conciertos acústicos y musicalización de los atardeceres, experiencia que venimos realizando en el Mirador del Sol y que el éxito se transforma en emoción de los turistas y merlinos.
3. Generar un lugar de descanso y contemplación
4. Generar un lugar integrado con deportes y ambiente de educación, concientización y de aprovechamiento turístico
5. Construir un lote de baños y baños inclusivos.



FODA

La fortaleza es poder generar una alternativa de un mirador nuevo, limpio, sin venta de ningún tipo y administrado netamente por el Municipio.

La oportunidad de poder ocupar un espacio que puede llegar a convertirse en un centro artesanal más y que termine ocurriendo lo mismo que en el mirador del sol.

La debilidad, radica en el Propietario de la tierra, Miguel D'aloisio.

La amenaza que lo tomó la Pcia y termine siendo un paseo artesanal más.

Áreas involucradas:

Secretaria de Gestión Cultural e Identidad Merlina, con el armado de espectáculos
Secretaria de Obras Públicas, para el emplazamiento. Se requerirá cemento para la plataforma del cartel y escenario. Además de la construcción de sanitarios.

Presupuesto

- Cartel con la característica especificada realizada por GM Publicaciones \$280.000
- Materiales y Mano de Obra de base y escenario: 65.000\$ por gestión Municipal
- 55 troncos de madera para delimitación de estacionamiento con un importe de 30100 \$
- Módulos sanitarios en bio construcción realizado por Diego Zalazar *(se adjunta proyecto y presupuesto)*
- Oficina de Turismo en bio construcción realizada por Diego Zalazar *(se adjunta proyecto y presupuesto)*

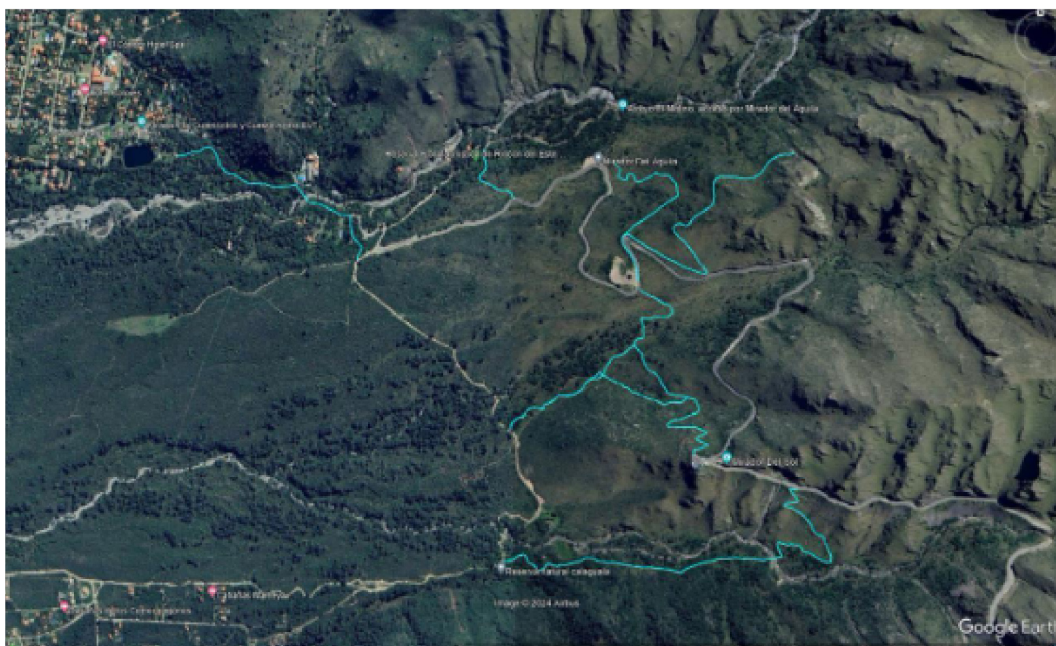


Proyecto: Parque Serrano

El Parque Serrano se emplaza en la sierra de los Comechingones, en el Mirador del Tala, formando parte del Parque del Comechingón, compuesto por los siguientes atractivos:

- Reserva del Mogote Bayo
- Reserva Municipal Floro Faunística
- Quebrada del Salto del Tabaquillo
- Mirador del Tala
- Reserva del Calaguala
- Mirador del Sol
- Filo de la Sierra

El Parque Serrano, es el lugar donde se emplaza el cartel emblemático que dice Villa de Merlo, donde todos los sábados se realiza la actividad Música al Atardecer, con rampas de accesibilidad, puesto de información a cargo de la Guardia Turística, bancos de descanso. Desde y hasta el lugar se está realizando una puesta en valor de senderos accesibles e inclusivos como se detalla en el siguiente gráfico.



■ SENDERO DE LA CALERA



SALIDA: desde el Mirador del Tala
 DISTANCIA: 1500 metros (3000 ida y vuelta)
 ELEVACIÓN: de 1331 msnm ha 1553
 RIESGO: bajo
 MODALIDAD: autoguiado
 FRECUENCIA DE VHF: 105.500 emergencias

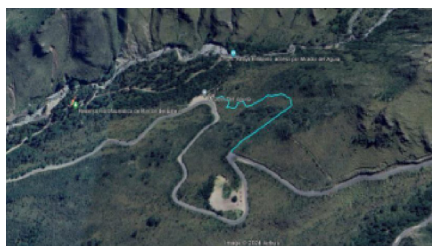
Durante el recorrido se podrán encontrar tres balcones de contemplación, con bancos, carteles indicadores, infoguías y dos estaciones fotovoltaicas de recarga de celulares.

Descubrir la naturaleza en su estado de silencio total mezclado con el paisaje es una de las riquezas más grandes. Talas, Molles, Tabaquillos, Espinillos y especies aromáticas es su riqueza vegetal. Granito, cuarzo, mica, feldespato, es la formación rocosa que se podrá descubrir.

FICHA TÉCNICA: NOMBRE DEL SENDERO CAMINO A LA CALERA

LOCALIDAD	VILLA DE MERLO
DISTANCIA DESDE SAN LUIS	DESDE SAN LUIS 190 KM
DISTANCIA DESDE VILLA DE MERLO	
NOMBRE PUNTO DE PARTIDA	MIRADOR DEL TALA
NOMBRE PUNTO DE LLEGADA	CALERA VIEJA
NIVEL DE DIFICULTAD	BAJO
DURACIÓN	1 HORA
¿ESTÁ SEÑALIZADO?	SI
SERVICIOS EN LAS INMEDIACIONES	NO
TIPO DE TERRENO	SENDERO MEJORADO DE TIERRA Y PIEDRA
OBSTÁCULOS	NINGUNO
PUNTOS PANORÁMICOS ¿CUÁNTOS? ¿DÓNDE? DISTANCIA EN KM DESDE LA PARTIDA	TODO ES UN SOLO PUNTO PANORÁMICO
ALTITUD MÁXIMA	1500
ALTITUD MÍNIMA	1330
DESNIVEL POSITIVO SUBIENDO	200 M
DESNIVEL POSITIVO BAJANDO	200 M
RECOMENDACIONES	DISFRUTAR
CONTACTOS PARA EMERGENCIAS	2664 84-0942 DE OFICINA DE TURISMO
CONTACTOS OFICIALES	VHF 100.500
CONECTIVIDAD	REGULAR
PUNTO GPS	NO POSEO DATOS

■ SENDERO MIRADOR DEL AGUILA



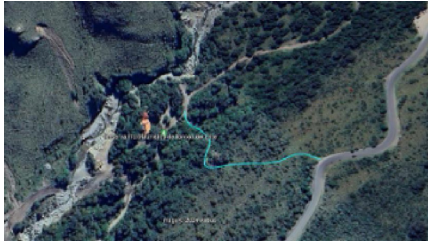
SALIDA: desde el Mirador del Tala
DISTANCIA: 600 metros (1200 ida y vuelta)
ELEVACIÓN: descendente 1325 msnm ha 1200
RIESGO: bajo
MODALIDAD: autoguiado
FRECUENCIA DE VHF: 105.500 emergencias

Este sendero, une el Mirador del Tala con el Mirador del Águila, donde se ubica una tirolesa, por su accesibilidad y riesgo bajo, es ideal para poder realizarlo con la familia (niños pequeños) con changuitos para bebe, y hasta con adultos mayores son problemas motrices.

FICHA TÉCNICA: NOMBRE DEL SENDERO AL MIRADOR DEL AGUILA

LOCALIDAD	VILLA DE MERLO
DISTANCIA DESDE SAN LUIS	DESDE SAN LUIS 190 KM
DISTANCIA DESDE VILLA DE MERLO	
NOMBRE PUNTO DE PARTIDA	MIRADOR DEL TALA
NOMBRE PUNTO DE LLEGADA	MIRADOR DEL AGUILA
NIVEL DE DIFICULTAD	BAJO
DURACIÓN	20 MINUTOS
¿ESTÁ SEÑALIZADO?	SI
SERVICIOS EN LAS INMEDIACIONES	SI
TIPO DE TERRENO	SENDERO MEJORADO DE TIERRA Y PIEDRA
OBSTÁCULOS	NINGUNO
PUNTOS PANORÁMICOS ¿CUÁNTOS? ¿DÓNDE? DISTANCIA EN KM DESDE LA PARTIDA	TODO ES UN SOLO PUNTO PANORÁMICO
ALTITUD MÁXIMA	1325
ALTITUD MÍNIMA	1200
DESNIVEL POSITIVO SUBIENDO	125 M
DESNIVEL POSITIVO BAJANDO	125 M
RECOMENDACIONES	DISFRUTAR
CONTACTOS PARA EMERGENCIAS	2664 84-0942 DE OFICINA DE TURISMO
CONTACTOS OFICIALES	VHF 100.500
CONECTIVIDAD	REGULAR
PUNTO GPS	NO POSEO DATOS

■ SENDERO MIRADOR DEL ÁGUILA – RESERVA FLORO FAUNÍSTICA



SALIDA: desde el Mirador del Águila
 DISTANCIA: 300 metros (600 ida y vuelta)
 ELEVACIÓN: descendente 1240 msnm ha 1200
 RIESGO: bajo
 MODALIDAD: autoguiado
 FRECUENCIA DE VHF: 105.500 emergencias

Este sendero une el Mirador del Águila con la reserva floro faunística donde se ubica una tirollesa, servicios sanitarios, guías de turismo activo, puestos de artesanías, guardaparque, información turística etc. Por su accesibilidad y riesgo bajo, es ideal para poder realizarlo con la familia (niños pequeños) con changuitos para bebe, y hasta con adultos mayores con problemas motrices.

FICHA TÉCNICA: NOMBRE DEL SENDERO RESERVA FLORO FAUNÍSTICA

LOCALIDAD	VILLA DE MERLO
DISTANCIA DESDE SAN LUIS DISTANCIA DESDE VILLA DE MERLO	DESDE SAN LUIS 190 KM
NOMBRE PUNTO DE PARTIDA	MIRADOR DEL AGUILA
NOMBRE PUNTO DE LLEGADA	RESERVA FLORO FAUNÍSTICA
NIVEL DE DIFICULTAD	BAJO
DURACIÓN	20 MINUTOS
¿ESTÁ SEÑALIZADO?	SI
SERVICIOS EN LAS INMEDIACIONES	SI
TIPO DE TERRENO	SENDERO MEJORADO DE TIERRA Y PIEDRA
OBSTÁCULOS	NINGUNO
PUNTOS PANORÁMICOS ¿CUÁNTOS? ¿DÓNDE? DISTANCIA EN KM DESDE LA PARTIDA	TODO ES UN SOLO PUNTO PANORÁMICO
ALTITUD MÁXIMA	1240
ALTITUD MÍNIMA	1200
DESNIVEL POSITIVO SUBIENDO	40 M
DESNIVEL POSITIVO BAJANDO	40 M
RECOMENDACIONES	DISFRUTAR
CONTACTOS PARA EMERGENCIAS	2664 84-0942 DE OFICINA DE TURISMO
CONTACTOS OFICIALES	VHF 100.500
CONECTIVIDAD	REGULAR
PUNTO GPS	NO POSEO DATOS

Proyecto: Oficinas de ingreso y cartelería de bienvenida

Análisis:

Vemos la necesidad de poder ser más eficientes a la hora de informar y controlar. Es por ello que como promesa de campaña hemos hablado de que en las rutas de acceso deberíamos montar una oficina que esté disponible para tres áreas del municipio muy importantes.

La competencia que existe con el Gobierno de la Pcia en el manejo del turismo es un tema que verdaderamente cansa y saca energías cuando deberíamos estar trabajando y analizando otras cuestiones, muchas veces nos vemos inmersos en temas pequeños, pero no menos importantes, como la información turística.

La necesidad de poder tener en las entradas a la Villa de Merlo una presencia institucional con cartelería y oficina, seguramente nos dará la categoría y la presencia que necesitamos como para poder dejar atrás las competencias absurdas y poder marcar verdadera jurisdicción sobre nuestro ejido municipal.

Objetivos Generales:

Poder establecer un puesto de control de las áreas de Ingresos Públicos, Bromatología, transporte y Turismo.

Objetivos Particulares:

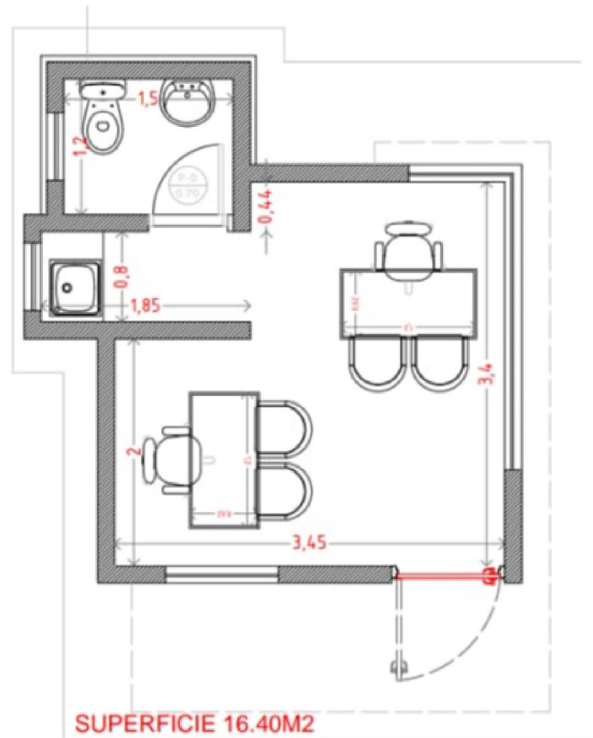
Para el área de turismo es poder generar un puesto de información turística, con el valor agregado de que se puede fijar trazabilidad, de esta manera podremos identificar la oferta de alojamiento no habilitada y mejorar cien por cien en el área de controles y recaudación.

Para el área de transporte, indispensable para controlar los buses y combis de turismo, taxis y remises.

Para bromatología e ingresos públicos poder tener lugares estratégicos para la recaudación de introductores.

Desarrollo del proyecto:

La oficina pensada posee las siguientes características:



Como complemento de dichas oficinas se colocarán 2 carteles que ya están listos y pagados (1 en cada oficina)



En el proyecto falta definir:

- Lugar exacto
- Perquisición y estacionamiento
- Wi-fi
- mobiliario

Áreas que intervienen:

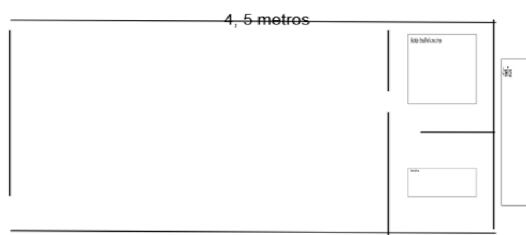
- Turismo
- Transporte
- Bromatología e Ingresos Públicos

Modificaciones de la oficina de ingreso de la Ruta 1:

Con el fin de poder optimizar y agilizar la instalación de la oficina de informes en a ruta 1 hemos elaborado una modificación de la idea original.

Estructura de caño, techo de chapa, paredes de vidrio con placa de fibrocemento y revestimiento interior en madera.

- Techo a dos aguas
- Tres puestos de Atención Turística
- Piso de cemento pintado
- Estructura móvil
- Electricidad con instalación para Aire Acondicionado
- Construcción a cargo de Luis Barragan con ayudante a Martin Palacios



Se debe realizar previamente la base de cemento, conexión de cloacas, y agua.

Se debe realizar la obra para colocación de cartel.

La oficina construye Luis con la ayuda de Martin Palacios.

Se adjuntan tres presupuestos, y falta que solo lo posee nicoletti 8 placas de fibrocemento y 9 placas de fibrofacil.

Proyecto: Oficina de informes plaza Marqués de Sobremonte

Análisis:

Villa de Merlo, situado al noreste de la provincia de San Luis, abarcando un radio de 7,5 km desde la Plaza Sobremonte hacia las zonas de El Rincón, Cerro de Oro, Piedra Blanca y Barranca Colorada. Merlo es el principal destino turístico de la Provincia de San Luis por lo que se ha experimentado un crecimiento exponencial en el ingreso de turistas año a año. Así lo demuestra el último fin de semana extra largo de carnaval, estuvo entre los 20 destinos más destacados y elegidos de la Argentina. Según el ranking de provincias y destinos que más afluencia de visitantes experimentan, elaborado por el Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación a través de los datos obtenidos del Certificado Cuidar.

No existe una oficina que ofrezca información a los turistas que se encuentran en el casco histórico, lugar altamente elegido por nuestros turistas.

Cómo sabemos el turismo dentro de la región es una de las actividades económicas más importantes por lo que es de suma importancia acompañar el crecimiento con acciones que mejoren la experiencia del turista en la Villa de Merlo.

Objetivos Generales:

- Crear una oficina de informes turísticos en la zona céntrica.

Objetivos Particulares:

- Establecer puntos estratégicos en el Casco histórico.
- Coordinar la edificación siguiendo la línea y la estética de la marca ciudad.
- Mejorar nuestras prestaciones para satisfacer a los visitantes
- Orientar y ofrecer al turista la información necesaria sobre los distintos atractivos y servicios de la Villa de Merlo.
- Reforzar, mejorar y proyectar la imagen del lugar.
- Brindar un excelente servicio a nuestros visitantes.

Fundamentos

La creación de dicha oficina será de gran importancia y utilidad para nuestros visitantes ya que su localización es estratégica y por lo tanto primordial. Dado que desde la mudanza a la nueva casa de turismo los turistas ingresan al municipio para solicitar información turística.

La Misión

Optimizar la asistencia de los visitantes de la Villa a través de nuestro asesoramiento en la información turística. Brindar a nuestros turistas toda la información que requieran.

Presupuesto

- **2.6 0mts alto total.** 0.40cm alto X 3 mts. De largo

Materiales

· CAÑO 60X60X2 MM	9 tiras
· CAÑO 50X50X2 MM	10 tiras
· CAÑO 20X10X1.2MM	16 tiras
· CAÑO 20X20X1.6 MM	2 tiras
· BISAGRAS DESMONTABLES DE 100	3
· PINTURA 3 EN 1	4 litros
· PINTURA PARA PISO	2litros
· CHAPAS DE FIBROCEMENTO DE 1X120X15MM	12
· CHAPAS PARA TECHO	8
· BULONES DE 10X65MM CON TUERCA Y ARANDELAS	46 de cada uno
· FENÓLICO DE 20MM	SUPERFICIE = 1.50 X 3.00
· CHAPADUR BLANCO , cielo raso	2 CHAPAS
· TORNILLOS PUNTA MOCHA 25MM	100
· TORNILLOS CHAPA DE TECHO	50

INSTALACIÓN ELÉCTRICA

· TÉRMICA DE 32	1
· DISYUNTOR	1
· TOMA EXTERIOR DE 20 A PARA AA	1
· CAÑOS DE ½ CON GRAMPAS EXTERIOR	2
· CAJAS EXTERIOR 10X15	4
· MÓDULOS TOMA	4
· MÓDULOS PINTO	2
· BASTIDORES	3
· TECLAS CIEGAS	6
· TAPAS	3
· CABLE AZUL DE 1.5	20 metros
· CABLE ROJO DE 2.5	20 metros
· CABLE AZUL DE 4 M	5 metros
· CABLE ROJO DE 4 M	5 metros
· LÁMPARAS DE TECHO	2
· LUCES EXTERIOR	2

INSTALACIÓN ELÉCTRICA

	CANTIDAD	PRODUCTO	COSTO APROXIMADO
Escritorio	2		\$5400.- c/u \$10.800.-
Sillas	2		\$12.000.-
Teléfono	1		\$4.050.-

	CANTIDAD	PRODUCTO	COSTO APROXIMADO
PC	1		\$45.000.-
Router	1		\$3.000.-
Dispenser	1		\$3.000.-
Cesto de Basura	1		\$3.000.-
Estantería	1		\$20.600.-
AA/AA Frío calor	1		\$43.000.-
AA/AA Frío calor	1	SOLICITAR PRESUPUESTO 1.3 MT ALTO X 3 MT LARGO	

Áreas involucradas

Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos.

El recurso humano que se utilizará

En temporada baja contaremos con 2 personas para cubrir los turnos de lunes a viernes de 9 a 14 y de 14 a 20hs. sábado y domingo, tendremos que contratar a 1 persona de 10 a 18 hs.

En temporada alta tendremos que contratar 1 persona más.

En cuanto a la construcción será tercerizada y se estipula que el monto igualará el presupuesto que se invierta en materiales de construcción.

Proyecto: Reserva Municipal Florofaunística

Análisis:

Para saber en dónde estamos al día de la fecha del comienzo de la misma y para dónde queremos ir; Villa de Merlo, situado al noreste de la provincia de San Luis, abarcando un radio de 7,5 km desde la Plaza Sobremonte hacia las zonas de El Rincón, Cerro de Oro, Piedra Blanca y Barranca Colorada. Merlo es el principal destino turístico de la Provincia de San Luis por lo que se ha experimentado un crecimiento exponencial en la oferta de prestadores de servicios turísticos en los últimos años. Luego de la crisis de comienzos de siglo, Merlo se consolida como destino turístico y como marca en el mapa turístico nacional, “claramente se trata de una ciudad con creciente gravitación regional, que juega en red y complementariamente con los municipios vecinos. Se trata de un Merlo más complejo socialmente, que procesa una permanente reinvención de su identidad local, con nuevas organizaciones sociales de base territorial, con un comercio creciente y más diverso” (Informe Plan de Desarrollo local y regional de Villa de Merlo, IDEL, 2007).

Esto conlleva a que el turismo, como actividad principal de la Villa, ha involucrado directa o indirectamente a gran porcentaje de la población económicamente activa. Según el último censo (2010), Merlo cuenta con 27.000 habitantes; y, se encuentran habilitados, según datos de la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos 96 guías de turismo, de los cuales 44 son guías urbanos y 52 son guías de turismo activo.

Debido al crecimiento con respecto a la actividad turística, se busca mediante el presente proyecto, organizar, fijar normas, embellecer el espacio natural resguardando el medio ambiente y establecer el comportamiento de la actividad comercial.

En la reserva hoy en día la actividad comercial se desarrolla de la siguiente forma:

ACTIVIDAD	DETALLE	CANT. DE PERSONAS
Guardaparque	Colaboración a voluntad	1
Restaurante y casa de artesanías		
Asociación tu lugar en el mundo	Estacionamiento 8 puestos. senderos. charlas	9
Guías de turismo activo	Trekking salto del tabaquillo, casa de piedra, tirolesa y rappel	8
Astroturismo		
Nuevos senderos y cartelería	accesibilidad a futuro	1
Barandas		
Puestos de venta	artesanos y de servicios	
Bancos de contemplación	punto y gruta	
Estacionamiento		

Objetivos Generales:

- Preservar el entorno medioambiental fomentando la sustentabilidad del área en cuestión.

Objetivos específicos:

- Describir qué tipo de actividad comercial se desarrolla en la Reserva Municipal Floro faunística.
- Reglamentar la actividad comercial y generar igualdad de oportunidades.
- Poner en valor las distintas zonas, las destinadas a sacrificio (delimitadas) y el cuidado y preservación de los espacios naturales.

Fundamentos y Justificación

En el presente proyecto surgen interrogantes como ¿De qué manera influye la actividad comercial dentro de una reserva natural? ¿En qué medida se considera la importancia de la explotación comercial en la reserva? ¿En qué y a quiénes beneficia la actividad comercial dentro de la reserva floro faunística?

Bajo estos interrogantes se busca reconocer las diferentes realidades y comprender cómo el sector turístico que lleva a cabo la actividad en la zona hace frente al dinamismo que plantea la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos turísticos.

Durante los últimos 20 años el espacio sujeto a expropiación se convirtió en mercado de excursiones, venta ambulante de artesanías, comida, videos y explotación de la fauna autóctona. Actualmente son más de veinte familias que realizan su actividad comercial en dicho lugar, los famosos derechos adquiridos en base a la ilegalidad.

La Misión

Sostener las fuentes de trabajo en un marco legal regulado brindando capacitaciones a los trabajadores, fomentando la sustentabilidad ambiental.



Recursos financieros

	CANTIDAD	DETALLE	MONTO
Tótem	1		\$35.000.-
Maderas	13	pasamanos de mts 2x3	\$30.100.-
	6	pasamanos de 2 mts 2x3	
	4	barandas de 2.8 mts 3x3	
	2	barandas de 2.6mts 3x3	
	50	barandas de 1,2 mts 3x3	
Pallets	80		DONACIÓN
Centro de interpretación	80	con esculturas y cartelería	
Carteles en árboles	80		\$12.300.-
Bolsas de cemento	6		\$3.900.-
Barandas	30mts	Bajada al arroyo, zona jaulón	\$16.324.-
Barandas		Balcón de los sueños. con puerta. con mano de obra	\$16.245.-
Palos posa baranda	7		
Sillas de ruedas	2	Con mano de obra	\$27.270.-
Carro	1	4 ruedas, 4 butacas. traslado de personas con movilidad reducida. con mano de obra.	\$32830.-
Carteles (1,28 mt x 0,86)	5	Camino a Mirador del Águila	\$82.500.-
Camiones	4	material de aporte, trabajo de pala en estacionamiento.	

	CANTIDAD	DETALLE	MONTO
Baños	3		
Mesas	5	pirca y madera. en los nogales	\$30.100.-
			
Corte de pasto			a cargo de administración
Cestos	5	en los nogales	LUIS
Bancos	10	en los nogales	\$166.000.-
			
		idem mesas. presupuesto Luis	
Cartel informativo	1		\$16.500.-
Tótem	1		\$35.000.-
Botiquín Básico	1		
Camilla rígida	1	Mercado libre	18.000\$
Collareta			
Cuerdas con criquet			
Cuerdas de arrastre		Mercado libre	\$12.400.-

FODA

Fortalezas: el lugar en sí es una gran fortaleza, porque el entorno natural es siempre muy elegido por los turistas, flora y fauna, recursos naturales.

Oportunidades: por la gran llegada de turistas brindar organización para que no se desborde la actividad comercial y se destruya el ambiente natural. Necesidad de ofrecer otros servicios a los visitantes, buena relación trabajadores del lugar (guías, artesanos, asoc)-municipio.

Debilidad: falta de reglamentación en la actividad económica, excesiva carga vehicular para el cuidado del lugar, recursos financieros limitados.

Amenazas: los cambios ambientales que genera la falta de organización.

Áreas involucradas:

Secretaría de Servicio Públicos (movimiento de terreno para mejorar estacionamiento)
Gestión Ambiental y desarrollo sustentable, permiso, colaboración en poda responsable.

Recurso humano

Se requerirá la colaboración de la asociación tu lugar en el mundo y de todas las personas que actualmente realizan la explotación comercial de la zona para la puesta en valor de la misma.

RESULTADOS

Una vez completada esta etapa de mejoramiento y embellecimiento de la reserva en donde se busca ofrecer otros servicios a nuestros turistas, se estipula que a fines del 2021 cada uno de los actores intervinientes deberá abonar un canon por usufructo del espacio público.

Proyecto: Sistema de atención a contingentes

La villa de Merlo recibe semanalmente entre 15 y 20 contingentes, con una afluencia de público de 1200 aproximadamente, un movimiento local para llegar a consolidar a nuestra Ciudad como destino sustentable, es transversal, horizontal y el desparrame de la económica llega a diferentes sectores de la Villa. Guías de turismo, empresas de turismo, casa de artesanías, casa de alfajores, parrillas con oferta de chivo, hoteleros y por esta acción la estabilidad del personal que trabaja en los hoteles que reciben grupo., mercado de productores, paseos artesanales etc.

Un segmento que creció solo, el estado no articuló acciones históricas para fomentar el turismo grupal, fueron acciones del sector privado que encontraron un nicho que les permite crecer, desarrollarse y mantener una economía cada vez más difícil.

Toda acción genera muchas veces un problema, los mismo se describe a continuación:

- 1. Circulación de buses de gran porte en la ciudad**
- 2. Congestionamiento en la plaza de Piedra Blanca**
- 3. Incumplimiento de la Ordenanza de Guías de Turismo**
- 4. Desagote de aguas grises**
- 5. Estacionamiento**

Es por ello que desde la secretaría de turismo se implementó un programa de control y evaluación de contingentes, donde todos los buses deben ingresar en la terminal nueva de ómnibus y se realiza el control pertinente en conjunto con la CNRT.

Al coordinar y chofer se les solicita:

- Nombre de la empresa de transporte
- Nombre de la Agencia de turismo
- Dato de celulares, localidad, email, redes del transporte y de la agencia
- Se les indica por donde deben circular
- Se les asigna un día y hora para realizar el circuito chico y evitar molestar al vecino de Piedra Blanca

- Se les exige que la parada en el casco histórico debe ser para descensos de los pasajeros al costado del templo nuevo y el ascenso por el mercado, para fomentar el consumo de productores y artesanos.
- Se les obliga a realizar el desagote en el Taller de Alejandro Pen, único lugar habilitado para tales fines.
- Se toma el nombre del guía local
- Se toma el nombre de la agencia receptiva local
- Se les informa que para la realización de excursiones que salgan y regresen a merlo, sea a traslasierra, a san Luis, a la costa deben contratar guía Local
- Se instruye a a informantes y personal de transito que ante la violación de lo arriba mencionado deben hacer la multa correspondiente y exigir y/o sugerir el pago voluntario en Bromatología.

Material que se entrega al chofer de la Unidad de transporte

1. Deberán tomar la calle Carlos Gardel y continuar hasta la Av. Eva Duarte o la Av. José Mercau. Desde cualquiera de estas avenidas deberán doblar hacia Av. del Sol y continuar por dicha avenida hasta llegar al hotel correspondiente.
2. En caso de que el hotel se encuentre en la zona del casco histórico, calle Sobremonte o alrededores, el ingreso deberá realizarse por calle Cerro Champaquí hacia mano derecha, ubicada una cuadra antes del supermercado Top, y desde allí desplazarse hacia el alojamiento.
3. Para salir de la ciudad deberán bajar por Av. del Sol, continuar por Sobremonte hasta llegar a la calle Coronel Mercau (esquina Ribeiro), donde deberán doblar a la derecha. Luego avanzar por Coronel Mercau hasta la esquina con Janson, doblar a la izquierda y continuar por esta hasta Poeta Agüero. Al llegar, girar nuevamente a la izquierda y seguir hasta alcanzar la rotonda de acceso a Merlo.
4. Estar prohibido acceder a la plaza Marqués de Sobremonte
5. Es obligatorio realizar el desagüe del baño en el Taller Noni ubicado en la calle Igualdad esquina Felipe Varela, contactos 266 4642341 - 266 4514579. Horarios de atención: Lunes a domingos de 9 a 14 y de 16 a 21hs.
6. Los hoteles que no posean playa de estacionamiento habilitada deben estacionar en lugar del punto Número 5. **QUEDA PROHIBIDO ESTACIONAR EN LAS CALLES PERPENDICULARES A LA AV. DEL SOL**

7. Los autobuses con capacidad superior a 25 butacas NO pueden acceder al Circuito del Filo Serrano ni al sector de Pasos Malos
8. En caso de hacer city tour o circuito chico para cualquier tipo de bus, deben hacer descender a los pasajeros al costado del templo nuevo y luego ir a estacionarse de forma obligatoria en el Mercado Merlino (Ex terminal Vieja). **ESTÁ PROHIBIDO PARA AL COSTADO DEL TEMPLO NUEVO**
9. NO están autorizados para realizar servicios de transfers y traslados internos , tales como traslados a restaurantes, teatros, casinos, entre otros. Para dichas movilidades, deben utilizarse vehículos habilitados como taxis, remises, transporte urbano o agencias de viaje locales.
10. Por la Ordenanza N° III-0675-HCD-2015 Art 27 y 28 del HCD de la Villa de Merlo, toda excursión o circuito turístico que se realiza dentro del ejido de Merlo, o que tenga como destino el Corredor de los Comechingones y otros sitios turísticos de la provincia de San Luis (como Camping El Talar, Dique Pisco Yaco, Chorro de San Ignacio, Boca del Río, Santa Rosa del Conlara, Bajo de Véliz, Parque Nacional Sierra de las Quijadas, San Luis Capital, Carolina/Inti Huasi, entre otros), como tambien así circuitos en Traslasierras debe contar obligatoriamente con la presencia de un guía municipal habilitado.
11. En caso de no contar con el contacto de los guías habilitados, se solicita comunicarse con la Secretaria de Turismo de la Villa de Merlo para solicitar el listado de guías habilitados a través del servicio de whatsapp por el siguiente número 2664-840942 de 8 a 20hs o de forma directa a través de nuestra pagina en <https://villademerlotur.com/guias-de-turismo/> . Es importante recordar que no existen preavisos, por lo que le pedimos que evite sanciones.
12. Por la Ordenanza N.º IV-0477-HCD-2012, Art. N.º 2 , los taxis y remises tienen expresamente prohibido realizar excursiones turísticas, ya que no cuentan con la habilitación para dicha actividad. En este caso le pedimos informar esta normativa a los pasajeros. En caso de detectar o presenciar alguna irregularidad, se solicita efectuar la denuncia correspondiente al WhatsApp de la Oficina de Turismo (266-4840942) de 8 a 20hs.
13. Toda actividad turística debe ser realizada por agencias de viajes, guías de turismo urbano y prestadores de turismo aventura que se encuentren habilitados municipalmente y cumplan con la normativa vigente. Los listados oficiales están disponibles en www.villademerlo.tur.ar



14. Sería muy bueno para nuestro destino mostrar que Merlo recibe visitantes de todo el país, y también una linda oportunidad para que su empresa tenga visibilidad en nuestras redes. Su presencia en la ciudad nos enriquece y nos ayuda a seguir posicionando a Merlo como un lugar elegido. Por eso, los invitamos a enviarnos una foto del grupo haciendo alguna actividad, con el bus, una bandera o el distintivo que prefieran, al WhatsApp de la Secretaría de Turismo: (2664840942), indicando el nombre de la empresa y ciudad de origen. Vamos a compartir su llegada en nuestras redes sociales oficiales (Instagram, Facebook y web) para celebrar que están acá... y mostrar que Merlo es un destino que deja huella.

Planilla de control del Circuito Chico

	LUNES AGENCIA	MARTES AGENCIA	MIÉRCOLES AGENCIA	JUEVES AGENCIA	VIERNES AGENCIA	SÁBADO AGENCIA	DOMINGO AGENCIA
09:00							
09:30							
10:00							
11:00							
15:00							
15:30							
16:00							

Planilla de datos de choferes y coordinadores

FECHA DEL CONTROL			
AGENCIA		TELÉFONO	CIUDAD
TRANSP.		TELÉFONO	PROVINCIA
CHOFER	CELULAR		
CHOFER	CELULAR		
COORDI	CELULAR		
NOMBRE DEL HOTEL			
FECHA IN	FECHA OUT	CANT.PAXS	
EXCURSIONES INCLUIDAS			
GUIA LOCAL			
NOMBRE DEL RECEPTIVO			



Sr. agente de viajes y/o transportista

A partir del día 1 de Mayo, es **OBLIGATORIO** ingresar a la **Terminal de Omnibus Nueva** ubicada en Ruta Provincial N° 1 y calle Independencia en su arribo a Villa de Merlo (*Sin Costo*). Debe estacionar en las últimas plataformas según disponibilidad.





Para poder establecer la calidad del servicio brindado por hoteleros, gastronómicos, guías de turismo, agencias y también la información turística, la infraestructura ciudad etc, se ha dispuesto una encuesta con los siguientes resultados.

Proyecto: Plan de Embellecimiento Turístico de la Villa De Merlo

Fundamentación

La Villa de Merlo, como destino turístico consolidado, presenta un crecimiento sostenido en infraestructura, servicios y visitas. Sin embargo, para mantener y mejorar la experiencia del visitante, así como fortalecer el vínculo emocional con la comunidad local, es fundamental impulsar acciones de embellecimiento del espacio público con sentido estético, cultural y funcional.

El entorno urbano y natural debe comunicar identidad, orden, hospitalidad y cuidado. Este plan responde a una demanda transversal de mejorar la calidad visual del destino, reforzar su imagen institucional y poner en valor zonas de alto tránsito turístico, accesos y espacios de encuentro.

Objetivo general

Implementar acciones integrales de embellecimiento turístico que promuevan la mejora del espacio público, fortalezcan la identidad local y mejoren la percepción y experiencia del visitante.



Objetivos específicos

- Embellecer los puntos de acceso, ingreso y circulación clave del destino.
- Promover el arte local y la identidad territorial a través de intervenciones urbanas.
- Mejorar la señalética turística con criterios de calidad y diseño uniforme.
- Generar sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad.
- Integrar estética, funcionalidad y sostenibilidad en el diseño urbano

Acciones previstas

- Colocación de letras corpóreas y estructuras turísticas en accesos estratégicos (Mirador del Sol, Plaza Sobremonte, Avenida del Sol, entre otros).
- Instalación de nueva cartelería turística con mapas, datos útiles y referencias culturales.
- Intervenciones artísticas urbanas (murales, esculturas, bancos temáticos) con participación de artistas locales.
- Jerarquización de plazas y paseos mediante iluminación escénica, mobiliario urbano y paisajismo.
- Recuperación y puesta en valor de espacios públicos con historia turística.
- Colaboración con otras áreas municipales (Obras Públicas, Cultura, Juventud) para acciones conjuntas.

Criterios de diseño

- Uniformidad visual e identidad local
- Materiales duraderos y de bajo mantenimiento
- Inclusión de elementos naturales y vegetación nativa
- Inclusión de QR para información complementaria
- Incorporación de mensajes vinculados a sostenibilidad, cultura y hospitalidad

Resultados esperados

- Embellecimiento de al menos 10 puntos clave del destino.
- Participación activa de artistas, instituciones y vecinos.
- Mejora en la percepción del entorno urbano por parte de visitantes y residentes.
- Fortalecimiento de la imagen institucional de la Villa de Merlo como destino cuidado, moderno y con identidad.
- Material fotográfico y audiovisual para promoción digital.



“PREMERLO”**Programa de incentivo turístico temporada verano 2024****PreMerlo – Villa de Merlo y una propuesta imperdible para esta temporada 2024****Fundamentación**

La Villa de Merlo, reconocida por su Tercer Microclima del Mundo y su creciente posicionamiento como destino turístico a nivel nacional, se propone una vez más fortalecer la temporada de verano mediante una acción innovadora de estímulo al consumo turístico. A través de un sistema de beneficios directos, se busca dinamizar la economía local, fomentar la anticipación de reservas, y poner en valor la oferta turística integral del destino.

Objetivo general

Incentivar las reservas anticipadas y el consumo de servicios turísticos en la Villa de Merlo durante la temporada de verano 2024, promoviendo un turismo accesible y organizado.

Objetivos Específicos

- Generar un circuito de beneficios a través de una tarjeta turística virtual.
- Articular con prestadores de servicios turísticos para establecer una red de descuentos.
- Difundir la propuesta de manera federal a través de plataformas digitales y redes sociales oficiales.
- Estimular el turismo familiar, cultural y de naturaleza, promoviendo actividades gratuitas y accesibles.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

PreMerlo es un programa de beneficios que otorga a los visitantes registrados una tarjeta turística virtual con descuentos del 20% en alojamientos, gastronomía, excursiones y actividades varias. La misma se implementa mediante un sistema simple de registro online, donde cada visitante recibe vía mail su tarjeta virtual junto al listado actualizado de prestadores adheridos.

Mecanismo de Implementación

- 1. Registro:** el visitante completa un formulario digital con sus datos.
- 2. Recepción de Tarjeta:** recibe la tarjeta virtual por correo electrónico junto con los beneficios disponibles.
- 3. Reservas:** realiza su reserva directamente con el prestador seleccionado.
- 4. Forma de pago:** el descuento del 20% se aplica en pagos mediante efectivo o transferencia bancaria. Con tarjeta de crédito, el beneficio es del 10%.

Vigencia del Programa

- **Período de Reservas:** hasta el 15 de enero de 2024.
- **Período de Uso:** hasta el 28 de febrero de 2024.

Tarifas Referenciales Verano 2024

- **Hotel 3 estrellas con pileta climatizada para 2 personas:** \$32.000 por noche.
- **Cabaña para 4 o 5 personas, con desayuno, pileta y ropa blanca:** \$65.000 por noche.
- **Gastronomía local:** entre \$6.000 y \$9.000 por comida.
- **Excursiones organizadas:** alrededor de \$6.000 por persona.



Actividades Complementarias Gratuitas

Además del programa de descuentos, la Secretaría de Turismo ofrece una agenda de actividades gratuitas para toda la familia:

- Senderismo y clases de yoga en espacios naturales.
- Visitas guiadas a museos y salas de arte.
- Música en vivo en entornos panorámicos.
- Actividades culturales, deportivas y recreativas.

Oferta Turística Destacada

La propuesta integral de la Villa de Merlo combina naturaleza, cultura y aventura. Algunos de sus atractivos más valorados incluyen:

- Teatro Viejo Varieté y cine local.
- Rutas de los sabores (gastronomía regional).
- Astroturismo y miradores.
- Cabalgatas, parapente, trekking y cicloturismo.
- Circuitos culturales y experiencias sensoriales.



Proyecto: “PASAPORTE TURÍSTICO”

En una iniciativa conjunta, la Secretaría de Turismo de Villa de Merlo y San Luis ciudad lanzan el Pasaporte Turístico Cultural, un programa diseñado para enriquecer la experiencia de los visitantes y fomentar el turismo en ambas localidades.

Este pasaporte ofrece a los turistas y ciudadanos locales la oportunidad de disfrutar de eventos y actividades programadas en los dos destinos.

Como funciona:

1. **Acceso al pasaporte digital:** Los turistas y ciudadanos locales pueden obtener el pasaporte en puntos de información turística, en eventos participantes y a través de las páginas webs oficiales.
2. **Escaneo y sellos:** Al asistir a cada evento, los participantes podrán escanear un código QR único que les otorgará un sello digital completando un formulario.
3. **Participación en Sorteos:** Cada tres eventos asistidos y sellados, los participantes accederán a un sorteo exclusivo.

Gran Premio:

El premio principal para los participantes que hayan completado los formularios después de acumular sellos en tres eventos será un viaje completo que incluye:

- Estadía en ambos destinos (Villa de Merlo y San Luis Ciudad).
- Pasajes de ida y vuelta.
- Excursiones guiadas.
- Comidas en restaurantes destacados.

Objetivo del Programa:

El Pasaporte Turístico Cultural tiene como objetivo no solo incentivar el turismo en Villa de Merlo y San Luis, sino también proporcionar una plataforma que promueva la cultura, la historia y la diversidad de eventos que ambas localidades ofrecen. Esta colaboración busca crear una experiencia turística, atrayendo a un público diverso y aumentando la visibilidad de ambos destinos como lugares imperdibles.

Detalles del Programa:**Fecha de Lanzamiento:** 3 de junio de 2024**Duración del Programa:** Del 20 al 23 de junio.■ **EVENTOS GRATUITOS ENERO****LUNES**

- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Casa Museo Palmira**
- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Museo Lolma**
- 10 a 16 hs Entrada gratis al **Museo de Metaloplastica Kurteff**
- 9 a 19 hs Expo de fotos de aves en la **Casa del Bicentenario**
de Fotógrafo Héctor Aranda
- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**

MARTES

- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Casa Museo Palmira**
- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Museo Lolma**
- 9 a 19 hs Exposición fotográfica de aves en la **Casa del Bicentenario**
de Fotógrafo Héctor Aranda
- 11 hs **Recorrido interpretativo por la Reserva El Viejo Molino**
y Exposición fotográfica de Aves
Punto de Encuentro: **Casa Bicentenario** - Piedra Blanca arriba
- 17 a 19 hs Clases de Folklore gratuito en **Casa Palmira** - Prof. Silvia Urquiza
- 20 hs **CIRCO VON PEREZ** a la gorra
Martes 7: Balneario Rincón del Este
Martes 14: plaza de Cerro de Oro
Martes 21: Plaza de Piedra Blanca abajo
Martes 28: Plaza Piedra Blanca arriba
- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**

MIÉRCOLES

- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Casa Museo Palmira**
- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Museo Lolma**
- 9 a 19 hs Exposición fotográfica de aves en la **Casa del Bicentenario** de
Fotógrafo Héctor Aranda
- 10 hs Visita guiada por Iglesias en casco histórico
- 17 a 19 hs Clases de Folklore gratuito en la **Casa Palmira**
Prof. Silvia Urquiza
- 17hs **Leyendas Merlinas y recorrido interpretativo**
por Arroyo Juan Perez y Paseo de las Esculturas
Punto de encuentro: **Av. 2 Venados y Arroyo Juan Perez.**
- 18 hs Visita guiada por Iglesias en casco histórico
- 20 hs **CIRCO VON PEREZ** a la gorra en Casa Palmira
- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**

JUEVES

- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Casa Museo Palmira**
- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Museo Lolma**
- 9 a 19 hs Expo de fotos de aves en la **Casa del Bicentenario** de
Fotógrafo *Héctor Aranda*
- 17 hs **Recorrido por el Altar Comechingón** - Relatos, leyendas
merlinas y recorrido interpretativo en la Reserva El Viejo Molino.
Punto de encuentro: **Casa del Bicentenario** - Piedra Blanca arriba
- 16 a 18hs Clases de Folklore gratuito en la **Casa del Bicentenario**
Prof. Silvia Urquiza
- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**

VIERNES

- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Casa Museo Palmira**
- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Museo Lolma**
- 9 a 19 hs Expo de fotos de aves en la **Casa del Bicentenario** de
Fotógrafo *Héctor Aranda*
- 10 hs Visita guiada al casco histórico
- 17 a 19hs Clases de Folklore gratuito en la **Casa Palmira**-
Prof. Silvia Urquiza
- 18 hs Visita guiada al casco histórico
- 18 a 20.30hs Sunset Cultural **Casa Palmira**: Artistas de las Sierras
- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**

17 de enero Sprint Trail Nocturna en Camping Municipal
24 de enero Caminata saludable nocturna

SÁBADOS

- 9 a 19 hs Visitas guiadas gratuitas en **Casa Museo Palmira**
- 19 hs **Música al atardecer en Mirador del Tala Caído**
- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**
Espectáculos a la gorra
- 20 hs **CIRCO VON PEREZ** a la gorra en Paseo de Artesanos

18 de enero. Sprint Trail Nocturna en Camping Municipal
25 enero. 28° FIESTA PROVINCIAL DEL MATE PUNTANO. Espectáculos folclóricos,
Agrupaciones Gauchas, Cantina. En el Museo Lolma - Piedra Blanca abajo

DOMINGOS

- 19 a 00hs **PASEO MUNICIPAL DE ARTESANOS**
Música en vivo y espectáculos a la gorra

EVOLUCIÓN DEL SITIO WEB OFICIAL DE TURISMO DE LA VILLA DE MERLO

De sitio informativo a plataforma dinámica y multilingüe.

Uno de los logros más significativos en materia de comunicación institucional y digitalización del destino ha sido la renovación integral del sitio web oficial de la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo: www.villademerlo.tur.ar. Esta plataforma ha dejado de ser un simple espacio informativo para convertirse en una herramienta estratégica de promoción, vinculación con el visitante, difusión de servicios y fortalecimiento de la identidad digital del destino.

Antes

El sitio original contaba con información básica sobre atractivos, sin actualización frecuente ni integración con redes sociales. No estaba adaptado para dispositivos móviles y ofrecía un contenido limitado tanto en cantidad como en formato, sin funcionalidades de interacción directa con el turista.

Hoy

La nueva versión de la web es moderna, navegable y adaptativa, desarrollada con criterios de accesibilidad, diseño responsivo y en constante actualización. Está traducida a tres idiomas (español, inglés y portugués), lo que permite ampliar el alcance a mercados internacionales y facilitar el acceso de visitantes extranjeros.

Entre sus principales mejoras y funciones actuales, se destacan:

- **Turnero Digital:** Implementado para facilitar la atención personalizada y ordenar la demanda de trámites vinculados a prestadores turísticos. Esta herramienta permite que los usuarios reserven turnos en línea para ser atendidos en la Secretaría, optimizando los tiempos y mejorando la experiencia del usuario.
- **Calendario de Eventos:** Se mantiene actualizado con todas las actividades culturales, deportivas y turísticas que se desarrollan en la Villa. Se puede filtrar por fechas y temáticas, e incluye enlaces de interés, locaciones, y formularios de contacto. Además, desde esta sección se puede acceder a la suscripción al newsletter turístico para recibir información mensual sobre lo que sucede en Merlo: www.villademerlo.tur.ar/newsletter
- **Novedades:** Se publican regularmente noticias institucionales, lanzamientos de campañas, propuestas de temporada, recomendaciones para el visitante y contenidos educativos o de sensibilización vinculados al turismo responsable.

ORDENAMIENTO DEL TURISMO EN MOTORHOME

Regulación, señalética y control para una experiencia segura y responsable.

Ante el crecimiento sostenido del segmento de turistas que viajan en motorhome, la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo impulsó junto al Honorable Concejo Deliberante una ordenanza específica para regular esta modalidad, con el objetivo de preservar el entorno natural, evitar conflictos urbanos y ofrecer mejores condiciones tanto a los visitantes como a los vecinos.

Regulación de Motorhomes, Casas Rodantes, Campers y Vehículos Similares
Sancionada el 21 de noviembre de 2024

Objetivo

Establecer una regulación clara sobre la circulación, estacionamiento y pernocte de vehículos tipo motorhome, casas rodantes, casillas, campers, trailers u otros similares dentro del ejido urbano de la Villa de Merlo, con el fin de ordenar su uso y mitigar impactos sobre el espacio público, el tránsito y el ambiente.

Puntos principales

- **Libre circulación:** Se permite la circulación de estos vehículos por todas las vías públicas del municipio, salvo en zonas con prohibición expresa mediante cartelería.
- **Estacionamiento y pernocte:** Solo está permitido en campings públicos o privados autorizados por el Municipio. Queda prohibido estacionar o pernoctar en espacios no habilitados.
- **Vertido de residuos:** Está prohibido el vertido de aguas grises o negras y desechos en la vía pública. El incumplimiento será sancionado.
- **Requisitos de ingreso:** Para ingresar a Merlo, los vehículos deben presentar certificado de desinfección y desagote, emitido por el establecimiento donde se haya realizado el procedimiento.
- **Sanciones:** El propietario será responsable de la infracción. Las multas serán medidas en Unidades de Valor (UV), que equivalen al precio de un litro de nafta premium en YPF. Las sanciones van de 200 UV a 300 UV, según la gravedad.
- **Clasificación de infracciones:**
 - Leve:** estacionamiento en zona no habilitada.
 - Grave:** descarga indebida de aguas grises o negras.

Aplicación y control

La ordenanza faculta a las autoridades municipales a ejercer el control y fiscalización. Para esto, se contempla la implementación de talonarios de infracciones con opción de pago voluntario, que estarán disponibles tanto en el área de Tránsito como en Informes Turísticos Municipales.

Cartelería y Señalización

Se ha instalado cartelería informativa y reglamentaria en los principales accesos y zonas críticas del ejido urbano para comunicar:

- Zonas habilitadas para estacionamiento temporal de motorhomes
- Zonas donde está expresamente prohibido pernoctar o acampar
- Información sobre la ordenanza y QR para escanear y acceder a los detalles legales

Los carteles se emplazan estratégicamente en:

- Av. del Sol (altura Rotonda Dos Venados)
- Accesos a Rincón del Este y Pasos Malos
- Ingreso a Cerro de Oro
- Zona del Balneario Municipal
- Parador de ómnibus y zona del ex casino
- Plaza Sobremonite
- Ingreso por Ruta 1 (desde Córdoba)

ORDENANZA N° IV-1142-C.D-2024

Villa de Merlo, (S.L.), 21 de Noviembre de 2024.

REGULACIÓN DE VEHÍCULOS MOTORHOME

VISTO:

La necesidad de reglamentar la circulación y estacionamiento de los vehículos denominados motorhome, casa rodante, casilla, camper, tráiler u otro tipo de vehículos rodantes de características similares.; y:

CONSIDERANDO:

Que la Villa de Merlo se caracteriza por su actividad turística, la cual constituye el principal motor de su economía, atrayendo visitantes de diversas partes en busca de experiencias únicas en un entorno natural privilegiado.-

Que dentro de las diversas modalidades turísticas, el uso de vehículos de estas características ha adquirido una relevancia significativa, ya que permite a los turistas disfrutar de la villa y sus alrededores con la flexibilidad y comodidad que estas unidades ofrecen.-

Que, a pesar de la creciente afluencia de este tipo de vehículos, actualmente no existe una ordenanza municipal que regule adecuadamente su circulación, estacionamiento y pernocte, lo que genera un vacío normativo que debe ser abordado.-

Que la Ley Provincial de Tránsito y Seguridad Vial (Ley N° X-0630-2008, modificada por Ley N° X-1110-2023, sancionada el 19 de septiembre de 2023) contempla este tipo de vehículos de manera escueta y delega a las autoridades municipales la mayor cantidad de atribuciones y el poder de policía, confiriendo la facultad de establecer normas específicas.-

Que la ausencia de un marco normativo adecuado ha llevado a que los mencionados vehículos se estacionen en lugares inapropiados, causando obstrucciones al flujo vehicular y peatonal, así como problemas de higiene y seguridad, afectando la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los turistas.-

Que es esencial establecer una regulación que facilite el tránsito y su hospedaje en la Villa de Merlo, garantizando un equilibrio entre el desarrollo turístico y la preservación del entorno, así como el bienestar de la comunidad.-

POR TODO ELLO EL CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD VILLA DE MERLO, SAN LUIS, EN USO DE LAS FACULTADES Y ATRIBUCIONES QUE LE CONFIERE LA LEY, SANCIONA LA SIGUIENTE:

ORDENANZA

ARTÍCULO 1°

OBJETO: La presente Ordenanza tiene por objeto regular la circulación, el estacionamiento y el pernocte de los vehículos denominados Motorhomes, casas rodantes, casillas, campers, trailers u otros tipos de vehículos rodantes de características similares dentro del ejido urbano de la Villa de Merlo. -

ARTÍCULO 2°

ZONAS DE CIRCULACIÓN: Los vehículos mencionados en el artículo anterior podrán circular libremente por las vías públicas del municipio, salvo en aquellas zonas donde esté expresamente prohibido por señalización específica.-

ARTÍCULO 3°

ESTACIONAMIENTO Y PERNOCTE: El Municipio designará los campings públicos o privados, donde podrán estacionar los vehículos definidos en el Artículo 1°, tanto para estacionamiento diurno como para pernocte.-

ARTÍCULO 4°

PROHIBICIONES: Queda totalmente prohibido estacionar y pernoctar en espacios no autorizados, así como el vertido de aguas residuales y cualquier tipo de desecho en el espacio público.-

ARTÍCULO 5°

REQUISITOS DE INGRESO: Se exigirá, al ingreso a la Villa de Merlo, una desinfección y desagote, con el correspondiente certificado emitido por el predio que realice este servicio.-

ARTÍCULO 6°:

SANCIONES: El incumplimiento de las disposiciones de esta Ordenanza hará responsable al propietario del vehículo, quien podrá ser sujeto a una multa. El valor de la multa se determinará en Unidades de Valor (UV), cada una de las cuales equivaldrá al precio de venta al público de un (1) litro de nafta de mayor octanaje comercializada por YPF en la Villa de Merlo, con montos que oscilarán entre 200 UV y 300 UV, según la gravedad de la infracción.-

ARTÍCULO 7°:

CLASIFICACIÓN DE INFRACCIONES. La gravedad de la infracción se clasificará conforme a los siguientes criterios:

- A. Leve:** infracción ocasionada por el estacionamiento en zonas no habilitadas por la autoridad de aplicación.-
- B. Grave:** infracción por desagote o descarga de aguas grises o negras en lugares no habilitados para tal fin.

ARTÍCULO 8º:**COMUNÍQUESE, REGÍSTRESE, PUBLÍQUESE Y OPORTUNAMENTE, ARCHÍVESE. –****MOTOTURISMO EN LA VILLA DE MERLO****Un homenaje que se convirtió en motor de desarrollo turístico**

La Villa de Merlo es hoy un punto de referencia nacional para los amantes de las motos. Este posicionamiento no fue casual, sino fruto de una visión compartida entre el sector público y las comunidades de motociclistas, que encontraron en la ciudad no solo paisajes espectaculares y rutas amigables, sino también reconocimiento e identidad.

El origen del Monumento al Motociclista Argentino

La idea de rendir homenaje a quienes eligen la moto como forma de vida, de viaje y de encuentro, surgió a partir del vínculo establecido entre la Secretaría de Turismo y clubes de motociclistas locales, que propusieron instalar un símbolo permanente en la Villa.

Clubes y agrupaciones moteras locales

Numerosas agrupaciones moteras de Merlo y la región han participado activamente en la promoción de esta identidad turística.

Estas agrupaciones no solo acompañan los eventos vinculados al mototurismo, sino que han sido fundamentales en la consolidación de la Villa como sede de encuentros, travesías solidarias y peregrinaciones en dos ruedas.

La importancia estratégica del mototurismo

El monumento al motociclista argentino surge como la idea de poder reconocer a los moteros locales por su activa participación en la promoción indirecta de nuestra Villa de Merlo, dado que, a través de encuentros y viajes que realizan de manera constante se transformaron en una manera de hacer llegar el mensaje de nuestra ciudad y sus bondades turísticas; que si bien nació con la anécdota de haber encontrado una Gilera modelo 1966 tirada en un galpón municipal, se puso en valor y a través del Observatorio Turístico se encontró un nicho de viajeros altamente rentable para la localidad.

Con los grupos de motos locales se hizo la base del monumento y una artista plástica hizo la primer escultura que luego de un temporal quedó destruida para que se reconstruyera con una moto de diseño, además, la base del monumento, es sostenida por diferentes placas de grupos y motero del país que a su paso pueden colocar o dejar una calco de su travesía.

Pero se fomentaron algunas rutas en base a las conductas de los motoviajeros, esto a dado como resultado, el fuerte incremento en los fines de semana de motos de gran porte y cilindrada, que realizan uno o dos pernoctes en nuestra localidad, que consumen una cena y consumen en bares.

Las rutas que se promocionan son:

- CORDOBA – ALTAS CUMBRE MERLO
- CORDOBA – SIERRAS CHICAS – MERLO
- MENDOZA - MERLO
- SAN JUAN – MERLO
- CABA/GRAN BUENOS AIRES – MERLO – SAN JUAN - LA RIOJA

El encuentro es derivado de esta actividad, durante tres años se realizó el encuentro de motos en la av del sol, con foodtrucks, bandas en vivo, artesanos, pero rápidamente vimos que se estaba convirtiendo en un destino de grupos de moteros con todo su folklore y de poco consumo, como por ejemplo, solo consumía camping, picnic o asado, o sea de baja rentabilidad para la comunidad, análisis que derivó en volcarnos al Moto Turismo, de esa manera pudimos recuperar el origen del motero y comenzamos a recibir travesías de grupo temáticos y de motos de altísimo nivel, como el Club Goldwing, Harley Davidson, BMW, Honda, sumados a motoviajeros que han llegado desde otros países como México, EEUU, Chile, Paraguay, Uruguay etc.

El futuro de este segmento está orientado a los siguientes objetivos:

En ruta 1 ubicar un parador de motos, con servicios mecánicos, bar, y hasta con alojamiento de paso.

Realización de la reunión del motociclista argentino 2026

Estas rutas no solo implican movimiento turístico, sino también gasto en gastronomía, alojamiento y servicios complementarios, generando un impacto económico directo para el destino.

El mototurismo, además, promueve valores como el compañerismo, el respeto por la ruta y la diversidad, siendo una comunidad que valora profundamente los destinos que los reciben con hospitalidad y orden.

3 & 4 SEPTIEMBRE

REUNIÓN DEL MOTOCICLISTA ARGENTINO

VILLA DE MERLO | SAN LUIS

Exhibición de motos • Shows • patio de comidas

INFO

- Turismo Villa de Merlo 2664 840942
- Nancover Riders 351 2330979 • Jotes del Camino 351 6693295
- Cráneos de Metal 2664 580126 • Señores Moteros 2664 502352



**MOTOTURISMO
EN LA VILLA
DE MERLO**

TURISMO EDUCATIVO EMISIVO

Una política de formación e inclusión a través del viaje

La Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo entiende al turismo no solo como una actividad económica o recreativa, sino también como una poderosa herramienta educativa, integradora y de crecimiento personal. En ese marco, desde 2022 se implementa la línea de Turismo Educativo Emisivo, una política pública que promueve que estudiantes, trabajadores del sector y referentes locales puedan viajar a otras ciudades y destinos turísticos del país para conocer, capacitarse e inspirarse.

Justificación

Esta estrategia se basa en la convicción de que “conocer otros lugares mejora la forma en que valoramos y gestionamos el nuestro”. La experiencia del viaje ofrece aprendizajes vivenciales, despierta nuevas miradas sobre la actividad turística y fortalece el sentido de pertenencia con la propia comunidad.

El turismo emisivo educativo busca:

- Brindar igualdad de oportunidades para acceder a experiencias formativas fuera del territorio local.
- Ampliar horizontes a través del contacto directo con otros destinos turísticos, modelos de gestión, servicios y entornos culturales.
- Incentivar vocaciones y reafirmar el compromiso con el desarrollo turístico sustentable.
- Crear comunidad, ya que los viajes grupales fortalecen la identidad colectiva y el trabajo en equipo.
- Romper barreras geográficas y simbólicas, especialmente entre jóvenes y trabajadores que no han tenido la oportunidad de viajar antes.

Hasta la fecha, han participado las siguientes instituciones:

- El Cuenco-Escuela Waldorf
- Escuela Generativa General San Martín



PROYECTOS EN CARPETA

Diseño de nuevos productos turísticos para una Villa de Merlo diversa, creativa y sostenible.

La Secretaría de Turismo de la Municipalidad de la Villa de Merlo promueve de manera constante el diseño, acompañamiento y puesta en valor de nuevas propuestas turísticas que enriquezcan la identidad local, diversifiquen la oferta y favorezcan la circulación de visitantes a lo largo de todo el año. En este marco, se acompañan proyectos surgidos tanto desde el equipo técnico como desde la comunidad, en articulación con áreas como Cultura, Ambiente, Juventud y Producción.

A continuación, se detallan algunos de los principales proyectos en carpeta, actualmente en distintas etapas de formulación o pre ejecución, que representan una visión innovadora, descentralizada y territorialmente comprometida del desarrollo turístico.

■ CAMINO DE LAS PULPERÍAS

1. Introducción

La masificación de las grandes zonas urbanas va acompañada de la pérdida de las tradiciones locales, una parte esencial de la identidad de una comunidad. Las tradiciones locales incluyen aspectos como las festividades, el arte artesanal de la zona y la gastronomía, que forman parte del legado cultural de cada municipio y lugar.

Mantener estas tradiciones vivas permite a las generaciones presentes y futuras conectarse con sus raíces y comprender su patrimonio cultural. Así como también que las mismas estén bien conservadas y fomentadas por organismos públicos y empresas locales, ofrecen la oportunidad de convertirlas en un potencial gran atractivo turístico para los visitantes que buscan sumergirse en la cultura y las tradiciones locales.

En este sentido, la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos plantea gran parte de los Ejes de Gestión Turística 2023/2027. Herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de la Villa de Merlo, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo.



2. Marco del proyecto

El presente proyecto se enmarca en los 15 Ejes de Gestión Turística que la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos pretende llevar a cabo en los próximos 4 años, centrándonos específicamente en el número 4, denominado “Camino de las pulperías”.

El mismo propone realizar un circuito pedestre en el Barrio de Piedra Blanca Abajo, que tenga como punto de partida el Museo Lolma y como punto de culminación el Algarrobo Abuelo. A lo largo de este se buscará lograr un recorrido por aquellas de las más importantes e históricas pulperías con las que la Villa de Merlo contaba allá por el 1871, planteando de esta manera el poder generar una experiencia de viaje o retroceso en el tiempo a quienes lo visiten y recorran, ofreciéndoles conocer lo que se vivía en aquellos tiempos, lo que se comía y se bebía, así como también lo que experimentaban los paisanos en aquellos encuentros que tenían como sede los centros sociales denominados Pulperías.

3. Mercado de referencia

Los potenciales consumidores del circuito se dividen en dos grandes grupos, por un lado turistas particulares y por otro turistas que provengan de una agencia de viaje acompañados de un guía, sin embargo en grandes rasgos comparten características similares.

En base al balance enero 2024 realizado por la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos turísticos desde el lunes 1° al miércoles 31 de enero, en donde se encuestaron a 3.976 visitantes que ingresaron a los Centros de Informes Turísticos de la Villa de Merlo en busca de información, podemos caracterizarlos de la siguiente manera:

Hombres y mujeres de 35 a 54 años (59,4%), que provienen de la provincia de Buenos Aires (51%), le siguen Mendoza (12,90%) y San Luis (9,68%), con una estadía promedio de 4,83 días en el destino.

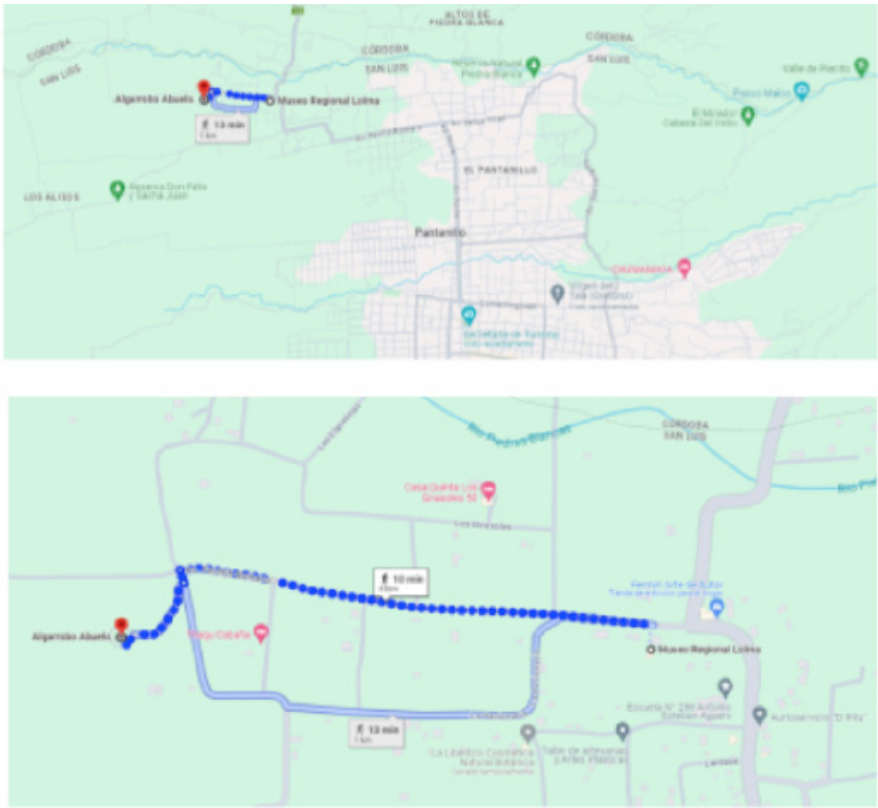
Un 70,83% organiza su viaje por cuenta propia mientras que el 29,17% lo hace por medio de agencia de viajes, utilizan vehículo propio para llegar y suelen viajar en grupos de 4, 2 y 3 personas respectivamente; un 50% lo hace con amigos, 31,8% con familiares y por último con un 18,2% con pareja u otros.

Se informan acerca del destino y qué hacer en él por recomendaciones en primer lugar, luego redes sociales y por último agencia de viajes u otros. Así como también lo eligen en gran mayoría por su naturaleza y tranquilidad.

Sin embargo existen rasgos y características más específicas que identifican al público al que la secretaria pretende redirigir el circuito, y son hombres y mujeres que tengan interés en conocer las tradiciones que hacen a la historia y cultura del destino, que les gusten los circuitos pedestre no muy extensos, interactivos y haya por supuesto spots para fotos. En su gran mayoría que lleguen a él por medio de una agencia de viajes, quien les brinde el servicio de transporte y coordinación.

4. Circulación y recorrido

Fase 1: Delimitación del área de operaciones (*límites geográficos*).



Fase 2: Recursos y atractivos turísticos existentes.

ATRIBUTO	DISPOSICIÓN	ACCESIBILIDAD
Museo Lolma	Sobre Avenida Fermin Romero	Buena
Algarrobo Abuelo	Avenida Fermin Romero y Catedral de los Pajaros	Buena

Fase 3: Temática del circuito
Cultural-histórico (*pulperías*)

Fase 4: Salida, puntos de visita y llegada**SALIDA:** Museo Lolma**PUNTOS DE VISITA:** Pulperías e interpretaciones artísticas.**Pulperías:**

- Pulpería Gregorio Blanco
- Don Urquiza
- Angel Estevez
- Don Santiago Cancia

Interpretaciones artísticas:

Se plantea que en cada una de las pulperías y fondas integradas al circuito, los turistas tengan la posibilidad de interactuar con actores y actrices que se encuentren vestidos acorde a la época y siguiendo un guion, de esta manera invitándolos a sentir y vivir en primera persona lo que era visitar estos lugares en búsqueda de un trago de paso y un poco de diversión por un rato.

LLEGADA: Algarrobo Abuelo**Fase 5:** Distancia del recorrido, duración y horarios de visita.**DISTANCIA:** 700 metros**TIEMPO:** 20 minutos total**HORARIO DE VISITA:** 11 hs - 16 hs con agencias

08 hs - 20 hs particular

Fase 6: Facilidades. (elementos que le permita al turista disfrutar del atractivo).**Infografía:** General y específica de cada una de las paradas.

GENERAL: En la misma se introduce a la temática del camino a realizar a continuación, haciendo principal hincapié en que cada una de las pulperías y fondas a conocer no pertenecen específicamente al barrio de Piedra Blanca Abajo, sino a distintos sitios de la Villa de Merlo.

ESPECÍFICAS: En frente o al costado izquierdo de cada puesto habrá una pequeña descripción de la historia de fundación y detalle de su función.

▪ PULPERÍA DON GREGORIO BLANCO

“Allá por 1871 Don Gregorio Blanco abrió la primera tienda, almacén, pulpería y boliche de la Villa de Merlo. Dato curioso y no menor, se comentaba por ese entonces que el Sr. Blanco tenía un capital de \$1.500, sin embargo hacía figurar una pequeña cantidad de cada una de ellas.

Un 22 de abril envió mediante Mariano Varela, Juez de alzada, un pliego de interés del vecindario al gobernador para que el juez de paz concurriera al juzgado de alzada a fin de proveerlos de las patentes. Entre idas y vueltas se le termina dando la patente de tercera clase con un valor que alcanzó los \$30”

▪ LO DE URQUIZA

“Corrían los años 80 cuando en la esquina noroeste frente a la plaza Sobremonte, aun alambrada, colmada de duraznos, vides y el aljibe que aún preserva, Don Felipe Urquiza y su esposa Marcelina Palacios decidieron abrir este emblemático almacén, en donde se comentaba que los clientes tomaban un trago en el mostrador mientras esperaban ser atendidos.

En 1953 luego de la muerte de Marcelina Palacios, Felipe contrajo nuevas nupcias con Felisa Pérez, con quien tuvo un hijo, el conocido Felipe “Pocho” Urquizaquien fue un poeta de corazón y de pueblo, amigo para algunos y confidente para tantos otros . Quien supo contar y decir desde el alma en cada uno de sus relatos, lo sencillo, lo criollo, lo cotidiano, lo del día a día en este emblemático lugar de encuentro.

Después del fallecimiento de don Felipe en 1955, la viuda contrajo nuevas nupcias con José R. Becerra quien tomó la decisión de reabrir nuevamente el boliche con venta de empanadas y copeo. Denominandola así como una fonda para la gente de paso.

Alrededor del 1980 esta cerró sus puertas para luego abrirlas en hasta hoy en día. Conservando esa esencia que tanto transmite a aquellos que la visitan, no solo en cada objeto a la vista, sino en la música que de fondo se escucha mientras la añoranza romántica, que el sabor de las comidas transmite, aflora en cada bocado”

▪ LA FONDA DE ÁNGEL ESTÉVEZ

Durante la década del 30, Don Angel Estevez hijo de inmigrantes españoles adquirió a inicios de la actual Avenida Del Sol el local donde funcionó el primer boliche que contaba con piezas de alquiler, las mismas estaban pensadas y destinadas para aquellos cumbranos que bajaban desde las sierras a realizar las compras y vender minerales y cueros, pernoctar aquí abajo y retomar al día siguiente su camino.

Luego en la década del 50 la propiedad pasó a ser administrada por Ovildo “Petizo” Bustos quien estaba casado con Victoria Morales y juntos decidieron renombrarlo a “Fonda de Bustos”, se caracterizó por las comidas que preparaban y hasta la organización de algún que otro casamiento.

Posteriormente fue el “Mecho” Rodríguez quien abrió allí en la década del 60 un almacén con algunos tragos al paso y partidas de truco. Así como también vendía golosinas a los niños que pasaban hacia la escuela.

Actualmente funciona el centro médico “Caranday”.



▪ ALMACÉN DE LOS CIANCIA

“Oriundos de Caprile, Italia, llegaron en 1898 Santiago Cancia y su esposa Angelina. Ambos compraron la propiedad de Servando y Buenaventura Camargo en la esquina frente a la capilla y abrieron un almacén.

Allí vendían de todo, incluso gran parte de la mercadería adquirida provenía directamente desde Río IV, llegaba en carros, los que tardaban por lo general 3 o 4 días de marcha. La amplitud de su propiedad no solo les permitió montar su almacén, sino también en ella criar gallinas, sembrar en su huerta toda clase de verduras, y obtener vino casero de su propio parral.

Eran sus hijas Leonor y Juana quienes colaboraban activamente con la atención al público y en especial con la contabilidad del negocio.

Ante la muerte de don Santiago el 1 de marzo de 1916 su hija Leonor fue quien continuó al frente del negocio un par de años más hasta el casamiento de su hermana Juana, evento por el cual la familia se trasladó a Mendoza, y llevó al cierre de las puertas del edificio, Sin embargo estos decidieron conservarlo para cuando venían ocasionalmente de vacaciones”

Audioguías: Utilizando como base la infografía correspondiente a cada puesto se grabaran audios en formato MP4. Los mismos se subirán a la aplicación SPOTIFY donde podrán acceder a ellos mediante un QR que los redirige a una playlist específica.

Personal de interpretación: Bailarines, actores, e intérpretes locales.

Construcción edilicia: La construcción de cada uno de los negocios/pulperías estará a cargo del Municipio de la Villa de Merlo, sin embargo el uso y acondicionamiento de cada uno de ellos será mediante llamado a licitación al público en general interesado en ser partícipe de este circuito turístico.

5. Promoción y difusión del proyecto

A efectos de dar a conocer el proyecto, se pensó en instituciones públicas y privadas meramente insertas en el sector turísticos, o relacionadas al mismo.

Sector PÚBLICO	Contacto	Sector PRIVADO	Contacto
Sec. de Gestión Cultural e Identidad Merlina	Teléfono: 0265 6476620 Mail: culturavillademerlo@gmail.com	Agencia de viajes y turismo Matey	Teléfono: 2664343261 Mail: turismomatey@gmail.com
Sec. de Gestión, Calidad y Productos Turísticos	Teléfono: 0266 15 4 840942 Mail: informesturisticosmerlo@gmail.com	Aventura Puntana	Teléfono: 30473596 Mail: mailto:mreschia@hotmail.com
Sec. de Ambiente, Producción y Desarrollo Sustentable	Teléfono: +542914563965 Mail: gestionambiental.mv m@gmail.com	Cana Blaya Viajes y Turismo	Teléfono: 02656-470547 Mail: mailto:naseluturismo@hotmail.com
Ministerio de Turismo y Cultura - San Luis	Teléfono: (0266) 442-3479 Int. 4167	Comechingón Viajes	Teléfono: 1160393190 Mail: comechingon@merlo-sl.com.ar
Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable - San Luis	Teléfono: (0266) 445-2000 Int. 3451 Mail: ambiente@sanluis.gov.ar	Magna Turismo	Teléfono: 02656-475 618 Mail: mailto:magnaturismo@hotmail.com
Biblioteca Lugones Piedra Blanca Arriba	Teléfono: (02656) 479639 Mail: bppb@merlo-sl.com.ar	Torres Tur	Teléfono: (2656) 47-4071 Mail: mailto:torrestur@merlo-sl.com.ar
Biblioteca Antonio Esteban Aguero	Teléfono: 02656 47-4320 Mail: biblio.aea@gmail.com	Turismo Impacto	Teléfono: 02656-473-329 Mail: mailto:info@turismo-impacto.com.ar

Sector PÚBLICO	Contacto	Sector PÚBLICO	Contacto
Escuela Pública Autogestionada N9 Doctor Horario de la Mota	Teléfono: 02656-472700 INT.101 Interno: (0266-4452000) 6038-6112 Mail: escuelaexp9@sanluis.gov.ar	Centro Educativo N26 Maria Palmira Cabral de Becerra	Teléfono: 02656-475810-473446 Interno: (0266-4452000) 6606 - 6828 Mail: centroeducativo26@sanluis.gov.ar
Centro Educativo N27 Gobernador Santiago Besso	Teléfono: 02656-478553-4758 02-475056-470036-476792 Interno: (0266-4452000) 6721-6724-6730-6731-6718- Mail: egbesso@merlo-sl.com.ar	Escuela N 181 Jose de Calasanz	Teléfono: 02656 - 475598-479781 Interno: (0266-4452000) 6050 Mail: escuela181@sanluis.gov.ar
Escuela N 221 Irma Romero de Pacheco	Teléfono: 02656 - 477545 Interno: (0266-4452000) 6714 Mail: escuela221@sanluis.gov.ar	Escuela N 435 Pueblo Comechingon	Teléfono: 02656 - 473183-473182 Interno: (0266-4452000) 6807 Mail: escuela435@sanluis.gov.ar
Escuela EMEI	Teléfono: 02656-478535 Mail: emeimerlo@gmail.com	Instituto Monsenor Orzali	Teléfono: 02656-475128 Interno: (0266-4452000) 6911-6529 Mail: orzali@merlo-sl.com.ar
Colegio San Francisco de Asis	Teléfono: 02656-475262 Mail: sanfranciscocole@hotmail.com	Facultad de Turismo y Urbanismo	Teléfono: +54-02656-470316 Mail: ftu-sacade@unsl...
Universidad Nacional de Los Comechingones	Teléfono: (02656)474-612 Mail: contacto@unlc.edu.ar		

■ BUS TURÍSTICO

Con el objetivo de poder generar más actividades turísticas en la Villa de Merlo, proponemos hacer un recorrido de bus que no afecte a las excursiones tradicionales, potencializando sectores y barrios que no son desarrollados por la afluencia normal del turismo, como cerro de oro, mirador del peñón, el parque recreativo, el paseo demás esculturas.

Se genera un recorrido con una frecuencia de entre bus y bus, de 45 minutos y una hora, saliendo del Mercado de productores, bajando por Av del sol, terminal de ómnibus nueva, casa del poeta, barrio Pellegrini, Av Carlos Gardel, Av Pepe Mercau, Cerro de Oro, Av de los césares, balneario del rincón, arroyo del sonso, Av dos venados, Av de Pasos Malos, Mirador del Peñón, Av del Libertador gral San Martin, Av norte, Plaza Marqués de Sobremonte para finalizar en el Mercado de Productores.

Se realizarán las siguientes paradas fijas

1. Mercado de Productores
2. Terminal de Ómnibus Nueva
3. Casa del Poeta
4. Barrio Pellegrini (manjares de Merlo)
5. Cerro de Oro
6. Balneario del rincón
7. Mirador del Peñón
8. Parque Recreativo
9. Plaza Marqués de Sobremonte

Cada pasajero adquiere un ticket que puede ser utilizado desde la 9 de la mañana hasta las 18 hs que sale el último servicio, sin necesidad de volver a comprar el pasaje.

Los servicios serán en mini buses de máximo 24 butacas, con techo descapotable, con lona, calefacción, accesibilidad, guía de turismo, pantalla de LED marcando el recorrido. La pintura exterior debe ser vintage. Las butacas reclinables de cuero o cuerina.

En cada parada de paso se debe generar una estación con los información turística virtual (QR) PLOTEOS de mapa y paisajes.

En las siguientes paradas de estancia se debe generar lo marcado en el punto anterior Pero se debe generar lo siguiente:

- Foodtrucks de alimento y bebida
- Un Paseo artesanal de máximo 5 puestos

Las paradas estancias son:

1. Barrio Pellegrini
2. Cerro de Oro
3. Mirador del Peñón
4. Parque Recreativo

En los puntos de manjares y parque recreativo se puede obviar el foodtruck, dado que ya existe infraestructura apta para la parte gastronómica.

Se debe licitar la ruta mencionada a las empresas locales con el respaldo de una agencia de turismo.

La empresa concesionaria deberá hacerse cargo de la construcción de ambos tipos de paradas, propiciar los puntos de venta y contratar los guías profesionales trabajando en concordancia con la Agitur Comechingones.

El objetivo es poder brindar servicio, incrementar la oferta de actividades y promover el trabajo sustentable.

PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE “ENTRETENIMIENTO E INFORMACIÓN TURÍSTICA”

SISTEMA “HOP ON – HOP OFF”

DEFINICIONES Y TERMINOLOGÍA

A los efectos de la interpretación y aplicación del presente Pliego de Bases y Condiciones Particulares y de toda documentación relativa e inherente a la presente Licitación Pública, queda establecida la siguiente terminología:

1. **AUTORIDAD DE APLICACIÓN:** Es el Área de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de la Ciudad de la Villa de Merlo o el organismo que en el futuro lo reemplace.
2. **ORGANISMO LICITANTE:** La Municipalidad de la Ciudad de Villa de Merlo.
3. **ADJUDICACIÓN:** Acto administrativo por el cual el Organismo Licitante adjudica la Licitación a la oferta más conveniente.
4. **COCONTRATANTE:** Oferente a favor del cual se ha dictado el acto administrativo de Adjudicación del objeto Licitado hasta la firma del Contrato.
5. **ADQUIRENTE:** Persona jurídica o UT que ha adquirido los Pliegos, conforme las disposiciones del presente Pliego de Bases y Condiciones Particulares.
6. **UT:** Unión Transitoria.
7. **EVT:** Empresa de Viajes y Turismo
8. **ADMINISTRACIÓN:** refiérase a la Municipalidad de la Ciudad de la Villa de Merlo, mediante su ente de control.
9. **CIRCULAR CON CONSULTA:** Respuesta que brinde el Organismo Licitante a todo pedido de aclaración formulado por el o los Adquirentes del Pliego.
10. **CIRCULAR SIN CONSULTA:** Aclaración de oficio que el organismo licitante formule respecto de los Pliegos Licitatorios.
11. **U.T.M:** Unidad Tributaria Municipal

12. **CONTRATO:** Instrumento legal, escrito, donde se fijan las pautas de la contratación y que rige las relaciones entre la Municipalidad de la Ciudad de la Villa de Merlo y el Cocontratante, y cuyas estipulaciones forman en un todo, parte integrante del plexo normativo que rige la presente Licitación Pública.
13. **CONCEDENTE:** Es la Autoridad de Aplicación que tiene a su cargo la gestión, administración y control del servicio licitado.
14. **COCONTRATANTE:** Adjudicatario que ha firmado el Contrato.
15. **OFERENTE:** Persona jurídica o UT que presenta una oferta en el marco de la presente Licitación Pública.
16. **OFERTA:** Propuesta presentada por el Oferente para la presente Licitación Pública.

RÉGIMEN JURÍDICO

La presente Licitación pública estará regida por las siguientes normas, actos y reglamentos:

- **Ley nacional 18.829 ley de agencias de viaje**
- **LEYES DE ORDEN PCIAL Y ORDENANZA MUNICIPALES REFERIDAS AL TEMA**

NORMATIVA PROVINCIAL DE SAN LUIS

Ley VIII-0722-2010 – Ley General de Turismo

- Regula y promueve el desarrollo y la sostenibilidad de la actividad turística en San Luis.
- Establece al Ministerio de Turismo y Cultura como autoridad de aplicación de todas las actividades turísticas en la provincia.

Ley VIII-1087-2022 – Régimen de Promoción a la Inversión Turística

(con Decreto reglamentario 3208-SGG-ST-2023)

- Fomenta inversiones privadas en obras y servicios turísticos, incluyendo agencias y equipamientos.
- Define beneficios, requisitos y el organismo de gestión provincial

Además, se encuentra vigente la normativa nacional aplicable (*Ley 18.829 y sus reglamentaciones*) que también rige a nivel provincial.

ORDENANZAS MUNICIPALES DE VILLA DE MERLO

Ordenanza N° III-1121-C.D.-2024

- Villa de Merlo adhiere a la Ley Provincial de Guías de Turismo, fortaleciendo el marco local para la habilitación de guías y agencia.

Ordenanza N° X-0945-HCD-2020

- Declara de interés municipal y adhiere a la Ley 27.563 (*Ley nacional de Sostenimiento y Reactivación Productiva de la Actividad Turística*), integrando apoyos al sector turístico local

También se menciona, en diagnósticos municipales, la Ordenanza N° 744-HCD-2000 (*Normas Básicas del Ordenamiento*) como parte del marco regulatorio local.

PLIEGO DE CONDICIONES PARTICULARES SERVICIO DE ENTRETENIMIENTO E INFORMACIÓN TURÍSTICA

CLÁUSULA 1.- OBJETO.

La totalidad de la documentación establecida regirá la LICITACIÓN.

PÚBLICA PARA CONTRATAR EL SERVICIO DE ENTRETENIMIENTO E INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA LA CIUDAD “MERLO CITY BUS” a través de vehículos de transporte terrestre.

El objeto del presente llamado a licitación lo constituye la prestación del servicio de entretenimiento turístico urbano, siguiendo un itinerario prefijado continuo, con horarios y paradas prefijadas en los puntos singulares de especial interés turístico y cultural de la Ciudad de la Villa de Merlo.

El servicio para prestar se caracterizará, en términos generales, por lo siguiente:

- Excelencia en la prestación del servicio de entretenimiento e información turística para la Ciudad de la Villa de Merlo, solicitando la participación a la licitación de EVT.
- Su objetivo son los turistas visitantes (nacionales y extranjeros) de la Ciudad de la Villa de Merlo, si bien también puede ser utilizado por residentes o habitantes de la Provincia.
- Estará basado en la reiteración de un itinerario preestablecido y en paradas prefijadas cercanas a los puntos de interés turístico y cultural de la Ciudad, bajo el sistema conocido como “hop on - hop off”, que, esencialmente, le permite al viajero descender y ascender nuevamente al autobús en las paradas prefijadas, sin costos o precios adicionales.

- Los autobuses con los que se presta el servicio deberán revestir características especiales, minibús; con el techo descubierto, cumpliendo en los demás aspectos los requisitos de las normativas nacionales, provinciales y municipales vigentes que reglamenten su circulación vial.
- Ofrecerán al viajero o cliente un servicio de información turística y cultural por diferentes soportes o medios, en idioma español y extranjero (inglés, francés, portugués, etc.):
- La distribución de mapas de la Ciudad y folletos informativos de los circuitos peatonales a recorrer sugeridos en cada parada.
- Todas las unidades deben contar para ser utilizados por los guías, con micrófonos inalámbricos tipo vincha o tecnología superior. Ante su rotura o desperfectos deberán ser reemplazados en forma inmediata, siendo responsabilidad exclusiva de la empresa adjudicataria.
- Crear una aplicación con el recorrido interactivo del bus, que permita ser actualizado fácilmente incorporando las nuevas tecnologías disponibles (app)
- Presentar un sistema online para el control de venta y uso de tickets.
- En situaciones climáticas que así lo demanden, deberá tener disponible mantas y pilotos para el uso de los pasajeros, no permitiendo la reutilización de los mismos.
- Todas las unidades deberán contar con cestos para residuos con sus bolsas correspondientes, manteniéndose limpias en todo momento.

CLÁUSULA 2.- DURACIÓN DEL CONTRATO. PRÓRROGA.

La duración del contrato se extenderá por el plazo de nueve (9) años, con opción de prórroga por un plazo máximo de hasta uno (1) año más. El plazo se computará a partir de la firma del contrato.

2.1. FIRMA DEL CONTRATO.

La firma del Contrato se llevará a cabo dentro de los cinco (5) días de notificada la adjudicación. Si el contratante no concurriera a firmar dentro de dicho plazo, la adjudicación podrá ser dejada sin efecto con pérdida del depósito de garantía, pudiendo ésta recaer en la oferta que siga en orden del mérito.

La Autoridad de Aplicación será el organismo competente para la firma del Contrato.

2.2. INICIACIÓN DEL SERVICIO.

La iniciación de la prestación del servicio no podrá exceder de un máximo de sesenta (60) días corridos de la firma del contrato, salvo fundamentación de fuerza mayor aprobada por el Municipio, bajo apercibimiento de perder, en favor de la Administración, la garantía de cumplimiento de contrato.

2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA PRÓRROGA.

La opción de prórroga es un derecho que se reserva en forma exclusiva la Administración, sin que el co-contratante pueda reclamar indemnización alguna en caso de no ser ejercida. Sin perjuicio de lo expuesto, la prórroga sólo podrá tener lugar siempre que el cocontratante previamente acredite, mediante los respectivos comprobantes, encontrarse al día con el pago de los cánones y todos los impuestos, contribuciones, tasas y servicios que le correspondan como así también del cumplimiento de todas las obligaciones laborales y previsionales con el personal a su cargo en el caso de corresponder.

2.4. VENCIMIENTO DEL PLAZO.

Vencido el plazo del Contrato, declarada su extinción o su finalización por cualquier otra causal determinada en la presente Licitación Pública, el Cocontratante deberá cesar la prestación del servicio, bajo apercibimiento de adoptar las medidas administrativas tendientes al efecto.

2.5. CESIÓN DEL CONTRATO.

El Cocontratante no podrá ceder total o parcialmente por ningún medio los derechos y obligaciones derivados del contrato sin previa y expresa autorización de la MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE la Villa de Merlo.

La Autoridad de Aplicación deberá expedirse dentro de los noventa (90) días hábiles de formulada la petición de cesión por parte del Cocontratante, debiendo el cesionario cumplir con los requisitos establecidos en los Pliegos, con relación a los adjudicatarios propuestos. En caso de autorizarse la cesión, se deberá pagar un derecho de cesión equivalente a dos (2) veces al último canon devengado. Dicho pago deberá efectivizarse dentro de los cinco (5) días de notificada la autorización, bajo apercibimiento de que ésta quede sin efecto.

La transgresión a lo establecido en el presente artículo será sancionada con la rescisión del contrato y la pérdida total de los depósitos en garantía constituidos, no reconociéndose indemnización alguna por ningún concepto, sin perjuicio de las acciones judiciales a favor de la Municipalidad de la Ciudad de Mendoza por los daños que el incumplimiento del Cocontratante le causare.

2.6. RESCISIÓN.

El Cocontratante podrá, transcurridos los dos (2) primeros años de vigencia del Contrato, contados a partir del Acta de Inicio del servicio, solicitar la rescisión anticipada del Contrato, notificando en forma fehaciente con una antelación de sesenta (60) días a la fecha estimada de la entrega del servicio a la Autoridad de Aplicación, debiendo el Cocontratante encontrarse al día con todas las obligaciones emergentes del Contrato. La Autoridad de Aplicación ponderará la petición y dará su resolución en un plazo máximo de treinta (30) días a partir de la notificación fehaciente de la solicitud del Cocontratante, sin perjuicio de la aplicación de las penalidades que pudieran corresponder.

CLÁUSULA 3.- CIRCUITO – MODIFICACIÓN.

El circuito que los oferentes propongan para unir las paradas prefijadas debe reunir una finalidad turística, cultural y de desarrollo económico para la Ciudad de la Villa de Merlo.

Cuando existan razones justificadas, como consecuencia de celebración de actos en la vía pública, obras o cualquier otra circunstancia que afecte a aquélla y que impidiera la normal prestación del servicio, la Administración podrá modificar, acortar o anular los itinerarios que estime más convenientes previa comunicación al cocontratante. La empresa adjudicataria no podrá reclamar ningún derecho derivado de las modificaciones descritas.

El cocontratante podrá solicitar a la Administración, por motivos justificados, crear, programar y/o modificar variaciones que sean esporádicas o no permanentes en el recorrido o itinerarios especiales. En todo caso para llevar a cabo las citadas variaciones, es necesario contar con la autorización de la Administración.

Asimismo, la Administración podrá, por sí o a solicitud fundada del cocontratante, disponer variaciones permanentes en el recorrido o itinerarios especiales, pudiendo ser éstas aumentadas o disminuidas por la Autoridad de Aplicación.

CLÁUSULA 4.- FLOTA DE VEHÍCULOS

El circuito que los oferentes propongan para unir las paradas prefijadas debe reunir una finalidad turística, cultural y de desarrollo económico para la Ciudad de la Villa de Merlo.

1. Características de la flota:

La flota total deberá ser de tres (3) unidades. Dos (2) de ellas deberán ser del año 1990 en adelante y una tercera unidad que no podrá ser superior a los 20 (20) años de antigüedad; como reemplazo en caso de ser necesario o a fin de permitir disminuir la frecuencia entre unidades.

La flota de vehículos deberá estar compuesta por minibuses tipo vintage, techo necesariamente deberá ser descubierto y deberán cumplir las siguientes características mínimas:

- A.** Los autobuses deberán ser de 1990 en adelante.
- B.** La decoración debe ser vintage, con logo de la Secretaría de Turismo y la Municipalidad de la Villa de Merlo
- C.** Deberá estar dotado de climatización (frío/calor).
- D.** Los minibuses deberán ser de piso bajo y prever un punto de acceso y de permanencia para personas con movilidad reducida.
- E.** Los minibuses llevarán en la planta descubierta un cerramiento lateral y frontal continuo de altura y un quitamiedos y pictogramas en el que conste la prohibición de levantarse, salvo en las paradas, asomarse peligrosamente y arrojar objetos al exterior. Asimismo, deberán estar preparados mediante un sistema que proponga el oferente que permita al viajero o cliente cubrirse y protegerse de la lluvia y demás fenómenos atmosféricos.
- F.** Poseerán un sistema de comunicación con su puesto central vía telefónica o radio.
- G.** Estarán provistos de la homologación individual por vehículos conforme la legislación vigente.
- H.** Las emisiones de gases deberán cumplir las normas legales nacionales, provinciales y municipales en vigor.
- I.** Los vehículos del cocontratante podrán ser en propiedad, en régimen de leasing o por cualquier otra fórmula. En cualquier caso, los vehículos propuestos deberán permanecer a total disposición para la prestación del servicio.
- J.** Los minibuses deberán contar en todo momento con las licencias, permisos, autorizaciones y seguros exigidos por la normativa legal vigente.
- K.** Los minibuses se mantendrán en perfecto estado de mantenimiento y conservación, cumpliendo las condiciones de seguridad, funcionamiento, limpieza e higiene durante la vigencia del contrato, corriendo a cargo del cocontratante el mantenimiento y arreglo de los mismos.

2. Normativas y reglamentaciones:

Por tratarse de autobuses destinados al entretenimiento urbano turístico para la ciudad Capital de la Villa de Merlo, los vehículos deberán cumplir lo establecido en las normas, reglamentaciones y especificaciones técnicas y de carácter medioambiental, de los ámbitos nacional, provincial y municipal (principalmente ley nacional 18.829).

3. Dimensión de la flota:

El número mínimo de vehículos a ofertar por el licitador será de dos (2) unidades en circulación en todo momento, más una tercera de repuesto técnico, debiendo garantizar las frecuencias mínimas y el recorrido preestablecido, sin perjuicio de la mejora que pueda presentar en la oferta.

También presentarán un plan estimado de aumento y/o renovación de la flota en los ejercicios sucesivos.

El licitante especificará en su oferta, en el marco del proyecto de explotación, el modelo y tipo de autobús, señalando todas sus características técnicas y medioambientales y de eficiencia energética, así como número de plazas, dimensiones, etc., que considere más adecuado para la prestación del servicio, y que adscriben al mismo en el supuesto de resultar cocontratantes.

4. Denominación del Servicio e Imagen de la flota:

Los licitantes presentarán, en el marco del Proyecto de Explotación, su propuesta de denominación del servicio y diseño de la imagen de los vehículos, así como del resto de elementos inherentes al servicio, en función de su adecuación a la imagen institucional de la Municipalidad de la Villa de Merlo, 3° Microclima del mundo u otra que la Municipalidad disponga.

Fuera de los horarios del circuito turístico, la marca no podrá ser visible para otro uso/evento que el exclusivo del MINI BUS TURÍSTICO, salvo expresa autorización previa.

5. Sistema de videovigilancia:

Todos los vehículos deberán tener cámaras de seguridad y un sistema de comunicaciones que permita el contacto permanente entre la empresa y la unidad.



CLÁUSULA 5.- TEMPORADAS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.HORARIOS Y FRECUENCIAS MÍNIMAS.

Se establecen dos temporadas para la prestación del servicio:

- **Alta:** período comprendido entre el 1 de enero al 07 de abril de cada año y las semanas de las vacaciones de invierno escolares que anualmente se determinen por los organismos competentes de la Provincia de San Luis y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- **Baja:** meses y días restantes.

Asimismo, se establecen los siguientes horarios mínimos de prestación del servicio:

- **Alta:** el servicio se prestará entre las 10:00 horas y las 18:00 horas.
- **Baja:** el servicio se prestará entre las 11:00 horas y las 17:00 horas.

Para ambas temporadas, se establece como intervalo de frecuencias mínimas por paradas prefijadas el tiempo de noventa (90) minutos en horas no pico y máxima de 120 minutos en horario pico, el que podrá ser mejorado por el oferente.

El oferente deberá proponer, en el marco del Proyecto de Explotación, uno o varios horarios detallados para la prestación del servicio a lo largo del día, a lo largo de los días de la semana y en los diferentes meses del año. El horario propuesto incluirá las horas de salida de cada expedición desde el inicio de la línea o intervalo de paso previsto, en las diferentes horas de prestación del servicio a lo largo del día, y en los diferentes días del año.

Asimismo, el cocontratante podrá, como mejora, sugerir ampliaciones (o limitaciones) sobre dicho horario como resultado de la evolución de la demanda y proponer alternativas de la prestación del servicio en horario nocturno en los períodos que se considere conveniente.

CLÁUSULA 6.- DÍAS DE PRESTACIÓN.

Se establecen los siguientes días de prestación del servicio para las dos temporadas:

- **Alta:** Todos los días
- **Baja:** Los días jueves, viernes, sábados, domingos y feriados. En los días libres restantes, el cocontratante dispondrá del servicio a su conveniencia. En ningún caso el cocontratante podrá modificar o alterar el circuito y paradas preestablecidos, aunque sí podrá hacerlo en su horario y frecuencia.

La Administración podrá, con un mínimo de diez días de anticipación, requerir del cocontratante la prestación del servicio: a) en temporada alta en horario diferencial, y b) en temporada baja, en los días libres restantes y en horario diferencial.

CLÁUSULA 7.- PARADAS. SEÑALIZACIÓN.

El circuito consta de las siguientes paradas:

1. Salida de la Terminal de Ómnibus Vieja
2. Casa del Poeta
3. Terminal de Omnibus Nueva
4. Casa Palmira Scrosoppi
5. Barrio Pellegrini
6. Av Pepe Mercau
7. Cerro de Oro
8. Av de los Césares
9. Balneario Municipal
10. Arroyo del Sonso y 2 venados
11. Plaza de Av. Del Libertador
12. Pasos Malos hasta entrada Mirador del Peñón
13. Av. Del Libertador
14. Av. Norte/plaza de Barranca
15. Plaza Marques de Sobremonte
16. Terminal de Ómnibus vieja

- El licitador podrá proponer en su oferta, además de las paradas preestablecidas, nuevas paradas en las que se efectuará el ascenso y descenso de viajeros o clientes.
- Es competencia exclusiva y excluyente de la Administración la de aprobar modificaciones en la cantidad y ubicación de las paradas, como así también del circuito que las une.
- Las paradas estarán debidamente señalizadas y estarán a cargo del cocontratante los gastos de construcción, instalación, conservación, mantenimiento y reposición de los indicadores que se instalen y que se mantendrán en perfecto estado durante toda la duración del contrato. Asimismo, la adjudicataria deberá obtener todas las autorizaciones, licencias o permisos preceptivos para la instalación de las mismas.

- Deberá realizar una intervención integral en cada parada, la cual previamente deberá ser autorizada por el Municipio. Así mismo deberá adecuar el mobiliario urbano a la nueva estructura urbanística desarrollada por la Municipalidad, como también incorporar tecnologías modernas, led, wifi, etc.
- Los proyectos de intervención de cada parada podrán ser observados, o solicitar su modificación y/o adecuación conforme las conveniencias y necesidades del municipio.
- El Cocontratante deberá realizar semanalmente tareas de limpieza y relevamiento de todas las paradas. La Municipalidad podrá solicitar en cualquier momento que se realicen modificaciones, reparaciones o informe de mantenimiento de las paradas.
- El diseño de la señalización de las paradas será aprobado por la Secretaría de planeamiento de la Municipalidad de la Villa de Merlo
- El ascenso y descenso de viajeros o clientes se realizará única y exclusivamente en las paradas autorizadas, y los vehículos afectados a la prestación del servicio deberán permanecer única y exclusivamente en las mismas el tiempo necesario para tomar o dejar viajeros, estando expresamente prohibida la espera de los mismos, salvo en los lugares específicamente autorizados para esta función, especificados por el cocontratante en su oferta y aprobados por la Administración.

7.1. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS.

El Cocontratante es responsable en todos los casos de los deterioros ocasionados a los bienes que sean propiedad del Municipio, afectados al Contrato, que no obedezcan al uso normal de los mismos.

CLÁUSULA 8.- COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

El cocontratante comercializará la venta de billetes o boletos de viaje en el local o locales que disponga para la prestación del servicio, en los propios autobuses, a través de distintos canales de comercialización con los que llegará a acuerdos comerciales -a modo de ejemplo, en establecimientos como hoteles, agencias de viajes, tour-operadores, kioscos- así como la venta on-line. y/o en aquellos espacios o lugares que el Municipio así lo determine.

El cocontratante podrá ofrecer en el transcurso del contrato nuevos canales de comercialización, debiendo contar con la autorización previa del Municipio.



Asimismo, deberá garantizar la autenticidad y venta de los billetes o boletos de viaje en los Puntos de Información Turística, a través de los canales oficiales de la Municipalidad de la Ciudad de Mendoza.

El cocontratante creará, gestionará y mantendrá actualizada una página web dedicada al servicio donde se informará de las rutas, precios y lugares donde se vende el billete o boleto de viaje, etc. Deberá establecer la integración de esta página Web en el dominio de la Municipalidad así como la venta on-line a través dicho portal.

Los sistemas de pago serán como mínimo: en efectivo y uno que admita tarjetas de crédito/débito y app.

El cocontratante presentará a la Administración el diseño de los billetes o boleto de viaje, para su conformidad y aprobación.

El cocontratante dispondrá de un centro de atención al viajero o cliente con una central de atención telefónica. En dicho centro, se establecerá un espacio de información donde exista un control del circuito, información e incidencias del tráfico y seguimiento por GPS de los autobuses.

El cocontratante tendrá libertad en la comercialización de la venta de billetes o boletos, pudiendo realizar promociones, preventas, descuentos, canjes, y demás metodologías de venta que estime conveniente debiendo informar al Municipio de su operativa comercial en forma semestral.

En el centro de atención al cliente, en los locales en que se comercialicen billetes o boletos de viaje y en los propios vehículos, existirán libros de reclamos conforme a la legislación vigente a su disposición y redactadas al menos en español y en inglés; la existencia de dichos libros se reflejará en los folletos, en los vehículos, y en los locales de venta de billetes o boletos de viaje.

La custodia, el mantenimiento y el resto de obligaciones derivadas de la normativa vigente respecto a los libros de reclamo serán a cargo del cocontratante.

CLÁUSULA 9.- INFORMACIÓN AL VIAJERO O CLIENTE.

Con el billete o boleto de viaje se entregará a cada viajero o cliente un folleto con los itinerarios, paradas, lugares de interés turístico, intercambios, precios, horarios, mapa de la Ciudad y cualquier otra información que en relación con el servicio pueda ser de su interés. Dichos folletos serán redactados, al menos, en idiomas castellano, inglés y portugués, y el diseño y contenido de los mismos será autorizado previamente por la Administración.

Los folletos contendrán además de la información relativa al itinerario, las normas y condiciones a aplicar a los viajeros o clientes en los que se incluirán las prohibiciones de:

- Levantarse del asiento con el vehículo en marcha, salvo que haya preanunciado que desea descender.
- Levantarse o blandir cualquier objeto por encima de la altura de la cabeza
- Arrojar cualquier tipo de objeto o envoltorio a la vía pública
- En todos ellos figura la denominación del servicio, la razón social de la empresa cocontratante del servicio, su domicilio real o social, el sitio web, teléfono y correo electrónico donde se pueda efectuar cualquier reclamo, queja o sugerencia que se considere.
- La distribución de los folletos en ningún caso podrá efectuarse en la vía pública. Esta información estará disponible en la página web creada por el cocontratante y vinculada a la página web municipal.

El folleto informativo deberá estar en formato código QR o aplicación para el usuario.

CLÁUSULA 10.- SEGUIMIENTO DEL SERVICIO Y COORDINACIÓN.

La Autoridad de Aplicación y seguimiento del contrato es la Secretaría Turismo de la Municipalidad de la Ciudad de Villa de Merlo, o la que en el futuro la reemplace.

El seguimiento del contrato se hará mediante la presentación anual por parte del cocontratante de los informes de gestión y/o control, con carácter de Declaración Jurada, que establezca la Administración y que deberá contener como mínimo los siguientes aspectos:

- Demanda de viajeros o clientes por días, meses.
- Estudios sobre el tipo de viajero o clientes: incluyendo como mínimo nacionalidad, edades y género.
- Reclamos recibidos, atendidos y solucionados.
- Incidencias acaecidas y solucionadas.

El cocontratante estará obligado a informar inmediatamente a la Administración de cualquier anomalía, incidencia o accidente del servicio que pueda afectar negativamente a la seguridad de los viajeros o clientes o de la vía pública, o a la imagen pública del servicio. El plazo en el que se ha de transmitir la información será como máximo de cuatro (4) horas hábiles después de la incidencia, mediante los canales que la Administración establezca al efecto.

El cocontratante realizará los envíos de datos de forma electrónica a través de los medios, formas y protocolos que la Administración disponga para la actualización de sus bases de datos.

La Administración realizará, cada vez que lo estime oportuno, una auditoría del tipo “*cliente misterioso*” en todos los servicios durante las que revisará, como mínimo los siguientes aspectos:

- Cumplimiento del horario.
- Uniformidad.
- Forma de atención al cliente: cortesía, eficacia, eficiencia y tiempo de respuesta.
- Calidad de la información proporcionada.
- Orden y limpieza de los vehículos.

Una vez realizada la auditoría y comunicado el resultado a la empresa adjudicataria, ésta realizará un informe que deberá ser presentado a la Administración dentro de los 15 días siguientes al vencimiento del mes en que se ha producido la auditoría.

CLÁUSULA 11.- PUBLICIDAD EN LOS AUTOBUSES.

El cocontratante podrá explotar publicitariamente el interior de los autobuses de la flota y hacia los pasajeros; y en el exterior y hacia la vía pública, únicamente podrá utilizar a tales fines la luneta trasera del vehículo y su culata. Quedando las mismas eximidas de tasas municipales.

En las mismas condiciones podrá explotar publicidad en las paradas intervenidas, solo publicidad propia de la empresa adjudicataria, en la propuesta deberá presentar un modelo de mobiliario publicitario, y este quedará sujeto a la autorización o modificación del Municipio.

La publicidad de las paradas, deberá ser abonada al Municipio de acuerdo a la tarifa establecida para pauta publicitaria en la ordenanza tarifaria vigente al momento de su utilización.

En cualquier caso, el cocontratante respetará las pautas sobre imagen institucional que establezca la Administración.

En el supuesto de proceder a la subcontratación de la publicidad autorizada, previamente deberá contar la misma con autorización expresa del Municipio en cuanto al contenido publicitario y empresa que lo ejecutaría. Su incumplimiento será sancionado de acuerdo al régimen de penalidades establecido en el presente pliego, pudiendo en caso de reiteración acarrear la rescisión del contrato.

CLÁUSULA 12.- PERSONAL AFECTADO AL SERVICIO.

La Municipalidad será la encargada de la contratación y capacitación de los guías turísticos afectados al servicio, a fin de controlar el cumplimiento de las condiciones contratadas.

El personal deberá tener una actitud positiva y proactiva con voluntad de servicio al viajero o cliente. Deberá ser calificado para las tareas a desarrollar como guía.

A cargo del cocontratante se encuentra la obligación de proveer uniformes al personal que se encuentre sobre el bus, (choferes y guías). La aplicación de marca sobre el modelo a utilizar deberá ser autorizada por la Municipalidad, como así también el diseño y color.

Los conductores, serán designados y estarán a cargo del cocontratante, deberán tener la capacitación profesional y el título habilitante correspondiente para conducción de los vehículos afectados al servicio, debiendo ir documentados con el mismo y perfectamente identificados.

CLÁUSULA 13.- PROYECTO DE EXPLOTACIÓN.

Las ofertas habrán de incluir un Proyecto de Explotación, en el que se detallarán al menos los siguientes puntos:

- A. Resumen ejecutivo:** breve resumen de los aspectos más importantes del Proyecto de Explotación, Circuito de vinculación entre las paradas prefijadas y listado de valores propuestos.
- B. Antecedentes del proyecto:** definición del mismo, objetivos a alcanzar y elemento clave diferenciador del negocio.
- C. Descripción del producto / servicio:** funcionalidades básicas y características técnicas e innovaciones tecnológicas introducidas.
- D. Descripción exhaustiva de los autobuses:** marcas, modelos, características técnicas, dimensiones, aforos, características medioambientales y de eficiencia energética.

Podrá proponerse el trasbordo de pasajeros a una unidad o vehículo que permita el ascenso y descenso a la parada ubicada en el Cerro de la Gloria, cuando la unidad o vehículo principal del servicio no lo permita.

- E. Política comercial:** margen fijado teniendo en cuenta los gastos de explotación y política de descuentos, formas de pago en los diversos canales de distribución y en el propio autobús.
- F. Política de distribución:** descripción de los canales de distribución, distinción entre venta directa e indirecta, márgenes, etc.
- G. Política de promoción:** publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, etc.
- H. Análisis DAFO:** oportunidades y amenazas del sector / fortalezas y debilidades del proyecto.
- I. Organización y recursos humanos:** organización funcional, descripción de tareas, puestos de trabajos necesarios, contratación y formación del personal, etc.
- J. Planificación de la puesta en marcha del proyecto:** calendario previsto de las actuaciones, de las adquisiciones de los recursos necesarios para la prestación del servicio durante todo el periodo del contrato, de la obtención de permisos de actividad y otros trámites administrativos, de la obtención de financiación, fecha prevista de lanzamiento, etc.
- K. Valoración final del proyecto:** exposición final de la valoración de los promotores del proyecto sobre la viabilidad del mismo, estrategia a seguir, factores clave de éxito y potenciales riesgos.

CLÁUSULA 14.- INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA.

En el estudio de las ofertas el Municipio podrá solicitar a los oferentes, la ampliación de la información suministrada o cualquier otra que se necesite para el mejor estudio de los antecedentes y que no implique una modificación de la oferta, dentro del plazo que a tal efecto se señale.

En atención a ello, la Administración podrá solicitar documentación complementaria siempre que su integración con posterioridad a la apertura no afecte el Principio de Igualdad de trato a los oferentes.

En el mismo plazo podrá intimar a los oferentes a que subsanen defectos de forma u omisiones no sustanciales.

CLÁUSULA 15.- VALOR INICIAL BOLETO DE VIAJE.**ACTUALIZACIÓN.**

El valor inicial del boleto deberá ser indicado en la oferta, consignando la estructura de costos del servicio y su incidencia en la fijación de la tarifa, de la siguiente manera:

El oferente deberá presentar un análisis de costos, señalando específicamente la participación en el mismo del ítem de combustible, amortización del bus y salario del personal.

El servicio deberá contemplar como mínimo las siguientes opciones de tarifas:

- BOLETO DE 24 HORAS
- BOLETO ESPECIAL

El servicio deberá contemplar como mínimo las siguientes tarifas promocionales o especiales.

Personas con certificado de discapacidad, junto con un acompañante, en ningún caso abonan tarifa

- GRUPO FAMILIAR
- JUBILADOS Y PENSIONADOS
- RESIDENTES DE MERLO
- RESIDENTES ARGENTINOS, ETC.

Toda variación en el precio del servicio debe ser propuesta al Municipio y adecuarse al análisis de costo presentado con la oferta adjudicada.

Sin perjuicio de ello, el Municipio también podrá intervenir de oficio cuando considere que las tarifas deban registrar modificaciones (aumento o disminución) a fin de adecuarlas a la calidad del servicio que se presta.

CLÁUSULA 16.- CANON.**16.1 CANON MENSUAL.**

Los oferentes deberán proponer como oferta económica, un canon mensual para la temporada baja y otro para la temporada alta.

Los Oferentes deberán proponer alguna de las siguientes formas de pago:

- A.** Un porcentaje mensual calculado sobre los ingresos netos (sin IVA e IIBB) cuyo porcentaje mínimo no podrá ser inferior al 15% de toda la actividad explotada por el cocontratante, o
- B.** Una cantidad mínima mensual a abonar, que en temporada alta no podrá ser inferior a XXX LITROS DE NAFTA SÚPER e Inferior a xxx LITROS DE NAFTA SÚPER

El valor mensual a abonar se deberá expresar en PESOS ARGENTINOS y se cancelará mensualmente .

16.2 PAGO DEL CANON.

- El cocontratante comenzará a abonar el canon ofrecido a partir del mes siguiente al día de la firma del acta de inicio del servicio.
- El porcentaje a abonar según lo facturado, se pagará a mes vencido, del 1 al 10 de cada mes, debiendo presentar el detalle de lo que se ingresa.
- Los pagos deberán efectuarse sin necesidad de requerimiento alguno, generando intereses por mora.

La Administración podrá realizar las auditorías contables que estime necesarias y convenientes a los fines de controlar el cumplimiento del cálculo (en caso de corresponder) y pago del canon según la oferta adjudicada.

CLÁUSULA 17.- MULTAS Y PENALIDADES. RESCISIÓN CONTRACTUAL.

El cocontratante se encuentra obligado a cumplir cabalmente todas las obligaciones a su cargo, pudiendo ser sus eventuales incumplimientos objeto de penalidades o sanciones progresivas hasta la rescisión contractual, según la gravedad de la falta o incumplimiento.

Sin perjuicio de lo dispuesto por la legislación Provincial y Municipal aplicable al caso, serán objeto de sanción las siguientes inobservancias:

- A.** Multa por la falta de mantenimiento de los vehículos en perfectas condiciones de uso, estéticas o de aseo e higiene, por cada infracción y cada vez que ello sea constatado;
- B.** Multa por el incumplimiento de las órdenes técnicas y/o de servicio que sean impartidas por la Secretaría Turismo o por la que sea reemplazada en el futuro.
- C.** Multa por incumplimiento a las disposiciones relativas a la publicidad en los vehículos de la flota.
- D.** Multa por cada hora de interrupción de la prestación del servicio por causas imputables al cocontratante.

Las faltas de lo de arriba mencionado, será por el sistema de multas, que en base a la gravedad y /o retirada, las fijara la jueza de falta de la municipalidad de Villa de Merlo y sus eventuales reincidencias no indicadas anteriormente, serán sancionadas según la siguiente escala:

1. Apercibimiento;
2. Multa, según la gravedad de la falta en la prestación del servicio.
3. Rescisión contractual, con pérdida de la garantía de cumplimiento de contrato y de los elementos afectados a través de la señalización de paradas instaladas para la prestación del servicio.
4. Serán causales de rescisión contractual, las siguientes:
 - Interrupción de la prestación del servicio por más de 48 hs. por causas imputables al cocontratante;
 - Interrupción de la prestación del servicio por más de cinco (5) horas en más de una oportunidad en un mismo mes, por causas imputables al cocontratante;
 - Percepción de valores de boletos o billetes de viaje no autorizadas;
 - Negativa a suministrar información (o su falsedad) respecto del cocontratante o del servicio que el Municipio requiera;
 - Concertación de acuerdos por el cocontratante que impliquen transferencia del contrato no autorizadas;
 - Desafectación de vehículos al servicio que no haya sido previamente autorizada por el Municipio.
 - Prestación defectuosa o incompleta del servicio.

CLÁUSULA 18.- EL COCONTRATANTE.

18.1 RESPONSABILIDAD.

El Cocontratante del Servicio de Entretenimiento e Información Turística asumirá en forma exclusiva la responsabilidad civil por los perjuicios o daños que pueda ocasionar a personas o cosas. Será igualmente responsable por el cumplimiento de la totalidad de las leyes y disposiciones vigentes aplicables al servicio.



El Cocontratante estará obligado a contratar todos los seguros que se detallen en el acto administrativo de adjudicación, debiendo incluir en sus pólizas como co-asegurado al Municipio.

18.2 OBLIGACIÓN PRINCIPAL.

El Cocontratante será el único responsable en lograr el cumplimiento de forma eficaz y eficiente de la prestación del servicio licitado.

18.3 GASTOS

El Cocontratante asumirá a su cargo todos los gastos inherentes a la organización y prestación del servicio.

18.4 INFRACCIONES Y/O MULTAS DE TRÁNSITO.

El Cocontratante será responsable único y directo de toda infracción y/o multas de tránsito en que pudiera incurrir, así como el pago de los impuestos y tasas del automotor de cada vehículo, encontrándose a su exclusivo cargo afrontar las penalidades que se le pudieran aplicar.

Cada semestre el Cocontratante deberá entregar a la Autoridad de Aplicación un libre deuda de infracciones, Multas e Impuestos de todas las unidades afectadas al servicio, en caso de incumplimiento, se aplicarán las penalidades establecidas en el presente Pliego.

18.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN.

Los oferentes podrán disponer, además del capital propio, de los medios de financiación indispensables para afrontar el cumplimiento del contrato, pudiendo recurrir a su exclusivo riesgo a los mercados internos y externos.

18.6 AVALES DEL ESTADO Y RENTABILIDAD.

No se otorgarán avales del Estado para garantizar los compromisos que asuma el Cocontratante por el financiamiento externo o interno de los servicios licitados.

El Municipio no garantizará la rentabilidad del servicio contratado ni el beneficio de la explotación.

CLÁUSULA 19.- SEGUROS.

El Cocontratante deberá contratar por su cuenta y cargo los seguros indicados en los siguientes artículos, y endosarlos a favor de la MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE MERLO.

Asimismo, deberá acreditar las coberturas, como mínimo una vez por año o cada vez que modifique y/o cambie de compañía aseguradora, siempre con previa autorización del Municipio.

Sin perjuicio de ello el Municipio podrá solicitar copias de las pólizas y de sus comprobantes de pago del premio cada vez que lo estime necesario. La contratación de los seguros que aquí se refiere es independiente de aquellos otros que le sean legalmente exigibles al Cocontratante por el desarrollo de la propia actividad.



El cocontratante deberá mantener actualizadas todas las pólizas de los seguros exigidos. Las mismas deberán tener vigencia hasta la efectiva finalización de los trabajos encomendados conforme el contrato y/o contratos celebrados, incluidas las posibles prórrogas.

El Cocontratante será el único responsable de los perjuicios que ocasionare la inobservancia de los seguros exigidos en el Pliego, en las formas y con la vigencia estipulada, quedando la MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE MERLO exenta de toda responsabilidad respecto de cualquier siniestro que se produjera en este caso.

Queda entendido que, sin perjuicio de su responsabilidad general por los siniestros que pudieran ocurrir durante el servicio contratado, el Cocontratante asume el importe de las franquicias obligatorias impuestas por las Compañías Aseguradoras.

19.1 ACCIDENTES DE TRABAJO.

El Cocontratante será responsable única y exclusivamente de su personal por accidentes o enfermedades laborales, motivo por el cual deberá contratar un seguro que cubra la totalidad de las obligaciones fijadas por la Ley sobre Riesgos de Trabajo y normas complementarias.

El seguro deberá cubrir los riesgos y accidentes de trabajo y/o enfermedades profesionales e inculpables amparando las indemnizaciones por incapacidad permanente, parcial y absoluta, incapacidad temporaria y/o muerte, accidente “in-itinere” y prestación médico-farmacéutica, por el monto máximo fijado por la legislación vigente.

Asimismo, la MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE MERLO no asumirá responsabilidad alguna por reclamos de terceros con los que el cocontratante hubiere contratado a los fines de cumplir con las obligaciones emergentes del presente Pliego y del Contrato.

19.2- SEGUROS REQUERIDOS.

A. Seguro de Riesgos del Trabajo

En el supuesto de la cobertura de riesgos de trabajo, para trabajadores en relación de dependencia:

Se deberá acompañar junto con la póliza, certificados de cobertura de los trabajadores, en los cuales se detalle el siguiente texto:

“Por la presente, la A.R.T, renuncia en forma expresa a reclamar o iniciar toda acción de repetición o de regreso contra LA MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE MERLO, sus funcionarios y/o empleados y modificatorias, o en cualquier otra norma jurídica, con motivo de las prestaciones en especie o dinerarias que se vea obligada a abonar, contratar u otorgar al personal dependiente o ex dependiente del cocontratante, amparados por la cobertura del contrato de afiliación N°XXXX, por accidentes del trabajo o enfermedades profesionales, ocurridos o contraídas por el hecho o en ocasión de trabajo.”

A. Seguro de Accidentes Personales *(En caso de corresponder)*

Para el supuesto de la cobertura de Seguro de Accidentes Personales, para quienes prestan servicios bajo las distintas modalidades de contratación y no revistan relación de dependencia con el cocontratante.

Se deberá acompañar junto con la póliza, certificados de cobertura de los trabajadores, en los cuales se detalle el siguiente texto:

“Por la presente, la “Aseguradora”, renuncia en forma expresa a reclamar o iniciar toda acción de repetición o de regreso contra LA MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE MERLO, sus funcionarios y/o empleados, con motivo de las prestaciones en especie o dinerarias que se vea obligada a abonar, contratar u otorgar a los prestadores de servicios que haya contratado el cocontratante, amparados por la póliza N° XXXX y por accidentes ocurridos por el hecho o en ocasión de trabajo.”

Las condiciones de cobertura mínimas serán las siguientes:

La aseguradora se obligará a indemnizar a los asegurados, ante el fallecimiento accidental e invalidez total y/o parcial permanente derivados de accidentes acaecidos, como así también en concepto de las erogaciones en que se incurran por asistencia médica y/o farmacéutica según topes indemnizatorios determinados en póliza.

Alcance de las coberturas:

Jornada de servicio incluyendo cobertura in-itinere.

19.3 SUMAS A ASEGURAR (MONTO MÍNIMO):

- Muerte: XXX millones
- Invalidez Total y/o parcial permanente por accidente: Pesos XXX millones.
- Asistencia Médico Farmacéutica (AMF): Pesos XXX mil

19.4- RESPONSABILIDAD CIVIL.

El Cocontratante deberá contratar un seguro de Responsabilidad Civil comprensiva, por hecho y por persona, por la suma mínima de pesos XXX millones que cubra los riesgos de responsabilidad civil, por los daños que, como consecuencia de la prestación del servicio que se contrata, se ocasionen a personas, cosas y/o bienes de terceros y/o del contra LA MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE MERLO.

En caso que el monto del mismo no alcanzare a cubrir los daños ocasionados, la diferencia resultante correrá a cargo exclusivo del Cocontratante.

19.5 TRANSPORTE Y TERCERO TRANSPORTADO:

Los vehículos afectados al servicio, deberán contar con una póliza de seguro que ampare todos los riesgos vinculados con la prestación del servicio, con los usuarios y con terceros transportados o no transportados, por la suma de pesos XXXX millones) de conformidad con lo establecido por la Resolución N° 38.218/2014 de la Superintendencia de Seguros de la Nación o aquella que en el futuro la reemplace.

19.6 CONTRATACIÓN DE LOS SEGUROS:

En todos los seguros que se contraten se deberá incluir a la Municipalidad de la Ciudad de Merlo como co-titular y/o beneficiario, según corresponda.

19.7 TÉRMINOS PARA CONSTITUIR LAS PÓLIZAS:

Los requisitos exigidos para la constitución de los seguros deberán ser completados en su totalidad por el Cocontratante al momento de suscripción de Acta de Inicio del Servicio.

El incumplimiento de los plazos fijados para la constitución de las pólizas, motivará en todos los casos la postergación del inicio de la prestación del servicio y la aplicación de las sanciones a que sea pasible el Cocontratante.

La constitución de las pólizas exigidas en los artículos precedentes, deberá ser acreditada ante el Organismo Licitante en legal tiempo y forma, conforme lo dispuesto en el presente Pliego, sin perjuicio de las presentaciones que se halle obligado a efectuar ante otros organismos.

CLÁUSULA 20.- REGLAMENTACIÓN DEL SERVICIO.

El servicio, podrá ser reglamentado y/o modificado en los casos de ser necesario, teniendo presente que la dinámica de la prestación demandará ajustes en la misma.

Es facultad exclusiva del Municipio la reglamentación del contrato adjudicado.

CLÁUSULA 21.- RESCATE DEL SERVICIO.

La Municipalidad podrá disponer unilateralmente el rescate del servicio antes de su vencimiento fundado en razones de oportunidad o conveniencia. En ningún caso se reconocerá lucro cesante.

■ **ASTROTURISMO**

MIRADORES DEL CIELO Y DEL PEÑÓN

En colaboración con astrónomos aficionados, escuelas técnicas y vecinos del paraje El Peñón, se proyecta el desarrollo de una propuesta de astroturismo que potencie la calidad del cielo nocturno de Merlo como recurso turístico no convencional. El proyecto incluye:

- La puesta en valor de dos miradores naturales: el Mirador del Cielo y el Mirador del Peñón.
- Instalación de señalética interpretativa y telescopios comunitarios.

Programación de eventos mensuales de observación astronómica y charlas.

Este proyecto se integra a las líneas de turismo científico, educativo y experiencial, fortaleciendo la oferta nocturna no invasiva del destino.

De la Sierra al Cosmos: Experiencias Nocturnas en Villa de Merlo

Villa de Merlo, en la provincia de San Luis, se ha consolidado como uno de los destinos predilectos para el astroturismo en Argentina gracias a su cielo único, despejado y nula contaminación lumínica que permiten observaciones astronómicas de primer nivel. Tanto la Fundación Planetario de Merlo como el Observatorio Astronómico Mirador del Cielo ofrecen a los visitantes equipos de última generación, telescopios y charlas de divulgación a cargo de profesionales, garantizando una experiencia educativa y emocionante. Además, su estratégica ubicación en el centro del país facilita el acceso por diversas rutas nacionales, lo que convierte a la Villa en un punto de encuentro perfecto para quienes buscan combinar paz, naturaleza y aventura bajo el cielo estrellado por la total ausencia de contaminación lumínica en la sierra de los comechingones. Este valle serrano brinda a lugareños y turistas la posibilidad de sumergirse en la contemplación del firmamento en todo su esplendor.

Actividades y servicios de astroturismo

■ **Fundación Planetario de Merlo**

La **Fundación Planetario de Merlo** es una institución de referencia para el astroturismo en la región. Aquí, los visitantes disfrutan y contemplan la magnitud del cielo merlino mediante:

- **Observación astronómica** con potentes telescopios reflectores.
- **Charlas de divulgación científica**, impartidas por profesionales con formación académica en astronomía.
- noches temáticas con guías capacitados.

Estas actividades, combinadas con la calidad de su equipamiento y la pasión de su equipo, la posicionan como la principal propuesta de astroturismo en la Villa de Merlo.

▪ **Observatorio Astronómico Mirador del Cielo**

El **Mirador del Cielo** ofrece una experiencia complementaria en Cerro de Oro, donde los visitantes pueden:

- Sumergirse en **relatos de historias y mitos** del cielo de distintas culturas.
- Observar la Luna (cráteres y montañas), los anillos de Saturno, Júpiter y sus lunas, cúmulos estelares y más con telescopio.
- Reconocer planetas, estrellas y constelaciones a simple vista usando un **puntero láser de alta potencia**.

Todo esto con salidas nocturnas y las caminatas guiadas permitiendo al público adentrarse en la experiencia del astroturismo de forma segura y didáctica.



Dónde queda Villa de Merlo y cómo llegar

La Villa de Merlo se ubica al pie de las Sierras de los Comechingones, en el extremo este de la provincia de San Luis, a 918 km de Buenos Aires por la Ruta Nacional 7.

Otros accesos terrestres

- **Desde Buenos Aires:** RN 7 (918 km), RN 8 (781 km) o RN 9 (848 km), según el tramo elegido.
- **Desde Mendoza:** RN 7 hasta San Luis Capital y luego la RN 20 hacia La Toma; continuar por RP 5 hasta Merlo (aprox. 350 km)
- **Desde Córdoba:** RN 20 - RN 148 - RP 5 (aprox. 220 km)
- **Otras provincias:** conexiones por RN 20, RN 36, RN 38 y RP 15, según el origen.

Una vez en Merlo, el **Planetario** se encuentra en Cerro de Oro, mientras que el **Mirador del Cielo** en el camino al Filo Serrano, ambos de fácil acceso por caminos señalizados. Deberán coordinar traslados en caso de necesitarlo y horarios con los prestadores.

Con su combinación de paz serrana, aire puro y un cielo estrellado de ensueño, Villa de Merlo invita a vivir la **experiencia única** del astroturismo, donde cada noche se transforma en una ventana al universo.

A partir de esta ruta, se busca establecer distintos puntos panorámicos para que el turista y la comunidad puedan disfrutar de espacios naturales con una vista especial al cielo Merlino, a través de señalización, asientos de descanso e información astronómica.

En una primera instancia se establecerán:

- Mirador del Peñón Colorado (Barranca Colorada Arriba)
- Mirador del Tala Caído (Circuito al Filo)
- Mirador del Sol (Circuito al Filo)
- Mirador Sendas y Molles (Piedra Blanca Arriba)
- Mirador del cielo (Cerro de Oro)

■ RUTA DEL TÉ DE PEPE MERCAU A CARPINTERÍA

Este proyecto propone conectar dos espacios emblemáticos mediante una ruta temática del té y las hierbas. Los objetivos del proyecto son:

- Crear un circuito de experiencias sensoriales en torno al té, la yerba, el mate y los sabores autóctonos.
- Incorporar degustaciones, charlas, talleres y paseos guiados por productores.
- Poner en valor la cultura del encuentro y el consumo consciente a través de un recorrido suave, accesible y paisajístico.

Esta propuesta fomenta el turismo slow, el consumo local y el desarrollo económico regional con identidad.

Capítulo 3

EVENTOS Y ACTIVIDADES ESPECIALES

La organización y promoción de eventos ha sido una estrategia clave para la dinamización del calendario turístico, la diversificación de la oferta y la desestacionalización de la demanda. La Secretaría ha impulsado un amplio abanico de eventos culturales, deportivos, gastronómicos, musicales y recreativos, tanto propios como en articulación con el sector privado y otras áreas del gobierno.

Estos eventos no solo contribuyen a atraer visitantes, sino que también promueven la identidad local, la participación comunitaria y el desarrollo de microeconomías. Festivales tradicionales, ferias de productos regionales, competencias deportivas y actividades artísticas se han convertido en hitos del calendario anual, fortaleciendo el posicionamiento de Merlo como un destino activo y vibrante.

La planificación de eventos se ha realizado de forma profesional, considerando criterios de accesibilidad, sostenibilidad, seguridad y calidad. Asimismo, se han generado herramientas de evaluación para medir el impacto turístico y económico de las actividades, lo que permite ajustar las estrategias y mejorar en cada edición.

La organización y coordinación de eventos turísticos cumple un rol clave en la consolidación de la identidad cultural, patrimonial y social del destino. A través de estos eventos, se genera un espacio de encuentro entre visitantes y la comunidad local, al mismo tiempo que se potencia la actividad económica, se estimula la participación ciudadana y se promueve la oferta turística del municipio.

Este proceso tiene como propósito principal planificar y ejecutar eventos que resulten atractivos tanto para turistas como para residentes. Para lograrlo, se diseñan propuestas diversas que contemplan celebraciones tradicionales, actividades culturales, ferias, festivales y otras iniciativas que se desarrollan a lo largo del año. Los escenarios pueden ser tan variados como los propios recursos del municipio: espacios urbanos, áreas rurales, entornos naturales o sitios de valor patrimonial.

El público al que se dirige esta iniciativa es amplio e incluye tanto a visitantes nacionales e internacionales como a habitantes locales, emprendedores, comerciantes y prestadores de servicios turísticos. Cada evento se piensa como una experiencia integral, capaz de fortalecer el sentido de pertenencia, promover la inclusión y generar oportunidades de desarrollo para los actores del territorio.

La coordinación de estas actividades está a cargo de la Secretaría de Turismo, que trabaja en conjunto con otras instituciones y organismos. Esta articulación incluye tanto a entidades públicas (municipales, provinciales o nacionales) como a cámaras empresariales, asociaciones culturales, patrocinadores y representantes del sector privado. Según el tipo de evento y sus características, las actividades pueden llevarse a cabo en formato presencial o virtual, adaptándose a las necesidades y contextos.

El proceso comienza con la disponibilidad presupuestaria y la planificación anticipada en función de efemérides, fechas emblemáticas y el calendario cultural anual. A partir de allí, se trabaja en la elaboración de una agenda de eventos que contemple los intereses del público objetivo, los recursos disponibles y los objetivos turísticos y culturales del municipio. La organización incluye la gestión logística, la convocatoria de artistas y prestadores, la promoción del evento, y todos los aspectos operativos necesarios para su ejecución exitosa.

Una vez realizado el evento, se lleva a cabo una instancia de evaluación que considera la cantidad de participantes y el nivel de satisfacción del público asistente. Esta información se recoge generalmente a través de encuestas o registros específicos, lo que permite ajustar futuras ediciones y mantener un estándar de calidad en la oferta de eventos.

De esta manera, la organización y coordinación de eventos no solo representa una herramienta de dinamización turística, sino que también se convierte en una vía de expresión cultural, un motor de la economía local y un punto de encuentro entre lo tradicional y lo contemporáneo.

Indicadores que se relevan por medio de la encuesta:

- Cantidad de participantes en los eventos.

EVENTOS PRODUCIDOS Y AUSPICIADOS

Los eventos de carácter turístico son aquellos diseñados principalmente para atraer, entretener y fidelizar a visitantes y turistas. Buscan potenciar la oferta cultural, gastronómica, natural y artística de la Villa de Merlo. Incluyen festivales, ferias, encuentros culturales, celebraciones tradicionales, espectáculos musicales, propuestas gastronómicas, entre otros.

Medición de participación:

Encuestas y estimación de asistencia mediante observación sistemática.

Dado que no siempre hay inscripción previa, se aplican métodos de estimación como conteo por sectores, registros visuales (fotografía, drones, cámaras), encuestas presenciales y/o digitales a turistas y locales, y análisis de indicadores indirectos (ocupación hotelera, movilidad, consumo en locales). Esto permite estimar la cantidad de asistentes, su perfil (turista o residente), lugar de procedencia y nivel de satisfacción.

Organización y Coordinación de Eventos Turísticos

Estándar de Accesibilidad:

Garantizar que los eventos turísticos sean accesibles para todas las personas, sin distinción de capacidades.

- Seleccionamos los espacios accesibles
(con rampas, baños adaptados, señalización adecuada).
- Disponemos de material informativo en formato digital.
- Incluimos intérprete de lengua de señas argentina (LSA) durante los actos o presentaciones.

Estándar Ambiental:

Planificar y desarrollar eventos que minimicen el impacto ambiental y promuevan buenas prácticas.

- Usamos vasos y vajilla reutilizables y disposición de puntos verdes para separación de residuos.
- Reducimos el uso de papel a través de entradas digitales, programas en códigos QR, señalética electrónica.
- Promovemos el consumo de productos locales, artesanales y sostenibles.

**Estándar de Calidad:**

Asegurar una experiencia positiva para el público asistente, con organización eficiente y coherente con la imagen del destino.

- Diseño de cronogramas claros, con actividades bien distribuidas y comunicación anticipada al público.
- Participación de proveedores y artistas locales que representen la identidad cultural de Merlo.
- Coordinación efectiva entre áreas municipales, prestadores y organizaciones participantes.
- Evaluación post-evento con encuestas de satisfacción, análisis de asistencia y detección de oportunidades de mejora.

Comunicación al personal:

Todo el personal involucrado en la organización debe conocer y aplicar los estándares definidos para cada evento.

Realizamos reuniones de coordinación previas, con los equipos logísticos, técnicos y de atención al público junto con la definición de roles y responsables claros, con canales de comunicación internos eficaces durante todo el evento.

■ **MERLO VIBRA AL RITMO DEL TANGO ENCUENTRO Y NUEVO PASEO EN ABRIL**

Entre el martes 22 y el domingo 27 de abril, la Villa de Merlo fue escenario de una nueva edición del **Encuentro Nacional del Tango**, un evento que reunió a miles de amantes del dos por cuatro provenientes de todo el país. La producción general del evento estuvo a cargo del **Merlo Bureau Eventos**, en articulación con el reconocido **Grupo Cana Blaya**, contando con el acompañamiento institucional de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad.

El **Centro de Convenciones de Villa de Merlo** fue el epicentro de las actividades nocturnas, donde a partir de las 22:30 horas se ofrecieron espectáculos de primer nivel. La noche inaugural contó con la participación especial de *"La Orquesta del Compás"*, en un show de tango y milonga que colmó la sala, con entradas generales a un valor de \$6000.

Uno de los momentos más destacados de la semana se vivió el **sábado 26 a las 18:00 horas**, con la inauguración oficial del *"Paseo del Tango"*, un espacio ubicado sobre la intersección de Avenida del Sol y Marte. Este nuevo atractivo cultural propone un recorrido histórico por el género a través de infografías y audioguías, pensado para residentes y visitantes. La ceremonia contó con la presentación en vivo del artista **Alberto Aldemaro**, y fue acompañada por una gran concurrencia.

Como cierre de esa jornada, el Centro de Convenciones volvió a abrir sus puertas con otra noche de gala, música y danza, con shows en vivo que coronaron la programación del evento.

Con esta propuesta, Villa de Merlo no solo se consolida como destino turístico durante todo el año, sino que reafirma su compromiso con la **promoción y difusión de la cultura popular argentina**, posicionándose como un punto de encuentro para el tango y sus nuevas generaciones.



■ ORGANIZACIÓN DEL 24° ENCUENTRO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS EN LA VILLA DE MERLO

Casa del Poeta – Villa de Merlo, San Luis

Entre los días 14, 15 y 16 de marzo del 2024, la Villa de Merlo fue sede del 24° Encuentro de Municipios Turísticos, una iniciativa organizada por la Red Federal de Turismo que reunió a referentes de destinos turísticos de todo el país, así como a representantes del sector público y privado del ámbito regional e internacional.

El evento tuvo lugar en la emblemática Casa del Poeta y se desarrolló bajo una modalidad de jornadas intensivas de trabajo, intercambio de experiencias y disertaciones especializadas. La apertura del segundo día estuvo marcada por la presentación de casos exitosos en el bloque de Buenas Prácticas Locales, donde municipios como Mendoza, Villa Carlos Paz, Córdoba capital, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Falda y Río Cuarto compartieron sus experiencias en temas como turismo low cost, eventos deportivos, observatorios turísticos, calidad de gestión y estrategias de desarrollo sostenible.

A lo largo de la mañana también se abordaron temáticas vinculadas con tecnología y transporte en el sector turístico. Empresas como EXO Soluciones Tecnológicas y Flecha Bus aportaron valiosos análisis sobre el uso de nuevas herramientas digitales aplicadas al turismo y las tendencias del transporte turístico en la temporada alta.

Uno de los momentos destacados fue la presentación y firma del Plan Estratégico de Turismo para el Corredor Traslasierra – Sierras del Sur – Costa de los Comechingones, que fortalece la articulación entre municipios de Córdoba y San Luis. La Villa de Merlo participó activamente en este acuerdo, junto a Carpintería, Los Molles, Cortaderas, Villa Dolores, Nono, Río Cuarto, Luyaba, La Paz y Comuna San Lorenzo, consolidando un compromiso común por el desarrollo turístico regional.

Durante la jornada también se concretó la conformación del Consejo de Destinos Turísticos de la Red, mediante la firma de convenios entre municipios integrantes, reforzando el espíritu colaborativo de este espacio federal.

En horas de la tarde, el enfoque se trasladó a lo internacional con el esperado Bloque Binacional, que contó con la participación de representantes de Chile. Desde Valparaíso y Puchuncaví, funcionarios municipales y actores del sector turístico compartieron buenas prácticas sobre ferias internacionales, asociatividad público-privada y estrategias de comunicación turística. La presencia de la Asociación de Periodistas Turísticos de Chile (APTUR) enriqueció el intercambio con una mirada enfocada en la promoción y difusión de destinos.

El cierre de la jornada estuvo a cargo de una charla magistral dictada por Diego Benítez, abogado y asesor de la Organización Mundial del Turismo (OMT), quien abordó aspectos legales vinculados a la desregulación de servicios turísticos, brindando herramientas valiosas para la gestión pública en destinos emergentes y consolidados.

La realización de este encuentro en la Villa de Merlo representó un hito para la gestión turística local, no solo por su capacidad de convocatoria y organización, sino también por su papel como anfitriona en un espacio de construcción colectiva, orientado a fortalecer redes de trabajo, generar alianzas estratégicas y proyectar un modelo de turismo sostenible, inclusivo y competitivo a nivel regional y nacional.





■ MONUMENTO AL MOTOCICLISTA ARGENTINO

En el mes de diciembre del año 2019, a raíz de encontrar una motocicleta marca Gilera, un integrante de la Asociación de motos “Señores Moteros” junto al secretario de Gestión, Calidad y Productos Turísticos Santiago Trobo, nace la idea de poner en valor a todos los Motociclistas Argentinos que conforman una fraternidad donde el andar las rutas es un sentimiento compartido.

Al pasar el tiempo, esta pequeña idea fue tomando auge con la suma de asociaciones de la Villa de Merlo “Cráneos de Metal” y “Señores Moteros” por lo que se comenzó a trabajar en el desarrollo de este proyecto. Más adelante la escultora Andrea Amaya, se incorpora siendo la encargada de realizar la obra.

En este contexto tan particular donde la pandemia paralizó toda actividad, es primordial planificar acciones que ayuden a atenuar el gran impacto en la que se ve afectada la actividad turística. Por esto mismo, es que se hace imprescindible planificar acciones que tiendan a diversificar el producto turístico merlino, así como también, analizar la posibilidad de explorar nuevos segmentos de mercado.

El fin de semana del 17 al 19 de septiembre del año 2021, se logró, gracias al trabajo mancomunado de las asociaciones moteras nombradas anteriormente y el equipo municipal, la inauguración del Monumento al Motociclista Argentino que reunió a más de 1500 motociclistas de diferentes partes del país. Este monumento se encuentra emplazado en el predio de la oficina municipal de turismo. El mismo logró plasmar el espíritu del motociclista, obteniendo gran repercusión y dando inicio a futuros encuentros, buscando posicionar a la Villa de Merlo como la capital del Mototurismo.

Debido a esta iniciativa y sumada a diversos eventos que tuvieron lugar en la ciudad, este fin de semana la Villa de Merlo consiguió una valoración muy positiva, alcanzando una ocupación hotelera del 73,37% a pesar de no ser una fecha contemplada en el calendario como no laborable.

Este evento generó en nuestro destino un movimiento económico importante, tanto para prestadores de los servicios turísticos como para la comunidad en general.

Cabe destacar que estos eventos sumados a los atractivos naturales y culturales que ofrece la Villa serrana y la constante estrategia de difusión y posicionamiento del destino diseñado por el área de Promoción de la Secretaría, el EMIPROTUR y el sector empresarial hotelero; esta coordinación –con objetivos e intereses compartidos– son la pieza clave para el éxito de nuestro destino.



TASA DE OCUPACIÓN 17 AL 19 DE SEPTIEMBRE AÑO 2021

Los resultados sobre la tasa de ocupación se obtuvieron a partir de los datos relevados por la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos turísticos de la Villa de Merlo mediante un muestreo estratificado de 70 alojamientos hoteleros y parahoteleros que se encuentran habilitados por la misma. Dicho operativo se realiza diariamente, cubriendo todas las categorías.

En el siguiente gráfico puede observarse el porcentaje total de ocupación según la tipología de alojamiento.

REUNIÓN DE MOTOCICLISTAS ARGENTINOS EN LA VILLA DE MERLO

Los días 18 y 19 de septiembre Villa de Merlo fue sede de un encuentro que reunió a más de mil motos de diferentes partes del país. En el evento se llevó a cabo la inauguración del monumento al Motociclista Argentino, que fue diseñado por Andrea Amaya, donde cada motoquero dejó un recuerdo y también se incluyeron placas de cada una de las asociaciones que participaron de esta reunión.

■ PEATONAL DE LAS ARTES

La Semi Peatonal de las Artes: una propuesta cultural para disfrutar en familia.

Durante los fines de semana de los meses de enero y febrero, la Villa de Merlo volvió a vestirse de fiesta con una propuesta artística y cultural pensada para toda la familia. La calle Juan de Videla, en el corazón del casco céntrico, se transformó cada jueves, viernes y sábado —de 20:00 a 22:00 hs.— en un escenario al aire libre donde vecinos, vecinas y turistas pudieron disfrutar de música en vivo, danzas y espectáculos de artistas locales.

La Semi Peatonal de las Artes es una actividad organizada por la Secretaría de Gestión Cultural e Identidad Merlina, con el acompañamiento de la Secretaría de Turismo, con el objetivo de fomentar la circulación peatonal, revalorizar el arte merlino y dinamizar la actividad comercial de la zona céntrica.

Durante la primera edición del ciclo, que tuvo lugar los días jueves 18, viernes 19 y sábado 20 de enero, se presentaron propuestas musicales de distintos géneros que convocaron a públicos diversos. El jueves, la apertura estuvo a cargo de Barby y La Sonora Costera con una noche tropical que puso a bailar a grandes y chicos. El viernes, la escena tomó un tinte folklórico con la participación de Sol Luna, Luz Ranni, El Salta y Las Lindas, mientras que el sábado, la fiesta culminó con la energía de Vereda Tropical y Banda Cumbia Cumbia.



Además del circuito artístico, la peatonal ofreció una experiencia integral para quienes se acercaron a recorrerla: locales comerciales abiertos, la fábrica de alfajores, el paseo municipal de artesanos y espacios con muestras de arte y artesanía merlina. La propuesta se completó con una oferta gastronómica auténtica en bares tradicionales y heladerías artesanales, permitiendo a los visitantes disfrutar de los sabores locales en un entorno familiar y seguro.

Esta acción no solo fortaleció el posicionamiento de la Villa de Merlo como un destino cultural, sino que también promovió la participación de artistas locales, incentivó el consumo responsable en comercios del centro y ofreció una alternativa recreativa nocturna para quienes eligen nuestro destino para vacacionar.

La Semi Peatonal de las Artes se consolidó como una iniciativa que integra turismo, arte y comunidad, reafirmando el compromiso de la Municipalidad de Villa de Merlo en seguir generando propuestas inclusivas, accesibles y con identidad local.



■ MÚSICA AL ATARDECER

Es una propuesta pensada para conectar con la naturaleza, la música y los sentidos. A medida que el sol se va escondiendo, el cielo se transforma en un espectáculo de colores, creando el escenario perfecto para disfrutar de buena música en vivo, con artistas locales y regionales que acompañan la caída del sol con sonidos envolventes, relajados y vibrantes.

¿Qué pasa en este evento?

Durante el evento, vas a poder disfrutar de:

- Presentaciones musicales en vivo con distintos estilos que acompañan el ritmo del atardecer.
- Un entorno natural ideal para relajarte, sacar fotos, compartir con amigos o en familia.
- Espacios gastronómicos con propuestas para todos los gustos.
- Momentos de contemplación, conexión y disfrute, con actividades complementarias como yoga o meditación guiada en algunas ediciones.
- Un cierre con mucha energía, música y buena vibra.

“Música al Atardecer – Sunset” no es solo un show: es una experiencia para los sentidos, que invita a vivir el atardecer como nunca antes.

■ CIRCUITOS GUIADOS

Visitas Guiadas Gratuitas: Puesta en valor del patrimonio cultural y natural de Merlo.

La Secretaría de Turismo de Villa de Merlo lleva adelante un programa de visitas guiadas gratuitas, con el objetivo de poner en valor el patrimonio histórico, cultural y natural del destino, al tiempo que se promueve el turismo educativo, accesible y de cercanía. Estas actividades están diseñadas tanto para visitantes como para la comunidad local, fomentando el conocimiento, la apropiación del entorno y la experiencia turística de calidad.

Actividades regulares: **Casco Historico**

- **Recorrido guiado por el centro fundacional de Villa de Merlo, que incluye:**
 1. La Casa Museo Palmira, ícono del legado cultural local.
 2. Las iglesias históricas del casco.
 3. Paradas interpretativas sobre arquitectura, personajes y tradiciones merlinas.

- **Días y horarios:** Viernes a las 10:00 y 18:00 h.
- **Duración:** Entre 50 minutos y 1 hora y media.
- **Punto de encuentro:** Oficina de Informes Turísticos Central, frente a la Plaza Marqués de Sobremonte.

Con esta propuesta continua de visitas guiadas, la Secretaría de Turismo refuerza su compromiso con la educación patrimonial, la promoción del destino durante todo el año y la profesionalización de los servicios turísticos, garantizando experiencias enriquecedoras y accesibles para todos los públicos.



■ AUTO CIRCO

Primer “Auto Circo”– Innovación cultural en tiempos de pandemia

Secretaría de Turismo – Municipalidad de Villa de Merlo

El **anfiteatro Esteban Agüero**, ubicado en el Balneario Municipal, fue escenario de un hito cultural sin precedentes: la inauguración del **primer “Auto Circo” de la Argentina**, una experiencia artística especialmente diseñada para cumplir los protocolos de bioseguridad vigentes durante la pandemia de COVID-19.

■ Contexto y organización

La iniciativa, auspiciada y coordinada por la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo, respondió a la necesidad de reactivar la agenda cultural local garantizando el distanciamiento social. El proyecto se llevó adelante en articulación con la compañía CIRQUE XXI y con el acompañamiento logístico de las áreas de Cultura, Tránsito y Seguridad Ciudadana del Municipio.

■ Formato del espectáculo

- **Asistentes:** 40 familias, cada una a bordo de su vehículo, acomodadas en burbujas sanitarias señalizadas.
- **Duración:** 90 minutos de acrobacias, destrezas y humor.
- **Audio:** transmisión en directo por frecuencia de radio FM; los espectadores sintonizaron el espectáculo desde el estéreo de sus autos.
- **Interacción:** luces y bocinazos reemplazaron los aplausos tradicionales, creando un clima festivo y seguro.

■ Impacto comunitario

El “Auto Circo” nació como gesto de gratitud de la comunidad circense hacia los vecinos—y, en particular, hacia la Municipalidad—por la asistencia recibida durante el aislamiento (donaciones de alimentos, abrigo e insumos). La función marcó también la primera experiencia cultural presencial de la provincia en tiempos de pandemia, posicionando a Merlo como destino pionero en propuestas creativas y responsables.

■ Resultados

- **Reactivación cultural segura:** permitió el regreso de artistas al escenario sin comprometer la salud pública.
- **Visibilidad del destino:** cobertura provincial y nacional que destacó a la Villa de Merlo como referente en innovación cultural.
- **Satisfacción de la comunidad:** familias locales y visitantes disfrutaron de un evento recreativo en un contexto adverso, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la confianza en las medidas municipales.

Con esta acción, la Secretaría de Turismo reafirma su compromiso de generar **experiencias turísticas y culturales resilientes**, adaptadas a los desafíos contemporáneos, poniendo en valor la creatividad y el trabajo conjunto entre sector público, artistas y comunidad.

PARA TODA LA FAMILIA

AUTOCIRCO

SÁBADO 23 Y DOMINGO 24

CIRQUE XXI
Artistas, actores,
gimnastas y cómicos
presentan su show en vivo,
en agradecimiento a la comunidad merlina.

- Primera experiencia cultural del país desarrollada con Protocolos de bioseguridad.
- Se ubicarán los vehículos respetando las medidas sanitarias y de seguridad correspondientes y las distancias para apertura y cierre de puertas.

Pre Inscripción de lunes viernes, de 9 a 16 hs. al tel. 476 620.
Agradecemos colaborar con alimentos no perecederos. **Cupos limitados!**

 **AUSPICIA**
Municipalidad de Villa de Merlo
**Secretaría de Gestión Cultural
e Identidad Merlina**

#MERLOSENTITEPARTE

■ BAILE CARNAVAL

Carnaval en la Avenida del Sol: una noche de celebración en la Villa de Merlo

El domingo 11 de febrero de 2024, la Villa de Merlo vivió una jornada llena de color, música y tradición con una nueva edición de los festejos de **Carnaval**, organizada por el **Grupo Cana Blaya** con el acompañamiento de la **Secretaría de Turismo**, la Municipalidad de Merlo y el programa **Conexión San Luis**.

Desde las 21:00 h, la **Avenida del Sol** —entre las calles Av. de la Luna y Av. Marte— se transformó en un gran escenario a cielo abierto que convocó a residentes y visitantes a disfrutar de una propuesta vibrante que combinó espectáculos artísticos, gastronomía y alegría popular.

La programación incluyó la participación especial de la reconocida agrupación **La Banda Norteña**, quienes animaron la apertura del evento con su característico repertorio musical. Luego, los espectaculares **Caporales Paso del Fuego** desplegaron todo su colorido y energía con danzas tradicionales del altiplano andino, brindando un espectáculo de alto impacto visual y emocional.

Uno de los momentos más destacados de la noche fue la presentación de la obra teatral “**Desplumadas**”, que aportó una dosis de humor y expresión escénica, y el gran cierre estuvo a cargo de la banda **Repik2**, que hizo vibrar al público con su show en vivo.

A lo largo del evento, el público pudo disfrutar de una variada oferta gastronómica en los **carros de comida** ubicados sobre la avenida, con propuestas para todos los gustos: platos típicos, opciones vegetarianas, bebidas artesanales y postres regionales.

Este evento formó parte de la agenda turística y cultural de la temporada de verano 2024, y tuvo como objetivo principal **generar espacios de encuentro para la comunidad, fomentar el desarrollo artístico local y ofrecer actividades recreativas gratuitas de calidad para turistas y vecinos**.

Con una gran convocatoria y un entorno cuidado, el Carnaval en la Avenida del Sol consolidó una vez más el compromiso de la Secretaría de Turismo con la promoción de eventos culturales que fortalecen la identidad de la Villa de Merlo y dinamizan su economía durante la temporada alta.



■ APERTURA TEMPORADA

Lanzamiento de Temporada 2024: Experiencia Gastronómica en la Villa de Merlo

Secretaría de Turismo – Municipalidad de Villa de Merlo

En el marco del Lanzamiento de la Temporada de Verano 2024, la Secretaría de Gestión, Calidad y Productos Turísticos de la Villa de Merlo llevó adelante una propuesta gastronómica integral que fusionó sabores locales, música, reconocimientos y experiencias para disfrutar en comunidad.

Entre el 30 de noviembre y el 2 de diciembre de 2023, vecinos, vecinas y visitantes tuvieron la oportunidad de participar de un circuito gastronómico especialmente diseñado para dar la bienvenida al verano, celebrar la identidad culinaria local y fortalecer el vínculo entre la comunidad anfitriona y el turista.

■ Jueves 30 de noviembre – Noche de los Sabores

La propuesta inicial se centró en la gastronomía local, con una noche dedicada a degustar platos típicos y promociones exclusivas en restaurantes y locales adheridos. A través de un código QR disponible en distintos puntos del centro, los comensales pudieron acceder al mapa de establecimientos participantes, sus propuestas y los beneficios especiales de la jornada. Esta acción buscó promover el consumo responsable y visibilizar la variedad gastronómica del destino.

■ Viernes 1 de diciembre – Noche de Tragos y Apertura Oficial

La Avenida del Sol se convirtió en el epicentro de la celebración con una jornada que combinó talento, música y distinciones. Desde las 19:00 horas, una competencia de bartenders abrió la noche con propuestas creativas y coctelería local, animada por las presentaciones de DJ Lucianno Celi y DJ Nat Hilgen.

El acto central fue la Apertura Oficial de la Temporada Verano 2024, en la cual se entregaron distinciones a distintos agentes turísticos que, desde su labor cotidiana, contribuyen al desarrollo sustentable y profesional del destino.

La velada culminó con un show en vivo de DYNAMO, generando un ambiente festivo que convocó a residentes y turistas en uno de los principales corredores turísticos de la ciudad: Avenida del Sol entre calle Conlara y Avenida de la Luna.



■ Sábado 2 de diciembre – Tarde de Té

Esta experiencia gastronómica integrada formó parte de las acciones estratégicas de la Secretaría de Turismo orientadas a diversificar la oferta de actividades, promover el talento local, fortalecer el consumo en el sector comercial y consolidar el posicionamiento de la Villa de Merlo como un destino de excelencia también desde lo culinario.

Con propuestas para todos los gustos, esta celebración marcó el inicio de una nueva temporada con identidad merlina, con eje en la calidad, la innovación y el disfrute compartido.



■ LANZAMIENTO DE TEMPORADA 2025

“SOÑÁ & VIVÍ, SENTÍ MERLO”

Campaña digital conjunta con municipios de San Luis

Secretaría de Turismo – Municipalidad de Villa de Merlo

El miércoles 20 de noviembre de 2024 a las 20:00 h, la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo llevó adelante el **lanzamiento oficial de la Temporada 2025** a través de una **campaña masiva y simultánea en redes sociales**, marcando un nuevo hito en la promoción turística digital del destino.

La iniciativa, desarrollada en articulación con el sector privado y otros municipios de la provincia de San Luis, tuvo como objetivo central potenciar la visibilidad del destino en el entorno virtual, apelando a la instantaneidad, el alcance y la conexión emocional que brindan las plataformas digitales.

Bajo el lema provincial **“Conexión San Luis”**, todos los municipios participantes difundieron de manera coordinada contenido audiovisual en redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube. Esta estrategia buscó mostrar la diversidad de paisajes, experiencias y propuestas que ofrece la provincia de forma simultánea, generando un alto impacto en potenciales visitantes y medios especializados.

Desde Villa de Merlo, la campaña se presentó con el concepto **“Soñá & Viví, Sentí Merlo”**, una propuesta que invita a vivir la aventura, redescubrir la naturaleza, disfrutar de la cultura local y reconectar con uno mismo a través de experiencias genuinas en el Tercer Microclima del Mundo.

La acción incluyó la publicación de **reels, videos promocionales, galerías fotográficas y mensajes institucionales**, todos producidos y difundidos con estética unificada y acompañados por el uso estratégico de hashtags y geolocalizaciones para maximizar el alcance.

Este evento virtual permitió consolidar el trabajo colaborativo entre los destinos turísticos de San Luis, fortaleciendo la identidad provincial y proyectando a la Villa de Merlo como uno de los principales referentes del turismo nacional en la temporada alta.

El lanzamiento digital representó un modelo innovador de comunicación turística, con impacto medible, alta participación del sector local y una excelente recepción del público, que interactuó en tiempo real con el contenido difundido.

Con esta acción, la Secretaría de Turismo reafirma su compromiso con la promoción activa, moderna y articulada del destino, integrando herramientas digitales, creatividad y trabajo conjunto para seguir posicionando a Merlo como un destino líder en naturaleza, experiencias y calidad turística.



SOÑÁ & VIVÍ SENTÍ MERLO

LANZAMIENTO TEMPORADA 2024/2025

EL 20 DE NOVIEMBRE VILLA DE MERLO LANZA SU CAMPAÑA DIGITAL EN:

- SUBTES EN CABA
- PANTALLA GIGANTE AV CORDOBA, CABA.
- RADIO MEGA FM 98.3
- ONE FM 103.7
- POP FM 101.5
- VALE FM 97.5
- 10 AM 710
- DIFUSIÓN EN MEDIOS NACIONALES Y LOCALES

CONECTÁ CON VILLA DE MERLO

CNE XION SANTO
EMIPROTUR
Merlo
Secretaría de Turismo

INVITACIÓN ESPECIAL

Estimado/a Prestador/a:

Invitamos a formar parte del **LANZAMIENTO VIRTUAL DE TEMPORADA** de Villa de Merlo, que se realizará el **miércoles 20 de noviembre a las 20:00 hs.**

Compartiremos de manera conjunta y simultánea en todas las Redes Sociales el video de la nueva **"Soñá & Viví, Sentí Merlo"**

Esta iniciativa y difundamos juntos nuestro destino!

LANZAMIENTO TEMPORADA 2024/2025

RECORDATORIO

FALTA 4 HORAS PARA EL LANZAMIENTO VIRTUAL DE TEMPORADA

EL MATERIAL SERÁ SUBIDO A REDES SOCIALES PARA QUE PUEDAS APOSTEARLO

CONECTÁ CON VILLA DE MERLO

CONECTÁ CON VILLA DE MERLO

CNE XION SANTO
EMIPROTUR
Merlo
Secretaría de Turismo

■ PARTICIPACIÓN DE LA VILLA DE MERLO EN LA 49.ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BUENOS AIRES

Campaña digital conjunta con municipios de San Luis

En el marco de la gestión 2024–2027, la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de la Villa de Merlo concretó por primera vez la participación del destino en la 49.ª edición de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, uno de los eventos culturales y editoriales más relevantes de América Latina. Esta acción se inscribe dentro de la política de promoción cultural y turística que busca posicionar a Merlo a nivel nacional a través de sus valores identitarios.

La presencia institucional en la feria se realizó en articulación con el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, que brindó un espacio destinado a la promoción de destinos turísticos argentinos con perfil cultural. Allí, Merlo dispuso de un stand propio donde se presentaron producciones editoriales locales —tanto de autores como de editoriales independientes de la región—, publicaciones institucionales de la Secretaría y material promocional orientado a visibilizar la oferta turística y cultural del destino.

Durante los días de participación, se llevaron a cabo actividades de difusión que incluyeron presentaciones de libros, encuentros con escritores merlinos, narraciones para público infantil y entrega de material gráfico y audiovisual. Estas acciones permitieron mostrar a Merlo no solo como un destino turístico de naturaleza, sino también como un territorio con una producción cultural viva y activa.

La participación en la Feria Internacional del Libro representó una oportunidad estratégica para fortalecer la imagen del destino, fomentar el turismo cultural, generar vínculos con otras ciudades e instituciones del país y poner en valor la producción artística y literaria local. Se trató de una acción sin precedentes para la Villa de Merlo, que refuerza la visión de una gestión comprometida con el desarrollo integral del destino, articulando cultura, turismo e identidad.

Capítulo 4

PROGRAMAS REALIZADOS

■ PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA *“ARGENTINA TE INCENTIVA”*

Durante el año 2024, la Municipalidad de la Villa de Merlo, a través de la Secretaría de Turismo, aplicó al programa “Argentina Te Incentiva”, una iniciativa del Ministerio de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación, gestionada por la Subsecretaría de Turismo.

El programa tuvo como objetivo fortalecer los destinos turísticos como sedes de congresos, ferias, exposiciones y eventos deportivos, con el fin de dinamizar las economías regionales, desestacionalizar la actividad turística y promover el entramado productivo vinculado al turismo de reuniones y eventos.

La convocatoria estuvo dirigida a organizadores de eventos que se realizarán entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 2024, en todo el territorio nacional.

Desde la Municipalidad, consideramos que el turismo de eventos y reuniones es una herramienta estratégica para el desarrollo local, ya que genera movimiento económico directo, promueve la ocupación fuera de temporada alta, y visibiliza al destino ante nuevos públicos.

Participar del programa Argentina Te Incentiva nos permitió acceder a apoyo económico y técnico para fortalecer la realización de eventos deportivos y turísticos de escala regional y nacional, alineados con los objetivos de sostenibilidad, inclusión y promoción del desarrollo económico local.

En el marco del programa, se concretaron dos eventos con impacto turístico, deportivo y comunitario, organizados por la Municipalidad a través de sus áreas de Turismo y Deportes:

■ Ultra Trail de Montaña (UTM)

Evento de alto impacto deportivo y turístico que convocó a corredores de distintas provincias del país en un recorrido por senderos y zonas naturales de alto valor paisajístico. Este tipo de evento promueve el turismo de naturaleza, el deporte de montaña y posiciona a Merlo como un destino ideal para actividades al aire libre.

■ Torneo de Fútbol Senior

Encuentro regional que convocó a equipos de distintas localidades, promoviendo la práctica deportiva en personas mayores, el intercambio cultural y la ocupación de servicios turísticos fuera de temporada. También representó una oportunidad para fortalecer el sentido de comunidad y fomentar hábitos saludables.

■ Impacto local

Gracias a esta participación, se logró:

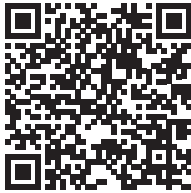
- Aumentar el flujo de visitantes durante los meses de baja estacionalidad.
- Promover la ocupación hotelera y el consumo en el sector gastronómico y comercial.
- Fortalecer la infraestructura local para eventos deportivos y turísticos.
- Generar trabajo y visibilidad para prestadores y emprendedores locales.



FUTBOL SENIOR
BINACIONAL

Desde la Municipalidad de la Villa de Merlo se reconoce que el desarrollo turístico de calidad debe estar fuertemente vinculado a los principios de inclusión, equidad y derechos. En este marco, la calidad no se limita únicamente a la mejora de procesos o servicios, sino que incorpora dimensiones sociales fundamentales para una gestión turística transformadora.

Una de las acciones más relevantes en este sentido ha sido la implementación y obtención del Sello Igualdad, una distinción otorgada por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, en articulación con el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad. Este sello reconoce a los destinos que trabajan activamente en la incorporación del enfoque de género en sus políticas y estructuras de gestión turística.



BASES Y CONDICIONES
**ARGENTINA
TE INCENTIVA**

■ IMPLEMENTACIÓN DEL SELLO IGUALDAD EN LA SECRETARÍA DE TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD DE LA VILLA DE MERLO

La obtención del Sello Igualdad constituye un hito en la gestión turística local. Este proceso fue abordado de manera participativa y transversal dentro de la estructura municipal, y contempló distintas etapas de trabajo, entre ellas:

- **Diagnóstico institucional con enfoque de género:** Se realizó un relevamiento interno para identificar fortalezas y áreas de mejora en materia de igualdad de género dentro del funcionamiento de la Secretaría de Turismo.
- **Capacitación y sensibilización del equipo municipal:** El personal técnico, administrativo y operativo de la Secretaría participó en instancias formativas sobre perspectiva de género, lenguaje inclusivo, atención con enfoque de derechos y prevención de situaciones de violencia.
- **Revisión y adecuación de procedimientos internos:** Se ajustaron circuitos de atención al público, prácticas laborales internas y materiales de difusión turística para garantizar un trato respetuoso, inclusivo y libre de discriminación.
- **Elaboración de un plan de acción institucional:** Se definieron objetivos concretos a corto y mediano plazo para seguir profundizando la igualdad de género en la gestión turística municipal, incluyendo alianzas con otras áreas del Gobierno local, y articulaciones con prestadores y organizaciones del sector.



MANUAL
SELLO IGUALDAD

■ Impacto y continuidad

La implementación del Sello Igualdad ha permitido instalar la perspectiva de género como un eje estructurante dentro de la política turística municipal. Esta iniciativa se traduce en una mejor calidad institucional, en prácticas de gestión más inclusivas, y en una relación más respetuosa y empática con la comunidad y con quienes visitan el destino.

La experiencia también genera un efecto multiplicador hacia el sector privado, ya que promueve una cultura organizacional más equitativa y estimula a los prestadores turísticos a revisar sus propias prácticas.

■ SELLO IGUALDAD

■ Impacto local

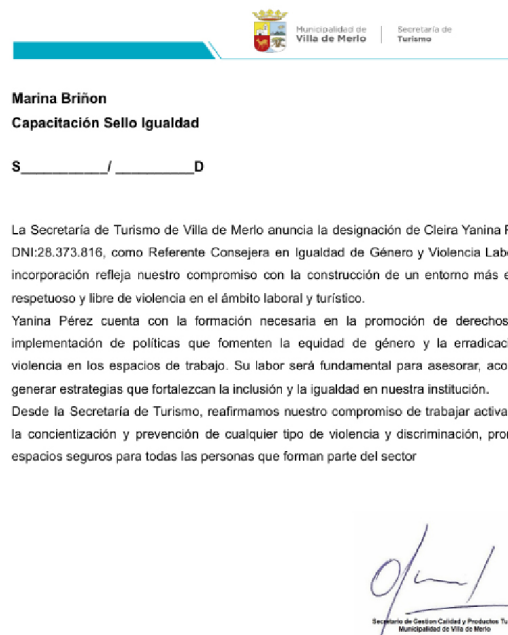
En la Secretaría trabajamos de manera homogénea y equitativa, el ambiente laboral abarca distintas habilidades. Nuestros sectores están divididos en el área de Gestión, la cual contamos con una Dirección General por una mujer, Ornella Cappetta, el Área de Capacitación conformada por 4 mujeres, el Sector de guardias Turísticas, nuestra directora, Yésica Carisani y en ese sector somos 6 mujeres y 3 hombres y por último el área de Técnica y manejo de redes contando con 2 mujeres y 2 hombres. Todos los sectores dependen de un Secretario de Turismo, Sr Santiago Trobo, pero como podemos observar es casi un 70 % de personal femenino. El respeto es mutuo, la convivencia laboral es muy amena y la participación es sumamente democrática. No existen problemas relacionados a la violencia laboral y mucho menos en perspectiva de género.

Puedo contar como vivencia que tenemos un compañero en el área de Gestión que cuando ingresó a trabajar se auto percibía mujer y fue tratado como tal, sin cuestionamientos, ni malos tratos. Tratamos de acompañar su identidad de manera respetuosa, hoy, en la actualidad nos comentó que estaba en un periodo de cambio y se siente hombre.



Se establecen los lineamientos de gestión mediante el desarrollo de gestiones de desarrollo de políticas institucionales ya establecidas en la Institución.

- Referente área de género



- Ley Micaela



Mayo 2023

Certificamos que
PEREZ, Cleira Yanina
DNI **28373816**

ha aprobado el curso de capacitación "LEY MICAELA, violencias y perspectiva de género", 5ta Cohorte General (RESOLUCIÓN N° 41-SMDel-2023) con una carga horaria de 24 horas reloj, con contenidos revisados por el Equipo Técnico Interdisciplinario de la UNSL y dictado por la **Secretaría de la Mujer, Diversidad e Igualdad**.

Esta formación es un aporte para la construcción de una sociedad puntana más igualitaria, y por tanto, libre de violencias.

[Firma]
ANA CAROLINA CARLINI VILA
Jefa de Área Implementación
Ley Micaela

[Firma]
GABRIELA FERNANDA FUNES
Jefa de Programa Promoción
para la Igualdad Sustantiva

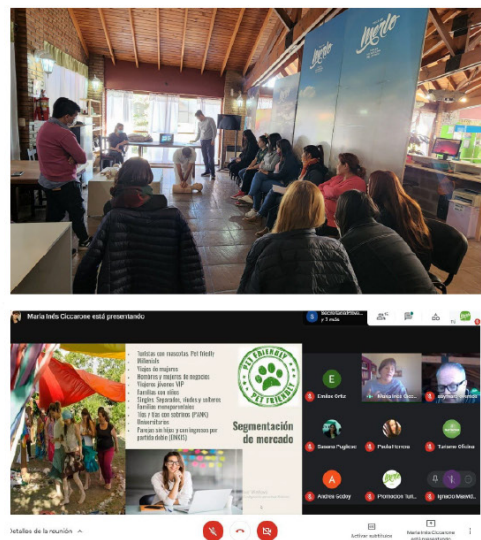
[Firma]
MARIANA CARLA URTEAGA
Secretaria de la Mujer,
Diversidad e Igualdad

- Herramientas para actuar por violencia de género



- Capacitación del personal

Se ejercen capacitaciones de manera transversal con el Área de Género de la Municipalidad de la Villa de Merlo. Se trabajan los abordajes de asesoramiento y vinculación. A partir del Sello vamos a implementar Capacitaciones que tengan directa relación y vinculación sobre la violencia preventiva.



- **Contratación y promoción del personal.**

Podemos hablar orgullosamente que no solo en Turismo sino en todas las áreas del municipio se trabaja a través de una estructura igualitaria, equilibrada y sobre todo justa. Puedo compartir mi experiencia, ya que me encuentro tanto en el área de capacitaciones como en las oficinas de información y me ha tocado salir en el vehículo del trabajo manejando, el cual es un rol poco común y puedo agregar que mi compañero Luis es el encargado de la cocina en cada salida local, regional o de otras provincias.

- **Contratación y promoción del personal.**

Las remuneraciones son fijas indistintamente del nivel jerárquico, se suma o cambia el resultado a medida que cumplimos horas extras, el sector Turismo, necesita particularmente horarios no tan convencionales, incluso muchas veces días fuera de casa.

Se recibe el sueldo en tiempo y forma, pertenecemos a Recursos Humanos.

El esfuerzo y la responsabilidad es mutua desde los jefes hasta los empleados de menor jerarquía, existe el compromiso.

- **Licencias familiares y trabajos de cuidado**

Existen todas las contemplaciones. El desarrollo de las actividades son consensuadas, la libertad es un abanico muy grande, podemos acudir al trabajo con nuestros niños menores o también el municipio cuenta con guardería. En el caso de tener una persona a cargo o cualquier inconveniente personal, tiene solución.

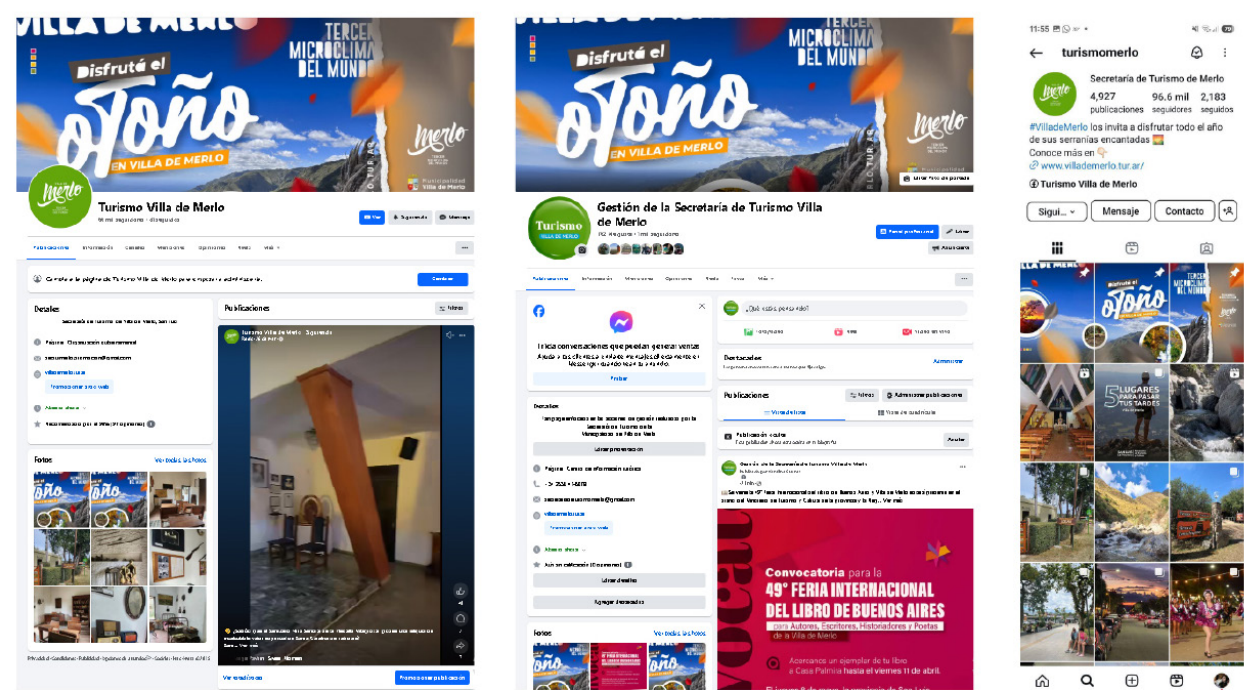
- **Comunicación**

La comunicación es fundamental en todos los niveles sociales. Es por eso que en la Secretaría se logra una buena integración y cumplimiento de los distintos objetivos. Somos seres humanos con distintos bagajes emocionales y vivenciales, si bien hoy nos encontramos en la era tecnológica, nosotros seguimos apostando a las reuniones presenciales. Lo cual es muy asertivo y funcional, tanto interna como externamente, dando lugar así también a que además de ser compañeros/as de trabajo generamos un vínculo de amistad.

Es fundamental la comunicación para fortalecer la identidad de la Secretaría.

Además, en el área externa trabajamos con comunicación visual, ya que todas las capacitaciones, congresos, eventos y otros nos permiten garantizar la llegada al público y/o empresas y así canalizar los mensajes de manera eficiente.

En ambos casos implementamos palabras no sexistas.



■ Espacios inclusivos

La Secretaria es compartida con el Área de Fiscalización y Habilitaciones del municipio, así mismo contamos con un espacio para reuniones en general, una cocina, el baño es único y unisex y contamos con seguridad interna y externa.



- **Prevención de la violencia por motivos de género**

Actualmente contamos con un área específica dentro de la Municipalidad, “Mujeres en red” a cargo de la Dra. Maria José Álvarez Pinto, Vicepresidente del Concejo Deliberante. Por otro lado y desde ahora, inicia en el área de la Secretaría de Turismo, Yanina Pérez como referente y consejera.



- **Vínculo con la comunidad**

Somos partícipes de manera constante con la comunidad, trabajamos para la comunidad. Al estar en la función pública somos responsables directos ante la violencia de género y teniendo en cuenta que la mayoría de los casos vincula a mujeres y organismos como LGBT+.

Ojalá podamos seguir trabajando las violencias de género para su disminución, ya que no es un asunto privado, es un derecho humano y por lo tanto una cuestión de Estado.

Analizar normativa protocolo de abordaje de violencia boletín oficial administración pública.



■ PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA “PROMOVER”

La Municipalidad de la Villa de Merlo, a través de la Secretaría de Turismo, presentó su proyecto “Impulsando Villa de Merlo: Campañas Digitales para el Turismo Nacional” en el marco del programa nacional “Promover”, con el objetivo de fortalecer la promoción turística del destino a nivel nacional mediante estrategias de comunicación digital.

La decisión de postular al programa surge a partir de una problemática concreta y actual: la necesidad de modernizar y profesionalizar la promoción turística del destino en entornos digitales. A pesar del gran potencial que tiene Villa de Merlo —por su entorno natural, su microclima, su hospitalidad y su agenda cultural—, se identifican dificultades en la llegada efectiva a nuevos públicos, especialmente a través de los canales digitales donde hoy se define gran parte de la decisión de viaje.

En un contexto de alta competencia entre destinos turísticos nacionales, y en una etapa donde los viajeros planifican, comparan y eligen experiencias principalmente mediante internet y redes sociales, resulta imprescindible contar con campañas de promoción profesionalizadas, dinámicas, y adaptadas a las nuevas tendencias de consumo turístico.

Además, como municipio del interior con recursos limitados para el desarrollo de acciones publicitarias de alto impacto, acceder a este tipo de programas nos permite reducir las brechas de visibilidad con respecto a destinos de mayor presupuesto, y mejorar nuestra competitividad en igualdad de condiciones.

¿En qué consistió el proyecto?

El proyecto presentado propone campañas digitales integrales con contenidos audiovisuales de alta calidad, acciones en redes sociales, colaboraciones con influencers y promoción en plataformas como Google Ads, Facebook, Instagram y YouTube.

Los objetivos fueron claros:

- Posicionar a Villa de Merlo entre los destinos preferidos por el turismo nacional.
- Aumentar la visibilidad y el tráfico digital hacia nuestras plataformas oficiales.
- Captar el interés de nuevos visitantes, especialmente desde provincias cercanas y grandes centros urbanos como Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza.

Para ello, se propusieron acciones como:

- Creación de videos promocionales, fotografías de alto impacto y relatos de experiencias locales.
- Implementación de campañas segmentadas por tipo de público (*familias, parejas, jóvenes, amantes de la naturaleza*).
- Alianzas con influencers y operadores turísticos.
- Concursos y dinámicas participativas en redes sociales para fomentar el reconocimiento del destino.
- Medición de resultados y ajustes en tiempo real con herramientas como Google Analytics y métricas de redes sociales.

▪ Impacto esperado

Se proyectó, como resultado de estas acciones:

- Un 30% de aumento en las visitas al sitio web oficial del destino.
- Un 50% de incremento en la interacción en redes sociales.
- Un 20% de crecimiento en consultas y reservas hacia prestadores locales.
- Fortalecer la infraestructura local para eventos deportivos y turísticos.
- Generar trabajo y visibilidad para prestadores y emprendedores locales.



MANUAL DE BASES
PROMOVER

Capítulo 5

MIRADAS Y PERCEPCIONES

MIRADA INTERNA Y DESAFÍOS FUTUROS

VOCES DEL EQUIPO

El equipo de trabajo que integra actualmente la Secretaría de Turismo expresa un fuerte sentido de pertenencia, compromiso y orgullo por el camino recorrido. A continuación, algunas de sus reflexiones:

Ornella Cappetta

“Ingresé a la Secretaría de Turismo hace poco más de tres años, en diciembre de 2021. Me incorporé como informante turística de temporada, en el marco de una gestión ya en curso, liderada por Santiago y con el acompañamiento de Javier Pedernera desde el área de Promoción. En ese momento, era una de las pocas integrantes del equipo que cursaba la carrera en la Facultad de Turismo y Urbanismo, transitando mi tercer año.

Todo era nuevo para mí: no tenía experiencia laboral en relación de dependencia, mucho menos en el ámbito público, y menos aún en lo que implicaba la gestión turística. Sin embargo, si hoy tuviera que explicarlo, diría que fue en ese momento cuando empezó a formarse el equipo que el Secretario soñaba tener, y cuyos frutos hoy pueden verse con claridad.

Recuerdo que, como estudiante, veía a la Secretaría de Turismo como un gran edificio administrativo, donde solo se atendía a aquellos turistas curiosos que se animaban a cruzar la puerta. Estando dentro, comprendí que se trataba de mucho más: fui parte de un proceso de transformación que se dio de manera muy natural, pero con pasos firmes y objetivos bien definidos.

Luego de finalizar la temporada de verano 2022, comencé a involucrarme cada vez más en mejorar la calidad de la atención y en hacer más eficiente la información turística que brindábamos. Más adelante, decidí aportar al área de estadísticas, aplicando los conocimientos adquiridos en la universidad. También, en mis tiempos libres, sacaba fotos y generaba contenido del destino, lo cual sirvió para nutrir nuestras redes sociales y colaborar en tareas de redacción.



Con el tiempo, me orienté de forma específica al trabajo en el área de Promoción Turística. Ya sin la figura de un director, me involucré activamente en la relación con medios de prensa, el desarrollo de pautas publicitarias, la gestión de marcas y campañas de comunicación. Finalmente, a partir de un ofrecimiento de Santiago, acepté el rol de Secretaria Administrativa. Esto me permitió, al comienzo de su segunda gestión, ser designada como Coordinadora de Áreas y, actualmente, asumir el desafío de ser la Directora General de la Secretaría de Turismo.

Todo este camino fue posible gracias al liderazgo generoso de quien nos condujo, permitiéndonos a mí y a cada integrante del equipo desarrollarse con libertad, aprender en el recorrido, y llevar adelante nuestras ideas. Con aciertos y errores, pero siempre con paciencia, vocación de servicio y la confianza para crecer.

Hoy, Villa de Merlo – Tercer Microclima del Mundo no es solamente una marca consolidada ni solo uno de los destinos más elegidos del país. Merlo es el resultado de un trabajo articulado entre el sector público, el sector privado y la comunidad. Es el fruto del compromiso de profesionales del turismo, de jóvenes con espacio y oportunidades para hacer realidad sus proyectos. Es un destino planificado, con una visión clara y un plan de acción a corto, mediano y largo plazo.

Contamos con propuestas de capacitación para todos los sectores, productos turísticos innovadores, legislación de avanzada, y una visibilidad y proyección nacional e internacional que se refleja en cada acción y en cada lugar donde Merlo está presente.

Pero, por sobre todas las cosas, Merlo es hoy lo que es gracias a un equipo humano extraordinario. Personas que se ponen la camiseta con responsabilidad, calidez y compromiso, representando a toda una ciudad y llevando adelante, con orgullo, el desafío de construir el destino turístico que soñamos.”

Selena Pinto

“La Secretaría de Turismo me abrió las puertas el 2 de enero de 2023. En ese momento, llevaba apenas un año cursado de la carrera de Licenciatura en Turismo. La verdad es que no sabía con qué me iba a encontrar. Tenía la idea fija de que no me gustaba el turismo, y mucho menos la idea de lidiar con turistas.

Comencé como informante turística, brindando información sobre mi ciudad. Estaba en el turno tarde, generalmente sola, y fue ahí, en ese espacio de atención directa, donde todo empezó a cambiar. Día tras día hablaba con turistas que llegaban con distintas expectativas y emociones: algunos se iban felices, otros dejaban comentarios positivos en Google Maps, algunos simplemente necesitaban a alguien que los escuchara, y otros venían molestos, pero con un poco de amabilidad, lograban transformar su estado de ánimo.

Cada turista resultó ser un enigma, una experiencia, un mundo en sí mismo. Y en cada interacción, no solo aprendía algo nuevo sobre Villa de Merlo, sino también sobre las personas, sobre el turismo... y sobre mí misma.

Con el tiempo, empecé a observar más profundamente esta profesión. A Santiago, por ejemplo, con su capacidad innata para hacer sentir a las personas como en casa. Lo escuchaba hablar de Merlo en entrevistas, en actos, y siempre transmitía una pasión genuina por lo que hacía. Y también a Ornella, que empezó desde abajo y llegó a ser directora. Ambos me inspiraron profundamente: me mostraron un camino posible, me despertaron las ganas de seguir, de crecer y de amar el trabajo que hoy realizo con orgullo.

Si soy honesta, las gestiones anteriores no las observé tanto. Sabía que el turismo en Merlo era fuerte, que estaba bien promocionado en todo el país, pero nunca le presté demasiada atención. Hoy, después de haber vivido el turismo desde adentro, puedo decir con certeza que me encuentro totalmente fascinada y enamorada del trabajo que se realiza cada día desde la Secretaría.

Porque lo que pasa puertas adentro no es solo gestión, promoción o estadísticas: es compromiso, vocación, y sobre todo, un amor profundo por esta ciudad y por quienes la eligen.”

Florencia Addala

“Ingresé a la Secretaría de Turismo en diciembre de 2023 gracias a Santiago y a Ornella, quienes me brindaron su confianza desde el momento uno, que me dieron la posibilidad de crecer, aportar y ser parte activa de un proyecto que me inspira todos los días.

Desde el primer momento, sentí que este espacio me abría las puertas no solo a un trabajo, sino a una verdadera oportunidad de desarrollo personal y profesional. Se me brindó la confianza y libertad para desplegar todo lo que soy y sé, integrando mis saberes en recreación, turismo y educación al diseño y coordinación del Programa de Capacitación Turística.

Siempre fiel a mis ideales: creo profundamente en la capacitación y en el conocimiento como herramientas transformadoras, tanto a nivel personal como social. Por eso, mi objetivo desde el inicio fue generar espacios formativos accesibles, dinámicos y significativos, que fortalezcan las capacidades de nuestro equipo y también de quienes, desde diferentes lugares, forman parte del entramado turístico de la Villa de Merlo.

Pienso en el futuro con esperanza y entusiasmo. Me imagino una Secretaría donde la formación continua sea un eje transversal en todas las áreas; un espacio que siga apostando por el crecimiento humano y profesional de su equipo, y que entienda que el turismo no solo se gestiona con números y estrategias, sino también con vínculos, sensibilidad y empatía.

El equipo humano que me acompaña es una de las cosas que más valoro. Encontré personas hermosas, comprometidas, generosas y con una profunda vocación. El compañerismo, la calidez y el apoyo mutuo hacen que el trabajo cotidiano sea mucho más que una tarea: es una experiencia que enriquece y motiva.



Una de las cosas que más me asombran y motivan del funcionamiento de la Secretaría es que todo lo que se proyecta, se trabaja y se concreta. Las ideas no quedan en el papel: se transforman en acciones reales, con impacto directo en el destino y en la comunidad. Hay una capacidad operativa y de gestión muy sólida, pero también una gran vocación de servicio que atraviesa todo lo que hacemos. Cada proyecto nace del trabajo en equipo, se fortalece con la planificación y se concreta gracias al compromiso de todos. Esa coherencia entre lo que soñamos, lo que planificamos y lo que logramos es, sin duda, una de las mayores fortalezas de esta gestión.

Belen Rosales

“Formar parte de la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo ha sido una experiencia profundamente enriquecedora, tanto en lo personal como en lo profesional. Inicié mi camino como informante turístico y, con el paso del tiempo, fui asumiendo nuevas funciones: elaboración de estadísticas, gestión de redes sociales del destino, tareas administrativas y coordinación con el diseñador gráfico para la creación de piezas visuales, presentaciones institucionales y otros materiales clave para la comunicación turística.

Valoro enormemente esta experiencia porque me permite ejercer mi vocación y aplicar mi formación en un entorno que está lejos de ser estático. El turismo es un sector dinámico, en permanente transformación, que nos exige estar en constante aprendizaje. Uno de los aspectos más gratificantes de trabajar en esta Secretaría es la posibilidad de aportar ideas, de ser escuchados y de formar parte activa en la construcción del destino, enriquecidos por las diversas miradas que conforman el equipo. Haber recorrido diferentes áreas me dio una visión integral —casi 360°— del engranaje que sostiene nuestro trabajo cotidiano.

El clima laboral es excepcional. Contamos con un equipo de profesionales que se distingue por su compromiso, su capacidad colaborativa y el respeto mutuo. Este capital humano es, sin dudas, la base que nos ha permitido alcanzar numerosos logros, todos fruto del esfuerzo colectivo.

Considero que la comunicación interna es uno de los pilares que debemos seguir fortaleciendo. Mantener una fluidez constante entre las distintas áreas resulta clave para optimizar la coordinación, evitar superposiciones y potenciar la planificación conjunta. Esto, sin duda, mejora la eficiencia del trabajo y permite una gestión más articulada.

En cuanto a la imagen externa de la Secretaría, considero que es sólida, aunque muchas veces el trabajo interno no se visibiliza en toda su magnitud. Es importante seguir comunicando no solo los atractivos turísticos, sino también el proceso que hay detrás de cada acción: planificación, estrategia, decisiones técnicas y trabajo interdisciplinario.

Uno de los logros que más valoro es el avance en la conformación del Observatorio Turístico, una herramienta fundamental para la toma de decisiones basadas en evidencia. Sin embargo, para que su funcionamiento sea óptimo, es necesario contar con herramientas tecnológicas adecuadas y tiempos específicos de dedicación que garanticen la generación de datos confiables y periódicos.

Mirando hacia el futuro, me gustaría impulsar una renovación del contenido en redes sociales, con un enfoque más profesional, que priorice la calidad visual de imágenes y videos. En este sentido, la incorporación de un film maker profesional sería una pieza clave para posicionar mejor nuestro destino. Asimismo, considero esencial el desarrollo de una aplicación propia que facilite la recopilación y el análisis de datos turísticos, permitiéndonos contar con estadísticas más completas, ágiles y actualizadas.

También me interesa participar en la creación de un inventario turístico detallado y en la conformación de un equipo específico de marketing, que nos permita diseñar e implementar acciones más estratégicas, segmentadas y con mayor impacto.”



Rocio Cordoba

“Desde que me incorporé al equipo de la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo, he transitado por diversas áreas y funciones que han enriquecido notablemente mis conocimientos sobre el sector. Esta experiencia no solo ha contribuido a mi formación como futura profesional del Turismo — al permitirme aplicar la teoría en un contexto real—, sino que también me permitió enfrentar y comprender las dinámicas propias del ámbito público, ampliando mi perspectiva sobre los desafíos que implica el desarrollo turístico a nivel local.

El hecho de haber participado en múltiples tareas me brindó una visión integral del funcionamiento de la Secretaría, sus avances y su gestión, y cómo cada acción contribuye al posicionamiento del destino.

Uno de los aspectos que más valoro es la forma en que nos vinculamos dentro del equipo: trabajamos en un ambiente colaborativo, donde cada integrante puede aportar desde sus habilidades y conocimientos, aprender cosas nuevas y contar con un espacio abierto para sugerencias e ideas. Esta dinámica fomenta el compromiso, la participación activa y el crecimiento conjunto.

Sin embargo, considero que uno de los aspectos a reforzar es la comunicación interna. Un buen flujo de información dentro del equipo no solo optimiza la dinámica laboral, sino que también se refleja en la imagen que proyectamos hacia el exterior. Si bien el trabajo conjunto fortalece los vínculos y el sentido de pertenencia, en determinadas situaciones es importante que cada área pueda enfocarse en sus objetivos específicos para evitar desvíos que dificulten la concreción de las acciones planificadas.

En el último tiempo, se han alcanzado logros significativos que reflejan un crecimiento sostenido del destino, como la consolidación del Merlo Bureau de Eventos, el fortalecimiento del PROCATUR, las giras promocionales y otras iniciativas que suman al desarrollo turístico.

No obstante, también creo que hay aspectos por mejorar. En particular, considero fundamental seguir profesionalizando el marketing digital, entendiendo su importancia clave en la actualidad. Del mismo modo, es necesario perfeccionar los métodos de toma de datos para el Observatorio Turístico, de manera que podamos contar con información más precisa, constante y útil para la toma de decisiones.

Espero poder seguir aportando todo lo que esté a mi alcance para favorecer el crecimiento de la Secretaría y contribuir al fortalecimiento del equipo en su conjunto.”

Catalina Suarez

“Desde que comencé mi primera experiencia laboral en la Secretaría de Turismo de Villa de Merlo, he transitado un camino de aprendizaje constante y profundamente gratificante. Al tratarse de mi primer empleo, todo era completamente nuevo para mí. Desde el primer día me fueron asignando tareas de manera progresiva, comenzando por responsabilidades simples hasta llegar a desafíos más complejos, siempre acompañada por ese pequeño “empujón” que me alentaba a ir un paso más allá. Esta forma de trabajo no solo me mantuvo motivada, sino que transformó cada tarea en una oportunidad distinta para aprender, conocer otras áreas y seguir creciendo.

Uno de los logros más significativos en este proceso ha sido la confianza que desarrollé en mí misma. Descubrí habilidades que no sabía que tenía: desde la atención y resolución de consultas de los visitantes —respondiendo cientos de preguntas con paciencia y claridad— hasta la producción de notas televisivas para promocionar nuestro destino. Cada meta alcanzada refuerza mi desarrollo personal y profesional, y me demuestra que, con el acompañamiento del equipo y el espacio para asumir nuevas funciones, es posible superar nuestros propios límites.

Además, gracias a los viajes de promoción turística, tuve la posibilidad de conocer nuevos destinos y personas, lo que representó una experiencia profundamente enriquecedora tanto a nivel personal como profesional.

En cuanto al funcionamiento interno, la Secretaría de Turismo se organiza bajo un esquema de trabajo colaborativo, dividido en áreas especializadas que interactúan entre sí de manera dinámica:

- *Estadísticas, encargada de recopilar y analizar datos sobre la afluencia turística.*
- *Redes Sociales, responsable de generar contenido, difundir información e interactuar con el público.*
- *Prensa y Comunicación, que mantiene el vínculo con los medios locales y nacionales.*
- *PROCATUR (Programa de Capacitación Turística), que ofrece formación tanto para el personal interno como para prestadores turísticos de la ciudad.*
- *Informantes Turísticos, que están presentes en puntos estratégicos brindando orientación y asistencia directa a los visitantes.*

La sinergia entre estas áreas permite un funcionamiento ágil y eficiente: los datos estadísticos alimentan las campañas de comunicación; las capacitaciones aseguran un servicio de calidad; y los informantes refuerzan la experiencia del turista en el destino. Esta articulación hace posible que, ante la ausencia de algún miembro del equipo, los demás puedan asumir sus funciones temporalmente, sin comprometer la calidad del servicio ni generar pérdida de gestión.

En definitiva, trabajar en la Secretaría de Turismo ha sido una experiencia profundamente satisfactoria y transformadora. Me siento parte de un engranaje que funciona de manera organizada pero flexible, donde el valor del trabajo en equipo se refleja en cada acción. Es ese espíritu colaborativo e innovador el que mantiene viva la esencia de esta institución y nos impulsa, día a día, a seguir creciendo."

Matías Elguero

"Dentro de la Secretaría de Turismo de Villa de Merlo, desempeño mi trabajo en dos áreas complementarias. Por un lado, formo parte del equipo técnico, donde me ocupo de la elaboración de estadísticas y colaboro activamente en el fortalecimiento del Observatorio Turístico. También participo en la generación de contenido, aportando desde una mirada analítica y creativa. Por otro lado, cumplo funciones en el área de información turística, brindando orientación a visitantes sobre atractivos, servicios, circuitos y opciones de alojamiento.

En mi trabajo cotidiano, utilizo herramientas como Google Sheets y Drive, y actualmente estoy incorporando otras más específicas para el análisis de métricas y la visualización de datos, con el objetivo de optimizar la toma de decisiones y aportar mayor claridad a las acciones de promoción.

La dinámica del equipo es positiva: hay espacios para el intercambio de ideas, cooperación entre áreas y una disposición general al trabajo colaborativo. Sin embargo, como suele ocurrir en el ámbito público, también enfrentamos desafíos, como ciertos procesos burocráticos o descoordinaciones puntuales. Aun así, el ambiente de trabajo promueve la participación, el compromiso y la mejora continua.

Desde lo personal, esta experiencia representa un desafío constante. Aprendí mucho, tanto en lo técnico como en lo humano. Todavía me cuesta desenvolverme en algunas situaciones, pero el hecho de salir de mi zona de confort me impulsa a crecer. Lo que más valoro es que hay espacio para proponer ideas, observar lo que se puede mejorar y animarse a plantearlo. Esa posibilidad de participar activamente en la construcción del día a día fortalece el sentido de pertenencia y el desarrollo profesional.

Un aspecto que aprecio especialmente es que, más allá de que cada uno tiene tareas definidas, también se espera que aportemos nuestra mirada personal, propongamos mejoras y busquemos soluciones. Hace poco, al reflexionar sobre la forma en que trabajamos, recordé una frase de Steve Jobs que dice algo así como: "No tiene sentido contratar personas inteligentes para decirles qué hacer; las contratamos para que nos digan qué hacer". Siento que esa lógica se refleja en este espacio: se nos da lugar para pensar, proponer y crecer desde lo que cada uno es y sabe hacer.

De cara al futuro, me gustaría seguir desarrollando ideas vinculadas al marketing turístico, tanto desde lo digital como en la planificación de estrategias dentro de la ciudad. Aspiro a pensar acciones que acompañen al turista en todo su recorrido: desde el momento en que elige el destino, hasta su experiencia durante la estadía y, sobre todo, en lo que viene después, cuando recomienda Merlo o decide volver.



Florencia Rodriguez

“Ingresé a trabajar en la Secretaría de Turismo hace tres años como informante turística, sin imaginar todo lo que ese primer paso significaría para mí. Fue mi primera experiencia en un ámbito laboral con tantos compañeros y donde el trabajo en equipo era realmente fundamental. Al principio fue un gran desafío: recibir tanta información de golpe parecía abrumador, pero en pocos días esa información ya se había incorporado a mi rutina como si siempre hubiera estado ahí.

Desde el inicio, me sentí muy contenta y orgullosa de formar parte de esta Secretaría. Siempre encontré un espacio cómodo para desarrollarme, con algunas situaciones incómodas, como en todo ámbito laboral, pero nunca fuera de lo normal. Durante mi primer año me dediqué exclusivamente a la atención al visitante, y esa etapa fue clave para mejorar mis habilidades en el trato con el público y para adquirir soltura a la hora de comunicarme con los turistas.

Con el tiempo, fui asumiendo nuevas responsabilidades: comencé a participar en tareas de relevamiento de datos, encuestas, control de ocupación y acciones de promoción. Cada tarea que se sumaba me resultaba enriquecedora, porque me permitía entender mejor cómo funciona el turismo y cómo se articulan los distintos engranajes que lo sostienen.

En esa primera etapa también atravesé algunas dificultades con una compañera que me hizo sentir incómoda. Sin embargo, la forma en que los directores intervinieron y resolvieron la situación fue muy positiva, y gracias a eso volví a sentirme a gusto en el equipo.

Uno de los momentos más significativos fue mi participación en la Feria Internacional de Turismo (FIT), donde me sentí profundamente feliz y orgullosa de representar a Merlo. Fue emocionante ver cómo todo el trabajo que veníamos realizando encontraba allí un espacio de visibilidad y reconocimiento.

A comienzos de 2024, la Secretaría atravesó un proceso de renovación: cambió el equipo, se reorganizaron las oficinas y se plantearon nuevas metas y proyectos. Durante ese período me enfoqué exclusivamente en la atención al visitante, ya que estaba terminando la carrera. Agradezco enormemente a la Secretaría por haberme dado la posibilidad de estudiar y trabajar a la vez, algo que no en todos los trabajos se permite.

Hoy puedo decir que el equipo que conformamos es excelente. Compartimos una misma pasión y compromiso por el turismo, y eso se refleja en la calidad del trabajo diario. La Secretaría se renueva cada año con nuevas propuestas que nos motivan y nos invitan a seguir creciendo. Además, considero que es un área bien organizada, con metas claras, proyectos definidos y una ejecución sostenida.”

Fortalezas que destaco:

- *Un equipo comprometido, con dedicación y pasión por lo que hace.*
- *Buen nivel de organización y ejecución de proyectos.*
- *Imagen positiva del destino y gran atractivo turístico.*
- *Compromiso de la comunidad con la actividad turística.*

Oportunidades de crecimiento:

- *Participación en eventos, festivales y ferias para seguir posicionando el destino.*
- *Potenciar la promoción digital.*
- *Capacitaciones permanentes para el equipo.*

Debilidades a trabajar:

- *Falta de apoyo de otras áreas municipales.*
- *Falta de comunicación fluida entre distintos actores del sector turístico y con otros destinos.*

Amenazas que se perciben:

- *Presupuesto limitado para promoción.*
- *Baja conciencia sobre la importancia del turismo en ciertos sectores.*
- *Falta de compromiso en el cuidado de los atractivos naturales y culturales.*

Lucas Sosa



“Hace aproximadamente cinco años, observaba con preocupación cierta precariedad en la implementación y mejora de la infraestructura vinculada al turismo en nuestra localidad. Un ejemplo claro era la cartelería instalada en miradores y puntos de interés, que muchas veces se realizaba con materiales poco durables. Lo más alarmante es que, en muchos casos, la situación no ha mejorado: hoy varios de esos elementos presentan un deterioro aún más evidente y progresivo.

Desconozco si las causas responden a cuestiones presupuestarias, de gestión o a otros factores. Sin embargo, lo que sí puedo percibir con claridad es la falta de una visión a largo plazo en la planificación de infraestructura turística. Las intenciones que motivan estas acciones son, sin duda, valiosas y bien orientadas al bienestar común, pero muchas veces las decisiones técnicas y los materiales elegidos no acompañan esos objetivos de forma efectiva.

Hoy, como estudiante de Turismo y trabajador dentro de la Secretaría, cuento con una mirada más amplia e integral sobre estas problemáticas. Desde ese lugar, también me resulta justo destacar el compromiso y la voluntad de muchas personas que forman parte del equipo, quienes, incluso desde roles humildes, impulsan iniciativas valiosas enfrentando limitaciones estructurales y obstáculos burocráticos que muchas veces no se ven.

Gracias a la formación académica y a la experiencia diaria en la Secretaría, puedo valorar de primera mano la enorme labor que se realiza para posicionar a Villa de Merlo como un destino turístico destacado. Un trabajo que no solo busca mejorar la calidad de la oferta y diseñar experiencias significativas para quienes nos visitan, sino también generar un impacto positivo en quienes vivimos aquí.

En lo personal, esta experiencia laboral ha sido —y sigue siendo— profundamente enriquecedora, desafiante y formativa. A veces motivadora, otras no tanto, pero siempre constructiva.

Agradezco sinceramente la oportunidad de formar parte de este equipo, tanto desde lo laboral como desde lo humano.”

Ariel Barnatan

“Me incorporé al equipo en diciembre del 2023. Mis funciones actuales son: atención al turista, encargado del sector de Turismo Religioso, guía de sitio, coordinador del área de Informantes Turísticos, relevamiento de datos de ocupación de alojamientos, encargado de la publicación y difusión de eventos de la Villa de Merlo en la página web oficial.

Desde mi incorporación a la Secretaría de Turismo, he tenido la oportunidad de integrarme con comodidad a un equipo interdisciplinario que no solo valora el aporte profesional de cada integrante, sino también su bagaje personal, entendiendo que ambos aspectos enriquecen el trabajo y los objetivos comunes. En este marco, mis ideas han sido escuchadas y bien recibidas, lo que me motiva a seguir involucrándome y creciendo profesionalmente.

El ambiente laboral se caracteriza por fomentar la participación activa y colaborativa, lo que se traduce en proyectos que se abordan desde múltiples enfoques: cultural, religioso, natural, deportivo y de eventos. Esta diversidad representa una de las grandes fortalezas de la Secretaría, especialmente en el contexto actual de la Villa de Merlo, un destino cada vez más consolidado tanto a nivel nacional como internacional.

En este escenario, la Secretaría desempeña un rol clave, no solo en la promoción del destino, sino también en la articulación con otras áreas del municipio. No obstante, esta articulación a veces se ve atravesada por dificultades propias del ámbito público, como demoras o definiciones de último momento, que pueden afectar el ritmo de implementación de algunos proyectos.

A pesar de estos desafíos puntuales, la experiencia de trabajar en la Secretaría es sumamente positiva. Formar parte de este espacio me permite aplicar conocimientos adquiridos previamente y, al mismo tiempo, aprender de manera constante en un entorno que estimula el compromiso, el trabajo en equipo y la vocación de servicio.”

Yesica Carisani

“Comencé a trabajar en la Secretaría de Turismo en el año 2021, donde tuve la oportunidad de desempeñarme en diferentes puestos, iniciando como informante turística y llegando, con el tiempo, a asumir la coordinación general de áreas. Esta trayectoria me ha permitido crecer tanto profesional como humanamente, y reafirmar mi vocación por el turismo como herramienta de desarrollo local.

Trabajar en la Secretaría de Turismo representa, para mí, una oportunidad constante de aprendizaje y compromiso. Ser parte de este espacio implica mucho más que brindar servicios: significa acompañar a quienes nos visitan, promover el desarrollo de la comunidad y fortalecer la identidad de nuestro destino mediante el trabajo conjunto y la vocación diaria.

Mi visión está fuertemente ligada al deseo de que el turismo continúe siendo uno de los motores económicos de la Villa de Merlo, pero bajo un enfoque de desarrollo sostenible y socialmente justo. Aspiro a que el trabajo en equipo siga consolidándose, que la capacitación continua sea un pilar central, y que cada acción que llevemos adelante esté orientada al bienestar tanto de los visitantes como de la comunidad anfitriona.

El equipo de trabajo de la Secretaría es, sin dudas, uno de sus principales pilares. Está conformado por personas con distintas trayectorias, saberes y experiencias, que aportan profesionalismo y compromiso en la tarea de poner en valor nuestro destino. Esa diversidad de miradas y capacidades enriquece cada proyecto, favorece el crecimiento colectivo y fortalece nuestra identidad como comunidad anfitriona. Al mismo tiempo, impulsa una promoción turística sólida, que nos posiciona entre los destinos más elegidos de la Argentina.

Ser parte de esta Secretaría no es solamente cumplir una función: es ser protagonista de un proceso colectivo que busca construir un destino auténtico, respetuoso y con sentido de pertenencia. Es contribuir, desde cada rol, al desarrollo de una Villa de Merlo que se proyecta con orgullo hacia quienes la visitan.”

Ro Castro

Visión a Futuro – Oficina de Informes, Equipo de Trabajo, Secretaría y Proyección Personal.

Imagino a nuestra oficina de información turística como un espacio cada vez más acogedor, funcional y profesional, donde cada visitante se sienta bienvenido, atendido y valorado. Un lugar que no solo brinde datos, sino también experiencias positivas, cercanía y confianza desde el primer contacto con quienes eligen la Villa de Merlo.

Mi deseo para el grupo de trabajo es que logremos consolidarnos como un equipo unido, empático y colaborativo, donde cada integrante se sienta acompañado y motivado a dar lo mejor de sí. Para eso, considero importante incorporar talleres y capacitaciones orientados a fortalecer la comunicación interna, la empatía y la comprensión mutua. Estas herramientas no solo mejoran el clima laboral, sino que también se reflejan en la calidad de atención al público.

A nivel institucional, aspiro a que la Secretaría de Turismo continúe expandiéndose y que su campo de acción alcance otras áreas vinculadas, promoviendo un trabajo más transversal e integral dentro del municipio. Me gustaría que podamos brindar orientación y acompañamiento a otras dependencias, impulsando la mejora continua de procesos, fortaleciendo la planificación y apostando a la excelencia en todos los niveles de gestión. Todo esto dentro de un ambiente laboral positivo y productivo, donde el respeto, la escucha y la cooperación sean pilares fundamentales.

Desde lo personal, quiero seguir creciendo profesionalmente en el ámbito administrativo, profundizando mis conocimientos y poniéndolos al servicio del equipo. Me gustaría compartir lo aprendido, contribuir a una mayor eficiencia en las tareas diarias y, al mismo tiempo, inspirar a mis compañeros a cultivar una mirada más empática, humana y comprometida con los objetivos comunes. Creo firmemente en el valor de trabajar juntos para alcanzar metas compartidas, fortaleciendo tanto la Secretaría como el destino que representamos.”



■ PERCEPCIONES EXTERNAS DE LA SECRETARÍA

A lo largo del período de gestión 2020–2023, diversos referentes del turismo provincial y nacional han destacado la capacidad de innovación, articulación territorial y compromiso con la calidad que viene desarrollando la Secretaría de Turismo de la Villa de Merlo.

En palabras de Vanesa Dalluazana, Periodista turística del programa Turismo a la carta. Rosario, Santa Fe.

La Villa de Merlo posee un encanto particular... más allá de su microclima tan publicitado y su hotelería siempre en vigencia, Merlo propone en cada momento del año algún atractivo novedoso que va de la mano de la demanda y de la situación social. Ejemplo de esto lo vimos el pasado año, cuando la ciudad lanzó el programa Pre Merlo, con beneficios de descuentos al 50 % en prestadores adheridos. Eso se dió en un contexto donde el previaje ya había pasado a historia. Lo mismo sucedió en este 2025 con un verano hackeado por la oferta a menor costo de Brasil y Chile; Merlo propuso 12 cuotas sin interés con muchas entidades bancarias y seguir con descuentos en hoteles y gastronomía. Pero, más allá de los costos y beneficios económicos, su equipo de trabajo de turismo buscan a través de alianzas con el sector privado, sumar propuestas dentro y fuera de la ciudad. Una de ellas es la denominada ruta del té: Con encantadoras casas que rinden honor a esta infusión y enseñan a los visitantes cómo preparar una merienda nutritiva y ponen de esta manera en valor productos que parecieran no pertenecerles geográficamente.

También, las actividades de turismo aventura crecieron. Ahora en el destino no solo puede hacerse tirolesa, sino Ala delta, buceo y trekking adaptado, además de sumar la experiencia canina en estos últimos recorridos.

Otro dato no menor: El factor tranquilidad le sumó adeptos y trabajadores el sector: En este sentido, La localidad, con su tinte serrano y tranquilo, es un oasis para muchos oriundos de grandes ciudades.

Recorriendo sus diferentes barrios y sectores, pudimos ver que vecinos de Buenos Aires ;sobre todo después del 2001, emigraron y encontraron un lugar digno para desarrollar muchos y buenos proyectos: cervecerías, gastronomía, cabañas y hasta productos chacinados. Es así como también la oferta aumentó y la ciudad creció a la vera de más esfuerzos y posibilidades.

En los últimos meses se propusieron sumar un nuevo nicho: turismo de reuniones. Ya con un auditorio instalado y las tratativas de mejorar siempre la conectividad, Merlo es un nuevo actor en ese ámbito que tracciona y permite un turismo de buena rentabilidad todo el año y consumo. Y por último, la Villa nunca dejó de apostar a la promoción, con acciones en la vía pública, presencia en medios nacionales, como en ferias de todo tipo. Por lo tanto se lo sigue encontrando vigente, dinámico y atractivo.

Que les puedo decir...un 10 por Merlo y su gente hermosa!''.

En palabras de *Juanjo y Romina*. Periodistas turísticos de Portal Argentina. Neuquén

“Desde Portal Argentina tuvimos la oportunidad de cubrir distintas acciones en la ciudad de Villa de Merlo al menos en cuatro momentos clave entre 2022 y 2025. En cada ocasión, fuimos testigos del compromiso, el crecimiento y la calidez del equipo de turismo. La primera visita fue en marzo de 2022, durante el 20º Encuentro Nacional de Municipios Turísticos. Ya en aquel entonces se destacaba una gestión organizada, con enfoque estratégico y una destacada apertura hacia los medios especializados. La presentación en el Hotel Howard Johnson dejó una impresión notable por su nivel de planificación y convocatoria.

Sostuvimos siempre una relación fluida con autoridades y referentes locales, generando contenidos de índole turística, cultural y deportiva (como el Viejo Varieté, propuestas gastronómicas, turismo religioso, trekking con mascotas, entre otros). Acompañamos también al destino en distintas ediciones de la Feria Internacional de Turismo (FIT) y observamos una activa participación promocional en otros puntos del país como Termas de Río Hondo, Entre Ríos, Cataratas del Iguazú y Córdoba, donde incluso realizamos coberturas y entrevistas en vivo.

Volvimos tiempo después para documentar el inicio de temporada y sumarnos a la Fiesta del Mate Puntano 2024, encontrándonos con una ciudad llena de energía, una agenda diversa y un equipo que trabajaba de manera articulada con artistas, emprendedores y comunicadores para que cada iniciativa se comunicara con claridad y entusiasmo. En ese viaje además, fomentamos el vínculo con la Ruta Nacional de la Yerba Mate, logrando que la Fiesta del Mate Puntano se sumara al calendario oficial de celebraciones yerbateras.

Participamos luego del 24º Encuentro de Municipios Turísticos, del 14 al 16 de marzo de 2024, en la Casa del Poeta. Allí se reafirmó la consolidación de un equipo joven, cohesionado, bien preparado y con auténtica vocación de servicio.

Por último, en enero de 2025, realizamos una cobertura integral de temporada durante cuatro días. En esa oportunidad contamos con la compañía de Florencia, quien representó al municipio con profesionalismo y calidez, acompañándonos en diversas actividades, brindando asistencia en todo momento y demostrando una atención cercana y resolutiva ante cualquier requerimiento espontáneo.

En cada una de estas experiencias, incluso en contextos desafiantes, la gestión apostó por la creatividad y la innovación. Activaciones como “Vacaciones en un minuto” generaron miles de interacciones con nuestra audiencia, conectando a oyentes de todo el país con la identidad del destino de forma original y entretenida.

Villa de Merlo no sólo se posicionó como una parada obligada para el viajero, sino también como un modelo de gestión turística efectiva, sensible y orientada al futuro.”

En palabras de **Hernán E. Amez**, Argentina Ruta Madre

“En nuestros programas de Argentina Ruta Madre en televisión y radio, dedicados al turismo, encontramos por distintos rincones de nuestro país un crecimiento responsable de los destinos y la necesidad de su gente de que así sea. Para que esto suceda con buen criterio, hay otros destinos donde mirar y sacar conclusiones.

Siempre damos a Villa de Merlo como un claro ejemplo de utilización de herramientas para mejorar y/o superar situaciones dependiendo el contexto. No es solo el recurso natural, la planificación también lo es.

La promoción es una fuerte herramienta bien utilizada. Hay diversidad de criterios, debe venir acompañada por el sector y su gente. Es así que Villa de Merlo aún cuando la pandemia cerró caminos y aisló a la gente, salió a la ruta a recibir el primer colectivo con turistas que vencían el temor y se entregaban a vivir su esperado viaje. Todo un mensaje de actitud y responsabilidad. Todos tomamos aquellos días como un ejemplo a mostrarles a un país que esperaba por ello.

El claro mensaje siempre fue proveer a nuestro sector de información y acciones que fortalezcan la llegada de turistas al destino como la capacitación de sus actores, y la aparición de Villa de Merlo con la gestión de su secretaría de turismo y el ente en la ferias y eventos más importantes del país, como la Feria Internacional de Turismo en CABA, los encuentros de la Red Federal de Turismo, la Feria del Libro en CABA, Autódromo de Termas de Río Hondo, Expo Agro Rosario, Expo Córdoba, Salta, Jujuy, Mar del Plata y otros lugares donde coincidimos para dar testimonio de la actividad y resultados promocionales en estos tiempos sostenidos que marcan el posicionamiento de la Villa de Merlo en el contexto nacional y con miras de seguir creciendo con un equipo que en este tiempo a cargo de Santiago Trobo y Ornella Cappetta dio muestras de objetivos cumplidos y por cumplir en todo el país y a inclusive en eventos internacionales.

Consolidar un destino turístico lleva también de una gran acción y gestión promocional que además de planificar, gestionar, conseguir gente y recursos, capacitar, vincularse, conlleva a sentir lo dicho y vivir las acciones para soñar con un gran destino como lo hace Villa de Merlo.”

En palabras de **Fernando Simone** de El Diario de Turismo

“Vamos a hacer un poco de historia de Villa de Merlo con El Diario de Turismo a través de los años. Desde nuestros inicios, allá por junio del 2012 hasta diciembre de 2019 teníamos una relación habitual como con otros destinos del país, a partir de la llegada de Juan Alvarez Pinto a la Intendencia y Santiago Trobo a la Secretaría de Turismo el contacto y la comunicación cambiaron radicalmente. Uno de los primeros hechos que generó este inicio de relación, que se mantiene en el tiempo, fue la visita de Juan Alvarez Pinto, Santiago Trobo junto a Javier Pedernera y varios prestadores del destino al programa de radio 300 que realizamos en vivo desde el hotel NH City, visitaron Buenos Aires a poco días del inicio de la nueva gestión y se hicieron un tiempo para estar presentes en la emisión especial de El Diario de Turismo.

Llegó la pandemia en marzo de 2020 y fuimos testigos durante esos dos años del apoyo que brindaron a los prestadores privados en un momento tan complicado, de gran incertidumbre. En ese tiempo recordamos también haber producido y emitido en Semana Santa del año 2021

un programa exclusivo de Villa de Merlo con notas a funcionarios de turismo del municipio y representantes de cada una de las cámaras turísticas para apoyarlos y darles visibilidad en ese momento tan crítico.

Vimos el crecimiento de Villa de Merlo, en cuanto a infraestructura, a servicios, a propuestas, en estos años difundimos las acciones, las novedades y cada evento que se realizó en Villa de Merlo, la Fiesta Nacional Valle Del Sol en febrero que en el 2023 celebró 50 ediciones, la Fiesta de la Dulzura en vacaciones de invierno que lleva más de 30 años de realizaciones y varios Encuentros de Municipios Turísticos, participamos en el de marzo de 2024.

En diferentes notas que fuimos realizando desde el 2019 surgía la consulta sobre el tema conectividad que tanto necesita San Luis y todos los destinos de la provincia para que los viajeros elijan vacacionar u organizar turismo de reuniones y eventos. Se gestionaron vuelos de LADE en temporada al Valle de Conlara, se hicieron proyectos con Sky desde Chile, después de muchas reuniones, gestiones, perseverancia, iniciativas y paciencia el 1 de diciembre de 2022 volvió Aerolíneas Argentina al aeropuerto de Villa de Merlo. Una ardua tarea que logró el objetivo de que esta región puntana vuelva a tener conectividad aérea continúa después de 40 años. Un dato adicional e importante en relación a la forma de llegada de los viajeros, a pesar de no tener conectividad aérea, Villa de Merlo es uno de los destinos más convocantes del país desde hace años.

Esto es producto del trabajo proyectado, delineado por el municipio a través de la Secretaría de Turismo, las acciones proyectadas por ejemplo en las giras mostrando los atractivos y ofreciendo merchandising de Villa de Merlo por todo el país, en diferentes eventos, festivales, fiestas nacionales, provinciales, municipales. También es importante la formación de los recursos humanos, una base de jóvenes con capacitación continua en turismo, una línea de trabajo, la posibilidad de progreso y de carrera profesional, algunos ya han tenido ascensos y están en posiciones estratégicas.

Entendemos que es un proyecto de distintas etapas, que varias se cumplieron y otras están en proceso, que han sorteado obstáculos como todos los destinos (y lo siguen haciendo), con la “montaña rusa” en materia económica que vive nuestro país desde hace varias décadas, y que tanto afecta al turismo. Una ciudad que sigue en constante crecimiento, con una idea base que persiste en el tiempo y el turismo como motor fundamental en este desarrollo”.



En palabras de *Eduardo Kloster*, Productor General, de servicios comunicacionales. Paraná, Entre Ríos:

Me dirijo a Uds. Con el fin de comentarles en calidad de periodista especializado en Turismo, algunos ítems que vivenciamos en esa hermosa y turística ciudad como lo es Villa de Merlo, con nuestro programa turístico La Brújula de Viajes que ya lleva más de 24 años al aire ininterrumpidos, transmitiendo las riquezas paisajísticas, turísticas y culturales de Argentina a través de una red de canales en todo el país.

Para comenzar, destacar lo buenos anfitriones que son, comenzando con el personal de Turismo Municipal, prestadores turísticos y Vecinos. En no muchas Secretarías de Turismo se predisponen a solucionar todo lo que necesitamos para realizar una buena cobertura, desde guías de Turismo, movilidad del Municipio para traslado, personal, colaborando con la producción de Contenidos y Agenda, resolviendo el tema de alojamiento y comida para que el periodista no pierda su tiempo, más que a realizar lo que vino a producir periodísticamente. Lo mismo ocurre con la entrega de material fílmico profesional promocional del destino, Todo esto funciona como un reloj.

■ CONCLUSIONES FINALES

El presente Manual de Gestión de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de la Villa de Merlo representa mucho más que un compendio de acciones, procesos y estructuras. Es el resultado de un trabajo sostenido, colectivo y estratégico que busca fortalecer la institucionalidad del área, garantizar la calidad de la gestión pública y proyectar el desarrollo turístico de manera planificada, inclusiva y sostenible.

A lo largo de sus capítulos, se evidencia una clara evolución desde una gestión fragmentada hacia una Secretaría con capacidad técnica, visión territorial, articulación interinstitucional y compromiso con la comunidad local y los visitantes. El crecimiento del turismo en la Villa de Merlo ha sido acompañado por decisiones que priorizan el ordenamiento, la profesionalización, la generación de datos, la diversificación de la oferta y la integración con otras políticas públicas.

Este manual también refleja una premisa central: **el turismo no se construye desde un solo sector, sino desde una política transversal que involucra a todas las áreas del municipio**, como Cultura, Ambiente, Deportes, Hacienda, Obras y Servicios Públicos. Asimismo, se apoya en el trabajo articulado con prestadores turísticos, cámaras, universidades, instituciones educativas y vecinos de la comunidad.

De cara al futuro, se sostiene el compromiso de continuar mejorando los servicios, promoviendo la innovación, cuidando el entorno natural y cultural, y ampliando la participación ciudadana en las decisiones turísticas. El camino recorrido sienta las bases para una política pública turística con identidad local, alineada con los desafíos actuales y las oportunidades de crecimiento del destino.

Este documento queda como herramienta viva para quienes forman parte de la Secretaría, para los equipos técnicos presentes y futuros, y para todas las personas e instituciones que deseen conocer, colaborar o continuar este proceso de mejora continua al servicio del turismo y de la comunidad merlina.

MANUAL DE ACCIONES DE GESTIÓN

2019 • 2027



ESCANEA Y ACCEDE A LA VERSIÓN DIGITAL DEL MANUAL

MANUAL DE ACCIONES DE GESTIÓN

2 0 1 9 • 2 0 2 7

SECRETARÍA DE TURISMO
MUNICIPALIDAD DE VILLA DE MERLO

Secretaría de Turismo
Villa de Merlo



Municipalidad
Villa de Merlo