

# PLAN PROMOVER TURISMO FEDERAL Y SUSTENTABLE

- ▶ 1. PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO EXISTENTE.
- ▶ 2. TURISMO RESPONSABLE.
- ▶ 3. GESTION DEL DESTINO.
- ▶ 4. TRANSFORMACION DIGITAL.
- ▶ 5. GASTOS DE GESTION Y OPERATIVOS.
- ▶ 6. GASTOS DE ACCIONES DE CAPACITACION.
- ▶ 7. COMUNICACION.






# PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO EXISTENTE

- ▶ HACIENDO INCAPIE EN LA IDENTIDAD LOCAL E INNOVACION EN LA OFERTA DEL DESTINO TURISTICO Y LA MEJORA EN LA COMPETITIVIDAD .
- ▶ FORTALECIMIENTO EN LA IDENTIDAD LOCAL E IDENTIDAD REGIONAL COMO BASE PARA LA CONSTRUCCION DEL DESTINO Y SU ZONA DE INFLUENCIA .



A photograph of a wine tasting setup. On the left, a dark glass bottle of Viader wine stands on a rustic wooden table. The label features a landscape illustration and the brand name 'VIADER'. In the center, two wine glasses filled with red wine are positioned. In the foreground, a plate of appetizers is visible, including a wedge of cheese, a bowl of green olives, a round of blue cheese, and some bread. The background is a blurred outdoor setting with a stone wall and greenery. The entire image is overlaid with a semi-transparent dark green filter and a bright green geometric graphic on the right side.

**TAREAS: TALLER DE IDENTIDAD LOCAL Y REGIONAL:  
DOS ENCUENTROS PRESENCIALES Y DOS VIRTUALES CON EL OBJETIVO DE GENERAR LAS BASES PARA EL DESARROLLO DE LA PROMOCION, COMUNICACION Y PERFIL DE OFERTA TURISTICA Y COORDINACION DE LA REGION**

- ▶ FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRENDEDOR, ORGANIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y COORDINACIÓN DE LA OFERTA INTRAREGIONAL.
- ▶ RELEVAMIENTO DE PRESTADORES DE SERVICIO Y EMPRENDEDORES TURÍSTICOS.





- ▶ **RELEVAMIENTO DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS.ANALISIS DAFO.**
- ▶ **DIAGNOSTICO SOBRE NECESIDADES DE FORTALECIMIENTO PARA OPTIMIZACION DE DIFUSION Y COMERCIALIZACION .**
- ▶ **JERARQUIZACION DE RECURSOS TURISTICOS.**





GENERACION DE EXPERIENCIAS  
TURISTICAS INDUCIDAS Y  
COMERCIALIZABLES.

CAPACITACION SOBRE USOS DE  
PROGRAMAS NACIONALES Y  
PROVINCIALES QUE IMPULSAN LA  
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y  
DESTINOS .





# Turismo responsable

- ▶ Jornadas e intervenciones participativas sobre temáticas de tendencias turísticas .
- ▶ Importancia de la digitalización
- ▶ Herramientas de comercialización



# GESTION DEL DESTINO

- ▶ CON BASE EN LOS CRITERIOS ELABORADOS DE MANERA PARTICIPATIVA. SE DEFINIRA EL PRODUCTO / PRODUCTOS TURISTICOS CON VISITAS A SU COMERCIALIZACION (CRITERIO DE MERCADO)
- ▶ PRODUCCION FOTOGRAFICA .DE LOS ATRACTIVOS INCLUIDOS EN EL PRODUCTO / PRODUCTOS TURISTICOS REGIONAL.
- ▶ PRODUCCION AUDIOVISUAL DEL PRODUCTO / PRODUCTOS TURISTICOS CON EL OBJETIVO DE NUTRIR DE CONTENIDO ATRACTIVO PROMOCIONAL DE LA REGION.
- ▶ DESARROLLO DE IDENTIDAD GRAFICA DE LA REGION Y LOS PRODUCTOS DEFINIDOS PARA GENERAR UNA COMUNICACIÓN COHERENTE.
- ▶ ORGANIZACIÓN Y EJECUCION DE FAM PRESS, COORDINACION GENERAL.





# TRANSFORMACION DIGITAL

- ▶ ORIENTADO A LA DIGITALIZACION DEL SECTOR TURISTICO EMERGENTE NO SOLO EN EL SENTIDO DE TRANSFORMACION DIGITAL SINO TAMBIEN INCORPORANDO EL CAMBIO CULTURAL EN EL TERRITORIO.
- ▶ ELABORACION DE CAMPAÑAS DIGITALES ,APUNTANDO AL PUBLICO OBJETIVO DEFINIDO .



# COMUNICACION

- ▶ DISEÑO GRAFICO DEL MATERIAL PROMOCIONAL CON EL OBJETIVO DE MOSTRAR LA OFERTA REGIONAL DE UN MODO ENUNCIATIVO (NO DESCRIPTIVO)Y UNIFICADO
- ▶ ESTE MATERIAL SERA DISTRIBUIDO EN LOS DIFERENTES CENTROS DE INFORMACION DE LA PROVINCIA Y EN LOS DIFERENTES PUNTOS DE LA REGION.
- ▶ DISEÑO GRAFICO DE MATERIAL DE RECORRIDO EN DESTINO ,CON EL OBJETIVO DE ENTREGAR EN LA REGION UN MATERIAL DE MANO QUE UNIFIQUE LAS LOCALIDADES (MAPA TURISTICO)

