



# Plan Estratégico sobre Turismo en Lincoln

2018 - 2020





# Plan Estratégico sobre Turismo en Lincoln

2018 - 2020

SALVADOR SERENAL  
Intendente Municipal

RAMON PARERA  
Secretario de Gobierno

JUAN CRUZ MARTINEZ  
Secretario de Producción y Turismo

ROSARIO COSTA BOURDIEU  
Directora de Turismo

MARIO TARELLI  
Gerente Agencia Municipal del Carnaval



## **Plan Estratégico sobre Turismo en Lincoln:**

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico; abarcando las áreas Culturales, Históricas, Productivas, Rurales, Gastronómicas, Religiosas y Urbanas en base al Carnaval Artesanal de Lincoln 2018 - 2020

### **- Introducción.**

En lo histórico y cultural: El Carnaval Artesanal de Lincoln, también denominado “Carnavalincoln”, posee como mínimo 127 años de historia, hallándose registros escritos de la existencia de los corsos linqueños desde el año 1891, los cuales se desarrollaron por entonces a través de una iniciativa municipal. Esta fiesta del carnaval fue instalándose en el acervo cultural de la ciudad, generándose desde principios del siglo XX los desfiles y bailes de máscaras en la avenida principal de Lincoln, llamada en la actualidad Avenida Massey.

A principio de la década de 1910 surgen de la mano de la familia Gangoiti los carros con movimientos a través de la combinación de poleas y ruedas articuladas, iniciativa que con el tiempo le dio movilidad a las carrozas e incentivo la creación de atracciones mecánicas, las cuales son vehículos motorizados con complejos movimientos. Luego, en el año 1928 el profesor Enrique Urcola realizó el primer carruaje con muñecos elaborados a partir de una pasta denominada “cartapesta”, siendo este el punto inicial de una transformación integral del Carnaval existente a ese momento en la ciudad de Lincoln y sentando las bases del actual Carnaval Artesanal, donde cabezudos y carruajes constan de un elaborado arte en sus diseños, texturas modeladas y pinturas.

El maestro Héctor Serazzi, destacado cantautor linqueño que produjera varios éxitos populares, creó la canción denominada “Lincoln capital del carnaval”, música que con el tiempo se transformó en el Himno del Carnaval Artesanal de Lincoln. Destacándose con el correr de las décadas, la creatividad musical tanto en los desfiles como en los shows artísticos del Carnaval.

A lo largo de la historia, se llevaron a cabo algunos esfuerzos por parte del Estado para dar mayor jerarquía al Carnaval, por ello la ciudad de Lincoln fue declarada por el Departamento Ejecutivo Municipal a través del Decreto 1024/94 como “Capital Nacional del Carnaval Artesanal” y en el año 2001 nuestro carnaval fue declarado de Interés Turístico Provincial permanente por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

En la actualidad la fiesta del Carnaval Artesanal se efectúa a lo largo de los meses de febrero y marzo, con la participación de comparsas y artesanos de todas las localidades del Partido de Lincoln y de diferentes regiones del país, en 9 noches de recorrido en el corsódromo callejero y con actividades culturales en aproximadamente 30 jornadas.

En lo social y económico: Entre otras características únicas de este Carnaval, además del arte desarrollado con las carrozas de cartapesta y las atracciones mecánicas, puede destacarse la accesibilidad para personas con discapacidad, la inclusión de los pueblos originarios, la inserción de cooperativas de trabajo, la promoción de artistas y artesanos locales y regionales, la generación de patios de comidas con la participación de las Instituciones intermedias, la promoción de los Derechos de la Niñez en el carnaval infantil.

Asimismo, el Carnaval Artesanal de Lincoln implica desarrollo económico y social en todo el Distrito de Lincoln, destacándose que en la edición del año 2016; tras una inversión inicial de 14 millones de pesos por parte de la Municipalidad de Lincoln se produjo una activación económica de 51 millones de pesos en la sociedad linqueña, en el año 2017; tras una inversión de 24 millones de pesos por parte de la Municipalidad se produjo una activación de 86 millones de pesos en la

economía linqueña y en el año 2018; tras una inversión de 35 millones de pesos por parte de la Municipalidad se produjo una activación de más de 130 millones de pesos en la economía linqueña. Según los datos aportados por el Plan Estratégico Productivo de la Mesa de Desarrollo Local, si comparamos el Producto Bruto Mensual de Lincoln el aporte económico de los distintos sectores es el siguiente: Agricultura 28%, Comercio 12%, Carnaval 9,5%, Industria 9% y Ganadería 9%. Esto demuestra la importancia del carnaval para nuestro distrito y la importancia de poder prolongar a lo largo del año los beneficios producidos por este evento de tan sólo un mes de duración.

Pero además, por ser el evento cultural más importante y popular de la zona representa un suceso social, económico y cultural relevante más allá de los límites del Partido de Lincoln, generando importante influencia en toda la región del noroeste de la Provincia de Buenos Aires.

El Carnaval Artesanal de Lincoln es el espectáculo a cielo abierto más grande de la Provincia de Buenos Aires, produciendo en el mismo 4.000 empleos directos, desfilando más de 1.000 personas en los 750 metros de recorrido, asistiendo entre 200.000 y 300.000 espectadores cada año, participando más de 100 motivos carnavalescos (comparsas, carrozas, cabezudos, atracciones mecánicas, carros musicales, máscaras sueltas), poseyendo 60 puestos de comida, más de 50 bandas musicales y 80 stands de artesanos, ejecutando además el Carnaval Infantil y la Elección de la Reina.

En lo turístico: De acuerdo al Modelo FAS (factores , atractores y sistemas de apoyo) de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los recursos turísticos son aquellos elementos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés por visitar una determinada zona o región. Para entender mejor este concepto, es importante señalar que los recursos turísticos por si solos no cuentan con adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero cuando se desarrollan con equipamiento y servicios turísticos (como hoteles, restaurantes y vías de comunicación) se convierten en atractivos turísticos en plenitud. Es decir, los recursos turísticos generan atractivos turísticos. Según la O. M. T., un recurso turístico es todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos.

#### Clasificación de los recursos turísticos

Ana García Silberman, geógrafa mexicana, en un trabajo titulado: “Clasificación de los Recursos Turísticos”, dividió, precisamente los recursos turísticos en dos grandes grupos: recursos naturales y recursos culturales (forma más aceptada de clasificación).

Otra manera en que clasificó los recursos turísticos fue en (1) renovables: recurso que se restaura de manera natural; (2) permanentes: requieren un adecuado aprovechamiento y conservación para evitar su destrucción; y (3) creables: son aprovechados por lapsos de tiempo y aunque no se destruyen, pueden perder interés de acuerdo al momento que se utilicen.

#### Recursos naturales

Son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viable que sean visitados por turistas. No pueden ser creados por el hombre pero si pueden ser modificados. De estos se desprenden 3: geomorfológicos, biogeográficos y Mixtos.

Geomorfológicos: Formados por la acción de la naturaleza durante la evolución del planeta y se dividen de acuerdo a la región en que se encuentra localizados:

Litorales (playas, islas).

Lagunas y depósitos de agua.

Corrientes de agua (grutas, cenotes, manantiales).

Volcanismo (cráteres, geisers).

Relieves (montañas, planicies, dunas).

Biogeográficos: Manifestaciones de vida sobre la tierra; flora y fauna.

Agrupaciones vegetales (selvas, bosques, arboles, campo de flores).

Agrupaciones animales (especies raras, agrupaciones de coral, zonas de caza o pesca).

Mixtos: Combinación de los anteriores; por ejemplo, montañas y bosques, llanuras y estepas, paisajes submarinos, oasis y desiertos, etc.

#### Recursos culturales

Son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo. A diferencia de los naturales, estos son creados por el hombre y pueden ser históricos o contemporáneos. Se dividen en: atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneos comerciales.

Atractivos históricos: son manifestaciones culturales que se transmiten de generación en generación, requieren de prácticas de restauración y conservación para que puedan subsistir. Según Ana García Silberman, su aprovechamiento requiere campañas publicitarias que promuevan el turismo hacia ellos.

Vestigios prehispánicos.

Arquitectura no moderna.

Construcciones y sitios históricos

Regiones de interés etnográfico (fiestas, folklore).

Atractivos contemporáneos no comerciales: se crean con un fin cultural o de servicio y no de atracción; además que son fáciles de reconocer.

Obras artísticas.

Salas de conferencias y congresos.

Instituciones de enseñanza.

Museos y pinturas murales.

Zoológicos.

Atractivos contemporáneos comerciales: son temporales, creados con un fin específico (normalmente para atraer visitantes y ofrecerles distracción y esparcimiento); con el paso del tiempo requieren modernizarse).

Parques de diversiones.

Espectáculos (teatros, estadios deportivos, cine).

Exposiciones nacionales e internacionales

Comercios y mercados.

Centros de salud.

Una manera diferente de clasificar los recursos turísticos es valorando sus cualidades, rasgos y/o componentes y asignándoles jerarquías, tal como lo expone Cárdenas Tabares en su libro "Proyecto turísticos. Localización e inversión. México" (1996) y que basa su interpretación en la escala propuesta por el Centro Interamericano de Capacitación Turística de la Organización de Estados Americanos (CICATUR-OEA) en el año 1974, donde se refiere a la variable geográfica como la de mayor valor.

De acuerdo a lo anterior, las Jerarquías de los Recursos y Atractivos Turísticos (en orden descendente de importancia) son:

Jerarquía 5

Se refiere a un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico. Equivalente a recurso único en el mundo.

Ejemplos: La torre Eiffel en París, el Coliseo Romano, el Cristo del Corcovado en Brasil, la Zona Arqueológica de Teotihuacán en el estado de México.

Jerarquía 4

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos. Equivalente a recurso único en el país.

Ejemplos: La Gastronomía Mexicana, la calle Abbey Road en Londres, las Islas Marietas en el estado de Nayarit, el Parque temático Xcaret en la Riviera Maya, la Provence francesa, la Toscana italiana.

Jerarquía 3

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de

motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales). Equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional.

Ejemplos: El museo de Frida Kahlo en la Ciudad de México, las callejoneadas en Guanajuato, las calles coloniales de Colonia del Sacramento.

#### Jerarquía 2

Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico. Equivalente a recurso único en una localidad.

Ejemplos: Cualquier inmueble histórico considerado patrimonio para una ciudad, una festividad regional.

#### Jerarquía 1

Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. Equivalente a recurso complementario.

Ejemplos: una zona arqueológica poco relevante, museos de la ciudad, monumentos en parques locales, un producto novedoso en las Vegas (EUA).

#### Jerarquía 0

Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización. Equivalente a recurso sin características relevantes (no es un recurso turístico).

Ejemplos: aquellos que únicamente son conocidos por su peculiaridad pero en realidad no motivan el desplazamiento de las personas.

Comparando nuestra fiesta con estas clasificaciones podemos notar que el Carnaval de Lincoln de acuerdo a sus distintas características podría situarse en la Jerarquía 2 si analizamos sólo sus fortalezas, en la Jerarquía 1 si vemos la mayoría de sus condiciones y hasta en Jerarquía 0 si observamos con detenimiento sus debilidades. Sin embargo, si se hace una apreciación del arte producido en el carnaval y su originalidad podemos soñar con poseer un atractivo turístico de Jerarquía 3 en el corto plazo y sentar las bases de desarrollo para que en el largo plazo el distrito de Lincoln cuente con un atractivo turístico de Jerarquía 4.

En lo político: En la terminología política se utiliza el concepto de política de Estado para referirse a los principios fundamentales que deben servir como guía para el gobierno de una nación, provincia o municipio. En este sentido, las políticas de estado no deberían asociarse a un gobierno concreto o una ideología determinada.

Encuadrar nuestro carnaval como política de Estado, plantea un análisis teórico tanto cultural como político. El Carnaval de Lincoln tiene una trayectoria de más de 120 años en los cuales año a año fue modificado su desarrollo, pasando de manos públicas a privadas y viceversa, con más o menos erogaciones de dinero por parte del Estado. A su vez la utilización política que se le dio durante 12 años en la gestión anterior hace que surjan preguntas ineludibles ¿Tiene nuestro carnaval los requisitos que se necesitan para hacer de éste una política de estado? ¿Es necesario plantear este cambio de paradigma cultural?

Explotar este recurso único que tiene nuestra ciudad, y nuestra región, hace pensar que independientemente de la tendencia política existente en un contexto determinado, toda política de Estado debería guiarse por un proyecto a largo plazo sobre temas como las infraestructuras básicas para el desarrollo de nuestra fiesta mayor, turismo, empleo, gasto público y seguridad que se requiere para la contención de los turistas que nos visitan asiduamente año a año. Todos estos aspectos tienen un valor estratégico, pues no dependen o no deberían depender de los vaivenes de la actividad política.

La creación de una Agencia de Carnaval como un área más dentro de la órbita de la administración pública, acompañada de la implementación de un ente jurídico en forma de fundación compuesto

por agentes privados, supondría una perduración en el tiempo ya que las verdaderas políticas de Estado deben orientarse a la sostenibilidad en el tiempo.

Esto no sólo implica una decisión política, sino un cambio cultural en el ciudadano linqueño. Sin embargo, necesariamente surgirá este cambio cultural desde el impulso estatal. Aceptar nuestra fiesta mayor como motor para producir una industria sin chimeneas, enfocada principalmente en el turismo, el cual sea una fuente económica importante para nuestra sociedad. En un mundo globalizado e hiper comunicado, con revoluciones permanentes en materia educativa y tecnológica, la innovación obliga a los Estados (especialmente los subnacionales) a generar nuevas estrategias para el desarrollo de progreso económico-social de su ciudadanía. Por las características de nuestra zona, el desarrollo agroindustrial y el desarrollo turístico serían las principales oportunidades de crecimiento en nuestra sociedad. En el primer caso, la Municipalidad de Lincoln impulsó recientemente el desarrollo de un Plan Estratégico Productivo y en el segundo caso, se requiere en el presente establecer el mismo camino. Sin recursos naturales de importancia, Lincoln debe optar por la explotación de sus recursos culturales, siendo en este caso el “Carnaval” la principal herramienta con potencialidad para el desarrollo turístico sostenible del Distrito de Lincoln.

Nuestro carnaval es la base y el fundamento de lo que somos, y de eso tenemos que estar realmente convencidos todos los linqueños. Nuestro carnaval nos define como linqueños, nuestras costumbres, nuestra cultura, nuestra idiosincrasia; porque Lincoln es carnaval.

Esta administración tiene el desafío ante la historia y el porvenir, ampliando nuestra fiesta a nivel nacional, instaurándola en aquel calendario turístico y político que merece por trayectoria y calidad artística. Afianzar el Carnaval como Política de Estado es la razón de la creación de un Plan Estratégico sobre el Carnaval que pueda ejecutarse en los años venideros.



## **- Misión: ¿Qué somos hoy?**

A través de la experiencia recogida en las últimas ediciones, del análisis de la historia del Carnaval de Lincoln y la comparación con otros Carnavales del país, podemos aseverar que en la actualidad el Carnaval de Lincoln es:

# Uno de los Carnavales que más se destaca artística, cultural y socialmente en la Argentina: junto a los corsos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Corrientes, Esquina, Paso de los Libres, Goya y Monte Caseros (Corrientes, Villa Ángela y General San Martín (Chaco), Chilecito y Villa Unión (La Rioja), Concepción del Uruguay, Gualeguay y Gualeguaychú (Entre Ríos), General Pico (La Pampa), Santa Fe, Vera, Sunchales y Rosario (Santa Fe), San Pedro, San Salvador y Tilcara (Jujuy), Salta (Salta), Dolores, 25 de Mayo, General Guido, Mar del Plata, Necochea, Ramallo, San Antonio de Areco (Buenos Aires) y Arias (Córdoba).

# Uno de los Carnavales más prestigiosos y reconocidos de la Argentina: junto a los carnavales de Arias, Gualeguaychú, Gualeguay, 25 de Mayo, Tilcara, Chilecito y los corsos porteños.

# El Carnaval con mayor público en la Provincia de Buenos Aires (entre 200.000 y 300.000 personas por edición), disputando mano a mano con Gualeguaychú la mayor concurrencia de la Argentina (picos de 350.000 personas en algunas ediciones). Otros que se destacan: Corrientes (entre 100.000 y 150.000 personas), 25 de Mayo (60.000 personas), Tilcara (60.000 personas)

# El tercer Carnaval más famoso de la Argentina en la actualidad luego de Gualeguaychú y Corrientes.

# El Carnaval sin reconocimiento estatal dentro de los grandes (Corrientes es Capital Nacional del Carnaval, Monte Caseros es Capital Provincial del Carnaval Artesanal en Corrientes, 25 de Mayo es Capital Provincial del Carnaval en Buenos Aires) Gualeguaychú tampoco posee reconocimiento estatal, más allá de que se autodenomina el Carnaval del País, pero sus objetivos puramente comerciales no persiguen el reconocimiento del gobierno sino de las empresas que lo auspician.

# Junto a los Carnavales de Tilcara y Chilecito, son los únicos de Argentina con características originales tanto en su creatividad artística como en sus tradiciones culturales. Los otros carnavales argentinos son adaptaciones del carnaval brasileño o del carnaval rioplatense uruguayo.

# Uno de los Carnavales con mayor historia y continuidad de la Argentina: junto a Corrientes, Gualeguaychú y 25 de Mayo, se realizan de forma continua desde fines del siglo XIX. El testimonio escrito más antiguo de Lincoln data de 1891 y el de 25 de Mayo data de 1896; ambos casos impulsados por la llegada del inmigrante a la región, el carnaval de Tilcara mezcla la fe religiosa con mitos y creencias milenarias de pueblos originarios, los carnavales de la mesopotamia comienzan cerca del 1900 absorbiendo la cultura del Brasil y el Uruguay.

# Junto al Carnaval de Tilcara, son los 2 únicos carnavales importantes de Argentina no profesionalizados.

# Junto al Carnaval de Tilcara, son los 2 únicos carnavales importantes de Argentina que no poseen un corsódromo.

## **- Visión: ¿A dónde deseamos ir, qué queremos ser?**

A través del hermanamiento con el Carnevale di Viareggio (Italia) que se empezó a gestar en el año 2017, viendo el paralelismo histórico y cultural que poseemos con el mismo y su evolución, la cual les ha permitido pasar a ser el carnaval artesanal más importante de Europa, y uno de los diez carnavales más reconocidos en el mundo, podemos apreciar características que podrían replicarse en nuestra fiesta.

En primer lugar hay que destacar las características de la idiosincrasia de la fiesta y lo que se puede explotar comercialmente de la misma. Los carnavales que se transformaron en industrias turísticas, especialmente a partir de 1960, en el mundo: Venecia, Nueva Orleans, Tenerife, Río, Oruro, Niza, Londres, Copenhague, Colonia, Binche, Viareggio, Cádiz, Trinidad y Tobago, Barranquilla, Salvador Bahía, y en los últimos 30 años: Puno, Montevideo, Veracruz, Gualeguaychú, Sitges, Ivrea, Torelló, Basilea, Encarnación, Negros y Blancos, República Dominicana, Schemenlaufen, lo hicieron en base a la explotación de una fiesta popular. Sin embargo, sólo son reconocidos per se y no por el atractivo de la unión masiva de personas, aquellos carnavales que explotan y sostienen en el tiempo sus características históricas, culturales y artísticas que lo hacen único e irrepetible. Como ejemplo de ésto se puede mostrar en las antípodas al carnaval de Notting Hill, Londres, que es el carnaval más popular del mundo, juntando todos los años más de un millón de personas que bailan en sus calles y sin embargo no es reconocido por su calidad. En cualquier encuesta popular, estudio universitario o manifestación de centros de comunicación, se destacarán a nivel internacional; Río de Janeiro, Oruro, Venecia, Nueva Orleans, Binche y Tenerife especialmente, que guardan en sus genes características únicas históricas, culturales y artísticas.

Por supuesto que sería ideal poder “ser” una fiesta masiva y tradicional al mismo tiempo, pero los caminos para llegar a ambos objetivos a veces suelen ser antagónicos. Viareggio optó por ser “tradicional”, resaltando sus trabajos de cartapesta, mismo camino siguieron Niza, Puno, y en Argentina lo están haciendo Tilcara y Chilecito. Gualeguaychú optó por ser “masivo”, organizando una fiesta a medida para los jóvenes, mismo camino han transitado Sitges y Colonia, por nombrar algunos. El primer resultado diferente que se obtiene, es el público (turista) que atrae. Las fiestas masivas atraen jóvenes, las fiestas tradicionales atraen a personas adultas (y en consecuencia a familias).

El Carnaval de Lincoln difiere históricamente del Carnevale di Viareggio por su institucionalidad, aquí, lamentablemente, no siempre el Estado ha acompañado e impulsado la fiesta, a veces quedando en manos privadas y a veces siendo prohibido inclusive por el poder estatal. Eso ha hecho imposible poseer una política de Estado centenaria que desarrollara al Carnaval fuera de la pasarela y lo transformara en una industria turística para nuestra ciudad. Entre las décadas de 1920 y 1980, con algunas interrupciones por lo antes mencionado, se promovió las características tradicionales del carnaval. En los últimos 25 años se viene promoviendo las características populares del carnaval, buscando ser una fiesta masiva. La incorporación de Shows musicales de artistas internacionales fue la herramienta fundamental para ello, pasando de ser un carnaval de entre 5.000 y 10.000 espectadores por noche, a tener más de 30.000 o 40.000 personas en cada jornada y siendo lo suficientemente reconocido como fiesta a nivel nacional para atraer visitantes de diferentes provincias.

En las últimas tres ediciones, la Municipalidad de Lincoln ha intentado mantener el equilibrio sobre respetar y promover las tradiciones (prueba son los premios para las atracciones mecánicas y las carrozas y cabezudos) y mantener la popularidad (prueba son los recitales masivos, destacándose el recital de Abel Pintos en 2017 y Las Pastillas del Abuelo en 2018)

Las preguntas que nos debemos hacer son: ¿Qué tipo de Carnaval queremos en relación a los turistas que queremos atraer?, y ¿Si queremos un Carnaval como fiesta atractiva durante el mes de febrero o queremos un Carnaval como industria turística a lo largo de todo el año?

Cuando vemos los carnavales que se destacan o reconocen a nivel internacional, vemos que en dichos listados no figuran carnavales argentinos, pues los carnavales más relevantes carecen de originalidad (Corrientes, Pasos de los Libres, Gualeguaychú son copias de los carnavales brasileros y los corsos de Buenos Aires son copia del carnaval Uruguayo. En ambos casos, Brasil y Uruguay si son reconocidos internacionalmente) y los que sí están atrayendo turistas extranjeros en los últimos 20 años son los carnavales de Tilcara (Jujuy) y Chilecito (La Rioja) que presentan características únicas de su idiosincrasia y folclore.

Por lo tanto, para imitar la evolución realizada por el Carnevale di Viareggio, el Carnaval de Lincoln debería apostar fuertemente a lo que lo hace único e irrepetible (cartapesta y atracciones mecánicas) y no por comparsas, batucadas y shows musicales que existen en diversos lugares y que además nos sería imposible igualar por realidades geográficas, urbanas y económicas.

¿A dónde deseamos ir?

Deseamos que la comunidad de Lincoln considere al Carnaval como una posibilidad de progreso tanto para el sector público como para el sector privado.

Deseamos que nuestro Carnaval posea la calidad artística necesaria para ubicarse entre los mejores carnavales del mundo.

Deseamos que el Carnaval como recurso cultural se transforme en un verdadero atractivo turístico que genere desarrollo económico sostenible.

Deseamos ser una ciudad y un distrito reconocido en el país y el mundo por nuestro Carnaval.

**VISIÓN:**

El Partido de Lincoln se transformará en el destino turístico más planificado y sostenible de la región, con calidad de servicios y atractivos a nivel nacional e internacional. Este, y los sucesivos Planes Estratégicos, fortalecerán los atractivos naturales y culturales, fortalecerán la inversión estatal, fortalecerán el sector privado dedicado al turismo. Lincoln se posicionará como uno de los principales destinos basados en su cultura y su historia, promoviendo el desarrollo turístico rural y en recursos naturales y la explotación de eventos artísticos y deportivos.

**- Diagnóstico - Análisis de la situación actual: ¿Qué hacemos bien y qué hacemos mal? - Método FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>Decisión política de desarrollar el turismo en Lincoln e interés del sector privado en invertir en dicha actividad económica.</p> <p>Riqueza cultural e histórica en la sociedad linqueña.</p> <p>Reconocimiento del Carnaval de Lincoln como uno de los más importantes del país.</p> <p>Ubicación cercana a las ciudades más grandes del país.</p> <p>Similitud a Carnavales mundialmente conocidos como Viareggio y Niza.</p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Poder desarrollar una marca que identifique al Carnaval y por ende a Lincoln.</p> <p>Diversidad ante la posibilidad de atraer al turista interesado en temas relacionados con la historia, cultura, industria, paleontología, deportes, ruralidad.</p> <p>Invertir en conservación de los recursos culturales y ambientales, en formación de recursos humanos, en infraestructura y servicios públicos asociados al turismo.</p> <p>Promover la oferta hotelera y gastronómica.</p> <p>Crear nueva oferta según las demandas del turismo.</p> <p>Colocar señalética y utilizar diferentes formas de comunicación (digital, folletería, cartelería, etc.) que orienten a los turistas para conocer los atractivos de Lincoln y jerarquizar el área municipal de turismo.</p> <p>Impulsar la elevación de la calidad de los servicios turísticos existentes en la actualidad.</p> <p>Potencialidad de convertir al Carnaval de Lincoln en uno de los mejores del mundo.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Carencia de Infraestructura.</p> <p>Carencia de Políticas Públicas de Turismo.</p> <p>Falta de profesionalismo tanto en el sector público como en el sector privado.</p> <p>Falta de articulación público-privada.</p> <p>Casi nula comunicación de los atractivos y oferta.</p> <p>Carencia de proyectos turísticos en el público y en el sector privado.</p> <p>Inexistencia de estadísticas e información sobre turismo en el distrito.</p> <p>Ausencia de cultura de anfitrión en la ciudadanía.</p> <p>Ausencia de historia y experiencia en turismo.</p> <p>Desconocimiento en todos los actores de la sociedad del valor económico del turismo.</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>Que este Plan y los siguientes no se arraiguen en la comunidad.</p> <p>Que intereses políticos o económicos puedan trabajar en contra del desarrollo turístico de Lincoln.</p> <p>Que en Argentina se terminen de consolidar los carnavales brasileiros como Guleguaychú en detrimento de los carnavales artesanales y tradicionales como Lincoln o Tilcara.</p> <p>Que el país no crezca económicamente en los próximos años lo suficiente como para impulsar una nueva industria (como plantea el presente Plan) desde sus inicios.</p> <p>Que la tendencia en turismo en los próximos años sea hacia los recursos naturales y no hacia los recursos culturales.</p> <p>Falta de coordinación público-privada.</p>

## **- Objetivos Estratégicos: Priorización y Formulación de Estrategias**

Una de las prioridades estratégicas sería *posicionar al Carnaval de Lincoln a nivel nacional, para ello se necesitan estrategias de visibilidad y promoción:*

Libro de la historia del Carnaval y revista anual con cada edición del Carnaval. Como nuestro fuerte es la tradición, la historia, lo artesanal, debemos promoverlo y la primera forma de realizarlo es comunicándolo. Nuestro carnaval posee casi 130 años de trayectoria, pero la gran mayoría de los linqueños lo ignora, entonces: ¿Cómo podemos esperar que los turistas conozcan y valoren este hecho? Debemos investigar nuestra historia y comunicarla por diferentes medios, especialmente escritos (revistas y libros) pues son los que trascienden en el tiempo. Esta comunicación cumplirá doble función, la de formar el conocimiento y la de realizar publicidad.

Elección de Reina Nacional del Carnaval Artesanal. Como uno de los objetivos es la visibilidad a nivel nacional, y como además estamos a un paso de obtener la Capital Nacional del Carnaval Artesanal, debemos realizar una elección de Reina a nivel nacional, haciendo una convocatoria abierta a la participación de las diferentes provincias, como corresponde a toda fiesta nacional. Dicha Reina, además, deberá recorrer las principales fiestas nacionales y nuestro carnaval deberá ser anfitrión de otras monarcas, requiriendo esto una mayor inversión al respecto.

Establecer el Momo de Urcola como mascota del Carnavallincoln para que sea su imagen iconográfica y personificarla. Junto a la Reina representante del Carnaval, Viareggio instauró en el año 1930 una mascota denominada Burlamacco que personificado participa en distintas celebraciones y viaja por Italia promocionando su carnaval, mientras que su imagen sirve de ícono publicitario y de reconocimiento. Lo mismo emplea el Carnaval de Barranquilla y el de Tenerife. Esta mascota debería estar ligada a nuestra tradición e historia, y si indagamos en la misma ya poseemos una imagen como tal: un Momo creado en el año 1938 por Enrique Urcola. Se podría realizar un concurso, este año, entre artistas linqueños para realizar al Momo de cuerpo entero y en el mismo sentido se podría realizar un proceso de selección donde la persona que se convierta en el Momo sea premiada por esta condición.

Otro hecho, que debemos asimilar a nuestro carnaval es el tema de la premiación. En los últimos años hemos institucionalizado un cabezudo como logo del Carnavallincoln. Dicho cabezudo podría ser instaurado para premiar a Reinas, y campeones de las distintas categorías del Carnaval, así como ya lo estamos utilizando para homenajear a personalidades que visitan nuestra fiesta mayor.

En el mismo sentido, y buscando siempre la visualización de la fiesta, instaurar una premiación especial para una o dos personas de nivel provincial o nacional que se destaquen por su labor humana, solidaria o heroica. Este hecho generará publicidad, prestigiará al carnaval y hermanará a la fiesta con valores humanos positivos.

Siguiendo con el reconocimiento a las tradiciones culturales, este año se cumplen 90 años de la incorporación de la cartapesta al carnaval. La Municipalidad debería realizar a lo largo del año 2018 distintas actividades culturales sobre este hecho (Ejemplo: Exposición en el MuBAL, Concurso de Fotografía y/o Pintura, Revista alegórica, Documental fílmico, etc), cerrando el año con un reconocimiento a las familias carroceras de toda la historia.

Crear una Escuela del Carnaval donde se den clases de Cartapesta, Pintura, Dibujo, Danza, Música, etc. Si deseamos mejorar la calidad artística de forma continua en los productos del Carnaval es imprescindible la formación de las nuevas generaciones a través de la creación de una Escuela del Carnaval donde se enseñen de verdad las distintas disciplinas artísticas involucradas en la fiesta. Esto fortalecerá la calidad artesanal del Carnaval y elevará la calidad cultural de la comunidad, además de asegurar la continuidad de las tradiciones carnestolendas.

El Carnavallincoln atrae alrededor de 300.000 personas durante su transcurso, para que se transforme en una industria turística el resto del año debemos realizar actividades ligadas al mismo

en distintos meses como pre-carnaval o post-carnaval. Estas actividades no deben ser de sentido local, sino que deben tener como objetivo la visualización nacional como mínimo (Ejemplo: establecer una Copa de Fútbol Carnavallincoln, con un encuentro Rivadavia – Boca Junior y cuya recaudación vaya a una fundación como Garrahan o Red Solidaria, provocando reconocimiento en todo el país o un Torneo de Polo con la participación de equipos de primera línea nacional)

Generar actividades durante todo el año que queden establecidas y se puedan vender de un año para otro como una Copa de Fútbol, una Muestra Permanente del Carnaval, o un premio Cabezudo de Oro.

Sin lugar a dudas, el éxito del Carnevale di Viareggio, el Carnaval de Niza, el Carnaval de Barranquilla, los carnavales españoles de Sitges, Las Palmas y Tenerife e inclusive los mega carnavales brasileños, se deben en gran parte a la institucionalidad garantizada por el Estado comunal. Nuestra fiesta a tenido continuas turbulencias por falta del mismo. El mecanismo en las fiestas mencionadas, es un Estado fuerte que conduce, invierte, establece las normas y planifica la evolución del Carnaval.

Para ello Lincoln debe poseer un organismo gubernamental dedicado exclusivamente al Carnaval con funcionarios, personal y técnicos abocados a planificar y ejecutar la fiesta máxima de los linqueños. Asimismo, esta área gubernamental debe poseer la elasticidad necesaria para absorber iniciativas de la sociedad civil, generar participación y control ciudadano y coordinar actividades con el sector privado, por lo cual la figura ideal es una Agencia Municipal. Al mismo tiempo, suplantando a la Asociación Civil que ha servido en los últimos 15 años para la organización de eventos y el recorrido del Carnaval, establecer una Fundación del Carnaval, organizadora de la fiesta, cuyo dueño sea el Estado municipal garantizando estabilidad en la inversión, continuidad, gratuidad y posibilidades reales de proyección a mediano y largo plazo.

Para lograr mayor difusión del Carnaval y un verdadero posicionamiento nacional Lincoln debe conseguir que su fiesta máxima sea televisada por medios de comunicación nacionales como asimismo nuestra fiesta debe estar presente en las principales fiestas nacionales y populares de la Argentina y en eventos tan importantes como la Feria Internacional del Turismo.

Además del hermanamiento con el Carnevale di Viareggio, que hace trascender a nuestro carnaval más allá de las fronteras de la Argentina, generar una Feria Internacional de la Cartapesta con la participación de los carnavales que utilizan esta técnica artística (denominada cartapesta en Italia y Argentina y papier maché en Francia) internacionalizando nuestro arte, estableciendo intercambio de experiencias entre los artesanos y promoviendo nuestra fiesta para la obtención de espónsores. Los Carnavales participantes de dicha celebración serían: Lincoln (Argentina), Viareggio (Italia), Malta (Malta), Niza (Francia), Jacmel (Haití), N. Orleans (USA), Lucerna (Suiza), Veracruz (México).

Otra de las prioridades estratégicas sería *desarrollar la industria turística en el distrito de Lincoln utilizando el Carnaval de Lincoln como atractivo cultural predominante, para ello se necesitan estrategias de promoción de actividades, creación de alianzas y dotación de infraestructura:*

Una ciudad, un municipio o una región (o cualquier unidad de Espacio Turístico) que desee explotar sus recursos con la industria turística debe en primer lugar contar con la infraestructura necesaria.

Se denomina infraestructura turística a:

Atractivos (museos, teatros, sitios arqueológicos, sitios naturales, etc)

Servicios (hoteles, restaurantes, centros comerciales, hospitales, etc)

Servicios Básicos (agua, cloacas, residuos, energía, etc)

Transporte (aeródromo, terrestre: trenes, autos de renta, buses, etc)

La infraestructura existente en Lincoln es precaria para un desarrollo integral del turismo, por lo cual se requiere una fuerte inversión en la misma.

Por otra parte, luego de poseer la infraestructura necesaria se debe contar con la superestructura turística que es el conjunto de organismos públicos y privados que controlan, regulan, promueven y ejecutan las actividades turísticas. En este sentido, también es precaria la superestructura estatal e inexistente la privada o mixta.

Cuando se conjugan de manera exitosa un espacio turístico, con la infraestructura y la superestructura adecuadas entonces se genera lo que se denomina “desarrollo turístico”.

En el camino de generación de la infraestructura adecuada se deben crear nuevos espacios culturales, ampliar y fortalecer los ya existentes, mejorar las condiciones urbanas siguiendo un código de planeamiento urbano, y generar programas de promoción de actividades culturales y deportivas que incorporen recursos económicos a la comunidad. Asimismo, se debe incrementar los servicios con que cuenta en la actualidad el distrito de Lincoln y establecer nuevos servicios, especialmente aquellos vinculados a los atractivos naturales de la región, que atraigan a los posibles visitantes.

Una de las cuestiones que se debe abordar en corto plazo, es la adecuación del corsódromo callejero que se utiliza para el recorrido del Carnaval. Desde hace 100 años se usa la Avenida Massey como escenario del Carnaval Artesanal, lo cual le da un sustento tradicional e histórico muy fuerte a nuestra fiesta. Pero, poco ha sido lo que se invirtió en mejorar esta arteria vial para adecuarla a una fiesta tan importante y tan masiva. Además, en el último cuarto de siglo esta fiesta multiplicó sus asistentes que transitan los mismos metros cuadrados urbanos de la ciudad, ocasionando graves problemas tanto al Estado como a la sociedad civil en materia de seguridad, higiene, energía, logística, accesibilidad, etc., y generando mayores conflictos sociales entre vecinos. Para ello, la Municipalidad en conjunto con la sociedad civil debe abordar la adecuación de la Avenida Massey buscando poseer características de una arteria comercial con belleza arquitectónica, amigable con el medio ambiente y accesible durante todo el año y con la capacidad de convertirse en un corsódromo con las mismas características durante el carnaval.

Uno de los atractivos naturales que aun no se aprovechan como recurso en el distrito de Lincoln son los yacimientos arqueológicos y paleontológicos existentes. En varias localidades existen tesoros encontradas, destacándose aquellos descubiertos en 2009 en Martínez de Hoz. Los estudios arqueológicos y paleontológicos practicados sobre restos óseos indican que éstos podrían corresponder a los primeros habitantes del continente americano. La antigüedad establecida sería de 10.045 años, según indica la datación de carbono 14 obtenida en la Universidad de Arizona, Estados Unidos. Los trabajos fueron encabezados por los arqueólogos Gustavo Politis, de la Universidad Nacional de La Plata, y Pablo Messineo, del Conicet, junto con científicos del Grupo de Investigaciones Arqueológicas y Paleontológicas del Cuaternario Pampeano de la Universidad

Nacional del Centro. Los restos habían sido descubiertos por un vecino de Coronel Martínez de Hoz, y pertenecerían a por lo menos seis individuos: cuatro adultos y dos niños, de entre 3 y 6 años. Estaban repositados en la orilla de la laguna Salada o de Las Pampas y en consecuencia se encontraban desarticulados. Se estima que estos esqueletos estarían relacionados con las primeras oleadas de poblaciones asiáticas que se establecieron en territorio americano. Durante el rescate se recuperó una gran cantidad de herramientas y utensilios, y de huesos pertenecientes a diversas especies de animales como, por ejemplo, guanaco, venado de las pampas, armadillos, ñandú y algunos restos de gran tamaño de megamamíferos que actualmente se encuentran extinguidos. No todas las especies recuperadas han sido utilizadas como parte de la dieta de los grupos cazadores-recolectores que ocuparon la laguna, pero algunos de los estudios que se han efectuado en el laboratorio indican que el guanaco, el venado y algunas de las especies de armadillo fueron consumidas por dichos grupos ya que algunos huesos presentaban marcas de corte producidas por instrumentos de piedra, mientras que otros se hallaban quemados.

Además, en esta zona se encontraron restos de mega fauna americana, grandes mamíferos del Cuaternario (Pleistoceno y Holoceno) pampeano, únicos en el mundo que hoy pueden conocerse en el Museo de Ciencias Naturales de La Plata, Museo de Ciencias Naturales de Buenos Aires, Museo de Historia Natural de Santa Rosa (La Pampa), Museo Provincial de Ciencias Naturales Arturo Illia (Córdoba) y en diferentes museos y parques abiertos recientemente en localidades bonaerenses como San Pedro, Luján y Miramar.

En cuanto a los turistas que Lincoln debe buscar, sería importante establecer prioridades en las familias y personas mayores por sobre las personas jóvenes. Existen numerosos estudios y ejemplos de lugares turísticos que demuestran el mayor consumo económico de las personas mayores y de las familias, al mismo tiempo que este universo de turistas es generalmente más respetuoso de las normas establecidas como del cuidado del entorno y el patrimonio del lugar.

Al mismo tiempo, se debe definir la zona de atracción de turistas, dividiendo para tal fin las regiones en miniturismo y turismo. Miniturismo será el desarrollado por habitantes de poblaciones cercanas (aproximadamente hasta 250 kilómetros), que les permitirá visitar nuestro distrito y volver a sus lugares de origen en el transcurso del día, teniendo poca capacidad de pernocte y por lo tanto menor consumo en nuestra infraestructura. Turismo será el desarrollado por habitantes de poblaciones lejanas (distancias mayores a 250 o 300 kilómetros), obligándolos al pernocte en nuestro distrito y por lo tanto ejerciendo un mayor consumo en nuestra infraestructura tanto para lo negativo (consumo de energía, residuos, logística, etc) como para lo positivo (gastos en hotelería, gastronomía, comercios, etc). Para fomentar el Miniturismo se deberá difundir el Carnaval en las ciudades cercanas como Junín, Chacabuco, Los Toldos, Nueve de Julio, Casares, Pergamino, Tejedor, Chivilcoy (que según la encuesta de la Consultoría de Ariel Dulevich Uzal ya frecuentan nuestra ciudad) y o tras como Trenque Lauquen, Pehuajó, Teodelina, Rojas, Venado Tuerto, Laboulaye o Rufino (que según el estudio mencionado casi no se registran visitas).

Para fomentar el turismo será necesario promover nuestra fiesta en las grandes ciudades que se encuentran a mayor distancia de la mencionada, estableciendo 2 etapas de búsqueda de turistas para eficientizar los recursos. En primer término, difundir el Carnaval en la zona de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata, teniendo en cuenta la mayor población del país y el vínculo político, geográfico e histórico ya existente entre Lincoln y estos lugares. En segundo término, hacer lo propio en las ciudades de Rosario (1.000.000 hab.), Santa Fé (500.000 hab.) y Paraná (250.000 hab.), Mar del Plata (765.000 hab.), Bahía Blanca (305.000 hab.), Santa Rosa (105.000 hab.), General Pico (60.000 hab.), Río Cuarto (160.000 hab.), Villa María (85.000 hab.).

Un aspecto a explotar, teniendo en cuenta los gustos e intereses de las personas adultas y en especial de los adultos mayores, es el turismo religioso. Para esto es importante trabajar en conjunto con las instituciones religiosas, consolidar su infraestructura y difundir sus atractivos en la ciudad cabecera y en el interior del distrito.

Finalmente, este Plan Estratégico debe estar encuadrado con otras políticas de Estado fijadas en Lincoln, teniendo en cuenta que la Municipalidad de Lincoln posee un Plan Estratégico Productivo desarrollado por la Mesa de Desarrollo Local y tiene Objetivos de Desarrollo Sostenible en consonancia con la Agenda 2030 de Naciones Unidas elaborados por el Consejo Municipal de Políticas Sociales.

## **Desarrollo Local de Turismo Productivo-Gastronómico-Rural**

### **A.- Antecedentes**

El siguiente plan se encuentra enmarcado en lo que es el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Productivo en base al Carnaval Artesanal de Lincoln (2018-2020) Guiados por la Visión (\*) y con el objetivo del desarrollo de productos turísticos que se complementen con Nuestro Carnaval Artesanal. Se busca establecer junto a los sectores público y privado un programa de Promoción de la hotelería, gastronomía, producción y servicios turísticos de nuestro municipio (sic)

### **B.- Breve reseña introductoria**

La Municipalidad de Lincoln, desde la Secretaria de Producción, Medio Ambiente y Turismo, y en el marco de la puesta en valor de nuestros atractivos turísticos, culturales y productivos, tiene a bien trabajar en vistas de darle impulso y fortalecer a Lincoln como destino turístico para responder a la demanda existente y mejorar la oferta de servicios y desarrollo regional turístico-productivo, enmarcado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, ya que se estima que el aprovechamiento del entorno geográfico natural y la intensa actividad productiva a que da origen, constituye un atractivo más que agrega valor a la actual oferta productiva, cultural y turística de la región.

### **C.- Fundamentación y Objetivos Generales**

El Partido de Lincoln cuenta con una importante cuenca lechera y una pujante industria láctea, que ha demostrado su fortaleza y su intención de seguir creciendo, no solamente desde la óptica productiva sino también desde lo identitario para configurar y reforzar una identidad, que, como Municipio, ponga en relieve la originalidad, las características y peculiaridades de nuestra producción y de nuestros productores y que pudieran posicionarnos en el mercado como localidad de productos alimenticios de calidad reconocida.

Este perfil define los ejes del plan sobre la potenciación del turismo y su importancia para la economía local.

### **Objetivos Generales**

1 Promover el turismo gastronómico, que asoma como una opción autónoma, separada ya de la etiqueta amplia del “turismo cultural” y cuenta, además, con cierto poder des-estacionalizador para Lincoln.

2 Fortalecer y desarrollar la oferta turística gastronómica atendiendo a las necesidades de trasladar los beneficios socioeconómicos de la actividad turística a las poblaciones locales.

3 Lograr el desarrollo identitario de Lincoln y su industria láctea con todo el valor agregado que esta puede generar. Revalorizar el patrimonio culinario y productivo, rescatando las costumbres, prácticas, modos de producción, saberes y vivencias.

4 La multiplicación del número de turistas a partir de multiplicar la oferta local (eventos, competencias, exposiciones, congresos y convenciones, etc.) y de captar al turismo “en tránsito” por las rutas que atraviesan el partido, ofreciéndole lo que precisa consumir; y permitir a su vez, la prolongación de los periodos de permanencia como consecuencia de una oferta que los motive. La multiplicación de la oferta de consumo del turista lograra que su permanencia sea significativa como renta.

5 Fortalecer los encadenamientos productivos agregando valor local a las producciones primarias, vinculándolas con la demanda, con mercados dinámicos, rescatando y poniendo en valor la identidad y cultura de nuestro territorio traccionando en pos de la producción, la cultura, el empleo, el desarrollo social y el posicionamiento de nuestra localidad trabajando en conjunto 3 pilares fundamentales; Producción – Educación – Turismo.

#### D.- Herramientas

Lincoln ha logrado desarrollar un conjunto de unidades productivas cuyas producciones son de alta calidad y rescatan lo mejor del saber-hacer propio de la región.

Llegados a este punto, el nuevo desafío pasa por lograr nuevos canales y formas de comercialización y promoción. La experiencia advierte de la necesidad de lograr vender estos productos de manera diferenciada, pudiendo poner en valor ciertos atributos relacionados a la tradición y al saber hacer local.

#### D1- IDENTIDAD TERRITORIAL y TURISMO

El turismo es una actividad con diversos perfiles, que debe interesar particularmente a Lincoln:

-Por su buena accesibilidad dada por las rutas 50, 68 Y principalmente la 188, como conexiones directas a la ruta 7, hacia la Capital Federal y Rosario; y la ruta 6 como anillo colector a La Plata.

-Por las diversas atracciones propias naturales (turismo rural), culturales (Carnavalincoln, Parque Gral. San Martín, Comunitaria, Festival Nacional de Folklore, entre otros) y productivas (Expoqueso, ExpoRural)

Significa un gran desafío, diseñar una estrategia para que el turismo rural y gastronómico transfiera ingresos a Lincoln, incrementando genuinamente la riqueza del partido, y contribuyendo sustancialmente a su progreso, complementándose con lo generado por el Carnavalincoln y cortando así con la estacionalidad.

Es fundamental pensar en la multiplicación del turismo receptivo, proporcionándole los servicios, comodidades y actividades que enmarquen, potencien y garanticen el disfrute de las atracciones propias, prolongando los tiempos de estadía, multiplicando la cantidad y perfiles de turistas, y ofreciendo las ventajitas, los servicios y los productos apropiados

El turismo gastronómico, ha ganado su espacio propio: de la misma manera que los eventos relacionados con la cocina y la alimentación ocupan páginas de diarios, minutos de televisión y, lo más importante, atraen a una buena cantidad de público.

El turismo gastronómico también confluye con los productos regionales (productos km 0) y ha activado a muchos destinos como receptores de turistas y la etiqueta “gastro” se demuestra cómo un activo para los destinos.

Como parte del proceso creemos indispensable incentivar también el agroturismo, o turismo ecológico, que promueva y refuerce las actividades agrícola- ganaderas típicas de la región.

### Objetivos Específicos

Potenciar del desarrollo de rutas turísticas rurales y del consumo de productos autóctonos de calidad mediante la configuración de itinerarios

Revalorizar el patrimonio culinario, rescatando las costumbres, prácticas, modos de producción, los saberes, las vivencias que otorgan identidad a través de acciones de concientización con los gastronómicos locales

La Cooperación territorial entre los sectores agroalimentario y turístico como estrategia para favorecer la identidad territorial de productos y servicios, a través de la generación de una alianza con Gral. Viamonte y Junín para la promoción de la Industria Láctea y la venta de paquetes turísticos. La consecuencia económica de estas actividades turísticas y de la transferencia interregional que significa el turismo, implica racionalmente un potencial que resulta manifiesto a partir del patrimonio natural y cultural que caracteriza la Ciudad.

Fomentar las economías regionales incluyendo a cada una de las localidades de Nuestro Distrito, (embutidos, quesos, cervezas artesanales entre otros); a fin de acercar tanto al público local como aquellos que nos visitan durante todo el año a través de ferias y actividades que así lo permitan.

Promoción y asistencia de iniciativas rurales: Compatibilizar el desarrollo de las actividades rurales, con actividades complementarias del quehacer rural que por tradición, calidad o innovación pueden valorizarse desde el punto de vista turístico y generar ingresos complementarios. Concientizar al poblador local de cada localidad de estas iniciativas y sus beneficios.

Fomentar a su vez actividades rurales típicas (Domas, Aparte Campero, clínicas de entrenamiento equino, etc) y deportes como el polo, el golf y el cicloturismo son estratégicos para la tracción y potenciales productos turísticos de Lincoln.

### D.2-PRODUCCIÓN Y EDUCACIÓN: capacitación, calidad y formación.

Creemos que las administraciones locales podemos ser instituciones generadoras y potenciadoras de trabajo y crecimiento regional. El desarrollo rural instrumenta industrias y comercios, especializa mano de obra, explota materias primas, provee tecnologías aplicadas y asistencia financiera específica, en suma, viabiliza y da cohesión económico-social a los proyectos regionales en agroindustria; en comercio local integrado en planes y programas concretos de producción, competitividad y desarrollo sostenible.

Para ello buscamos fortalecer los encadenamientos productivos agregando valor local a las producciones primarias, vinculándolos con la demanda, y con mercados dinámicos, rescatando y poniendo en valor la identidad y cultura de Lincoln.

Consideramos de suma importancia la inversión continuada, la investigación aplicada, la eficiencia productiva y la formación de capital humano, en pos de un objetivo central que es consolidar, a través de un manual de procedimientos, un canal de comunicación, exhibición, difusión y recreación que haga exitosa la tarea de promover el desarrollo local asociado a la producción agropecuaria, especialmente láctea, a la generación de valor agregado y al turismo cultural, entre otros aspectos.

Algunos productores locales realizan una modesta elaboración de productos con un nivel inicial – visto desde la parte técnica- en un lugar determinado. Si este lugar es beneficiado por el turismo y adquiere por ello un reconocimiento relevante, el grupo de productores comenzará a ampliar su producción y esto a su vez generará la necesidad de implementar cambios, buscar soluciones a problemas concretos. El crecimiento llevado por el beneficio externo del lugar llevará a cambios individuales que tendrán un correlato de beneficio colectivo –los productores elevarán estándares que traccionarán a los otros a presentar mejoras y también a innovar en sus productos.

Estas políticas públicas locales de desarrollo aplicado, consolidan la IDENTIDAD de nuestra realidad regional rural. En ese marco se inscriben la promoción de las PyMes, el fomento del autoempleo, la intervención de los entes gubernamentales y del municipio en el desarrollo local, para alcanzar niveles productivos de calidad, competitividad y costos racionales como factores determinantes de la actividad productiva local.

Los destinatarios finales del proyecto y financiación, son micro, pequeños y medianos productores y emprendedores agroindustriales que produzcan y/o agreguen valor a materias primas para su comercialización. Tenemos por objetivo la formalización y su inserción en diferentes mercados favoreciendo el desarrollo socio-productivo, promoviendo el arraigo en los territorios rurales de nuestra región.

Puesto que los productores de la región manifiestan frecuentemente insuficiente cantidad de recursos humanos capacitados en procesos propios de la industria alimenticia, tales como buenas prácticas de manufactura y tareas específicas de cada producción, consideramos elemental el acceso a posibilidades de financiamiento; asistencia técnica y capacitación a través de la construcción de una sala de elaboración de alimentos y un laboratorio para el análisis de calidad de alimentos en donde funciona hoy la Escuela Agrotécnica N1 de Lincoln, donde poder contener entornos formativos específicos dentro de la Institución. Esto permitiría no solo que sus alumnos pudieran lograr una mayor capacitación, sino también que funcionara como “incubadora” de PyMes y profesionalización de pequeños productores locales.

La escuela a su vez, podrá ofrecer asesoramiento técnico a productores y personal de información turística acerca de los aspectos vinculados a la calidad y la originalidad de los productos del territorio que serán puestos en valor a partir de su exposición y oferta en el espacio proyectado en el parador turístico y otros espacios de promoción.

### Objetivos Específicos

Movilizar y poner en valor el conjunto de los recursos locales del territorio ya sean estos productivos o educativos con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales y de su producción, antes que promover únicamente el turismo como una actividad específica desintegrada del contexto descripto.

Dotación de distintas herramientas de apoyo e información necesaria para mejorar la imagen de los productos y servicios.

Creación de un Laboratorio de Calidad y una Marca Colectiva para poder extender a los sectores de la producción y la educación conocimientos a través de la generación de acciones de capacitación y apropiación de tecnologías para la mejora en la calidad de las producciones, dándoles así valor educativo y productivo a las mismas.

Constituir herramientas de incorporación tecnológica en los aprendizajes de los niveles educativos asociados a la escuela agraria que permita la capacitación constante y de calidad a sus alumnos mejorando así los desempeños académicos y los perfiles de egresados técnicos orientados al mercado laboral regional.

Establecer una Planta de Envase de Leche en la Escuela Agropecuaria para trabajar coordinadamente con la Cooperativa de Trabajo La Paz en un proyecto educativo, productivo y especialmente social, por la generación de leche de calidad a bajos precios para la comunidad linqueña.

#### a.- Laboratorio de Calidad

Es una misión de la Secretaria de Producción y Medio Ambiente llevar adelante acciones en beneficio de los productores queseros de nuestra zona. Ejecutar proyectos y gestionar diferentes cuestiones para el bien del sector. En este sentido, no hay futuro sin la articulación público-privada. El desarrollo económico se hace inviable sin una articulación, en primera instancia, con otros organismos públicos de ciencia y tecnología o Agroindustria, como así también con el sector privado a través de las asociaciones de productores. Este intercambio constante nos permite potenciar acciones y construir un desarrollo cada vez más potente en las regiones, con proyectos en común en los que nos une la pertenencia al sector rural, una mirada estratégica y el perfil innovador.

El laboratorio de Calidad se trata de una iniciativa que busca dar solución a uno de los objetivos centrales: la mejora constante en la calidad y diagnóstico de la materia prima, para profundizar el conocimiento y valoración de los productos tradicionales de Lincoln. La misión del laboratorio es

aportar a la producción y calidad de los alimentos de origen lácteo y sus productos mediante la asistencia a los productores, empresas y profesionales del sector. De esta manera, potenciamos el trabajo que se desarrolla en esta zona de la provincia, que concentra gran parte de la producción de leche de la región.

Actualmente, las muestras de leche de los tambos de Lincoln y la zona son derivados a laboratorios externos, pero desde esta puesta en marcha eso podrá analizarse de manera local; en las instalaciones propias, con equipamiento y un grupo de profesionales que mediante un sistema de aseguramiento de resultados realizarán el trabajo

Es un desafío realmente enriquecedor trabajar con los diferentes estamentos del Estado; recibir el apoyo y la asistencia de las áreas nacionales, provinciales y municipales, para el fortalecimiento de nuestros productores y la calidad en la cadena de valor. La calidad es un factor de competitividad de la cadena láctea y en la medida que se mejore la materia prima, la obtención de productos de alto valor agregado no tendrá limitaciones.

Permitirá transparentar la relación comercial entre industrias y tambos, establecer reglas claras e igualitarias que propicien la sana competitividad del sector, proteger a los pequeños productores de leche, y permitirá la elaboración de productos lácteos de mejor calidad tanto para el mercado doméstico como la exportación, incorporando mano de obra calificada en los diferentes eslabones de la cadena y sus prestadores de servicios".

Este nuevo espacio traerá beneficios a todos los integrantes de la cadena productiva de la región, que encontrarán en este laboratorio las herramientas para mejorar la calidad de sus productos, con mejores precios y las ventajas de contar con un equipo de investigación y capacitación sustentable.

Tipos de análisis requeridos según la matriz a evaluar

En agua

- Potabilidad bacteriológica.
- Potabilidad físico-química

En leche

- Análisis composicional (materia grasa, proteínas, sólidos totales, sólidos no grasos, aguado)
- Antibióticos (tetraciclinas y betalactámicos)
- Recuento de células somáticas.
- Recuento de gérmenes aerobios mesófilos totales.

En quesos

- Composicional básico (materia grasa y humedad)
- Composicional completo (valores de tabla nutricional)
- Recuento de coliformes totales.
- Recuento de estafilococo aureus
- Recuento de hongos y levaduras.
- Coordinación con otros laboratorios para la investigación de microorganismos patógenos.

Ventajas de un laboratorio de control de calidad radicado en Lincoln

- Posibilidad de realizar los análisis en el momento justo que se requiere, sin tener que pensar en combinar los muestreos con los días y horarios de los comisionistas a Buenos Aires.
- Disminución de costos de envío y de acondicionamiento de muestras (conservadoras, geles refrigerantes).
- Posibilidad de contacto, diálogo e intercambio técnico con el personal del laboratorio de manera más personalizada.
- Accesibilidad que permite mayor cantidad de muestreos y habilita más información para la toma de decisiones.

### D.3 PROMOCIÓN: Parador Turístico-Cultural y Marca Colectiva.

#### a.- Parador Turístico-Cultural

La puesta en funcionamiento y finalización del Parador Turístico Cultural de Nuestra Ciudad, brindaría un espacio donde encuadrarían los resultados del trabajo conjunto entre Producción, Cultura y Educación, en pos no solo del desarrollo local sino también posicionando así al turismo como sector estratégico para rescatar y realzar la identidad local, sus recursos naturales, productivos y culturales.

El aprovechamiento del espacio dispuesto para el Parador Turístico ubicado sobre la Ruta 188 en el acceso a la ciudad debe fortalecerse mucho más aún, no solamente utilizando al máximo la capacidad instalada; o incluso multiplicándola, sino generando una oferta mayor de servicios ya existentes y productos para consumir: uso de baños, información y asesoramiento, lugares apropiados para la realización de deportes, alquileres diversos y atractivos que se sumen a los existentes, venta de artículos de consumo para la estadía, y para llevar: quesos, miel, chacinados, artesanías gauchescas, artesanías y merchandising de Lincoln, del Carnaval y otros atractivos.

La conexión de Lincoln con el resto del país y la región es preponderante y será aún más, ya que por la puerta de su ciudad cabecera pasa la ruta nacional n°188 que en poco tiempo se va a transformar en el corredor bioceánico más importante de la República Argentina, ya que se está construyendo el paso fronterizo llamado "corredor bioceánico" túnel "El Ebleñas" futuro túnel binacional que unirá San Rafael y la Región de O'Higgins. El Paso Las Leñas aparece en el horizonte como la propuesta más conveniente para cruzar a Chile todo el año.

El Ebleñas se constituirá en una puerta al desarrollo económico, turístico y cultural, con un camino fácil y directo para acceder -desde distintas regiones de la Argentina- a los puertos del océano Pacífico. Por este motivo la ruta nacional n°188 será la que une el puerto argentino de: San Nicolás de los Arroyos con puertos chilenos.

#### Objetivos Específicos

Revalorizar los alimentos regionales, los hechos culturales y los eventos turísticos como oferta integral del Partido de Lincoln, dinamizando con tecnología su divulgación, experimentación y desarrollo a partir del espacio transversal que se proyecta para el Parador Turístico-Cultural.

Robustecer el trabajo productivo de los pequeños y medianos productores zonales generando instancias de agregado de valor y mejora de las rentabilidades de los establecimientos, a través de la degustación y ventas de la producción local.

Otorgar cohesión, exclusividad y rigurosidad a la producción ofertada a partir de la exposición permanente en el Parador de los productos asociados a una marca colectiva local que responda a ciertos parámetros de elaboración artesanal e identitaria.

Generar un acceso libre y total hacia la información de los servicios, eventos y actividades que se desarrollan en la zona permitiendo, a nivel turístico, un alargamiento y consolidación del calendario, y el consecuente avance económico en los logros de los prestadores y organizadores de tales servicios y eventos turísticos.

Construir una herramienta de acceso democrático y participativo al quehacer educativo, cultural, turístico y productivo de la región, proponiendo la versatilidad como atributo primordial para albergar la vasta diversidad de riqueza territorial en relación a los núcleos de interés.

#### b.- Marca Colectiva

La integración socio-económica a través de la generación de una MARCA COLECTIVA permitiría identificar aquellos productos portadores de elementos de seguridad, tradición, originalidad y excelencia fortaleciendo su presencia en los diferentes canales de comercialización y lograr el reconocimiento de este distintivo por parte del público consumidor

### Objetivos Específicos

Lograr una estructura de comercialización donde estén involucrados los propios productores de diversas maneras aspirando al desarrollo de un modelo comercial centrado en la diferenciación de los productos y en la redistribución equitativa de los beneficios económicos que genere.

Mejorar la comercialización de las MiPyMes.

Construir una herramientas de oferta de mercadería para los casos de sobre stock.

Aumentar el valor de la marca colectiva y de las marcas propias:

Mejorar la difusión de las empresas pudiendo realizar un conjunto de actividades gastronómicas y culturales que pongan en valor los atributos de los productos comercializados.

Permitir a las empresas tener una lectura inmediata de la calidad y aceptación de sus productos.

Mejorar el acceso de la población a productos de primera calidad con precios razonables

### c.- Comunicación

Las redes sociales son un instrumento clave. Desde las redes sociales mantendremos el pulso informativo y será la referencia para cualquier potencial visitante que quiera interesarse más sobre nuestro destino gastronómico.

La relación con medios convencionales y blogs especializados tiene que ser de proximidad: los encuentros de gastrobloggers, los Presstrip y los Blogtrip –viajes organizados para prensa y bloggers especializados– son un inicio para dar a conocer nuestro destino gastronómico a través de prescriptores reputados.

La presencia del destino, y una presentación atractiva del mismo, en ferias y congresos del sector gastronómico son fundamentales.

### D.6- ACCIONES PREVIAS E IMPLEMENTACIÓN

Desde la Dirección de Turismo junto con el Ministerio de Turismo de la Nación, la Fundación ArgenINTA, el INTA local y las áreas municipales provinciales y nacionales de Producción, Turismo y Cultura y Educación nos encontramos en constante interacción tendiente a armonizar las distintas estrategias que forman parte del Proyecto con el objetivo de especificar y segmentar las iniciativas propuestas a fin de contar con un elemento de presentación ante los estamentos mencionados.

Se proyecta generar una agenda de visitas y charlar orientadas a sociabilizar el Proyecto integral vinculado a las iniciativas que en carpeta, a saber:

Sala de Elaboración

Laboratorio

Promoción de Eventos

Dinamización del Parador Turístico

Promoción de Iniciativas de Turismo Rural

Valorización de Productos Locales

A partir de todo lo expuesto es que consideramos de suma importancia involucrar e integrar a las Escuelas Agrotécnicas y Técnicas de Lincoln, el Parador Turístico Cultural, el trabajo diario del INTA local, el sector privado hotelero y gastronómico, los emprendimientos rurales de turismo y cada una de las localidades y sus producciones, como generadores de espacios que promuevan servicios que integren la producción, la educación y capacitación, la equidad social, la eficiencia económica, la sustentabilidad y sostenibilidad ambiental, el desarrollo, posicionamiento e identidad de la región como cuenca lácteo quesera diferenciada.

## ANEXOS COMPLEMENTARIOS

### #1 Agencia de Extensión Rural INTA Lincoln

Las actividades de las Agencias de Extensión Rural del INTA están enmarcadas en instrumentos programáticos denominados Proyectos Regionales con enfoque Territorial (PReT). En este caso la AER Lincoln integra el PReT “Contribución al Desarrollo del Territorio Noreste Bonaerense”, coordinado desde la AER Gral Villegas y abarca los Partidos de General Villegas, Ameghino, General Pinto y Lincoln.

La fuerte transformación productiva de la región provocada por el avance de la agricultura tuvo consecuencias de diferente tipo: el despoblamiento de las zonas rurales, la disminución del empleo directo en el agro, la concentración de la producción y el desplazamiento de los pequeños y medianos productores son algunas de las consecuencias sociales de este proceso. Esta intensificación de los sistemas productivos no siempre se sustentó en una mayor eficiencia en el uso y menos aún en el cuidado de los recursos involucrados. En otro orden el crecimiento económico que produjo el avance de la agricultura no fue acompañado por un aumento significativo de agregado de valor en origen, lo que compromete la sustentabilidad del modelo de desarrollo del territorio.

El objetivo que se plantea este PReT es contribuir al desarrollo social, económico y ambiental del territorio del noroeste bonaerense poniendo énfasis en los emprendimientos de pequeña y mediana escala.

Para ello los técnicos de la Estación Experimental General Villegas y de las Agencias de Extensión de Lincoln y General Villegas se proponen ir construyendo articuladamente la estrategia con foco en los problemas territoriales, buscando el diseño de acciones integradas. En este proceso es clave la promoción de redes de actores, intra e inter-institucionales, que permitan enriquecer el análisis de los problemas, la concertación de acciones y el fortalecimiento institucional, con la finalidad de favorecer la consecución de las transformaciones deseadas.

Como resultado de las actividades programadas, el PReT del noroeste bonaerense se propone acciones con la finalidad de obtener siguientes productos; - redes de actores y organizaciones del territorio para el aporte al desarrollo sustentable de las comunidades, - tecnologías para un uso más eficiente de los recursos en los sistemas productivos predominantes (carne bovina, leche, porcinos y agricultura), - un plan de trabajo interdisciplinario que genere información y promueva prácticas que disminuyan el riesgo ambiental y acompañar a pequeños y - medianos emprendimientos de agregado de valor.

En el marco de estos proyectos regionales se realizan distintas acciones en Agricultura, Ganadería y Lechería que son las actividades predominantes en la región. Por otro lado y con diferentes herramientas y vinculaciones también se trabaja con pequeños productores en otras producciones importantes de menor escala para el partido como la Porcina y Hortícola.

En este caso en particular y pensando en el trabajo articulado con la Secretaria de Producción y Medio Ambiente y la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Lincoln para el “Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de Lincoln” nos parece importante describir las actividades que realiza la AER Lincoln en el área de producción lechera.

Una de nuestras herramientas de extensión es el programa Cambio Rural que integra a grupos de productores de actividades comunes aportando asesor técnico privado respaldado y capacitado por profesionales del INTA. El mismo promueve la búsqueda de alternativas que permitan incrementar los ingresos, elevar el nivel de vida, generar nuevas fuentes de empleo, retomar el proceso de inversión y posicionarse mejor en los mercados. Actualmente la agencia Lincoln está trabajando con tres grupos de productores tamberos. Algunos de estos productores venden su producción como maza para muzzarela, otros elaboran quesos más duros. Es en este punto donde vemos que el

proyecto presentado podría constituir una oportunidad para los productores ya que les permitiría mejorar la calidad, agregar valor a su producción y así mejorar su nivel de ingresos.

Otra herramienta son los Encuentros lecheros: en estos se busca generar un espacio de encuentro e intercambio entre productores tamberos y técnicos de INTA en el que abordan los principales ejes en los que se desarrolla la actividad. Estos encuentros se realizan a campo, en el establecimiento de algún productor tambero que esté vinculado con la agencia local y le interese participar del mismo. Específicamente para este año se pretende basar los encuentros sobre cuatro ejes: forrajes y reservas, nutrición, reposición y sustentabilidad.

Los Cursos de capacitación se planifican anualmente según la demanda local y/o disponibilidad de recursos. Para el próximo año nos proponemos realizar cursos destinados a operarios de guachera, inseminación artificial y el profesional tambero.

## #2 LECHERIA Situación Actual

En Lincoln se produce mucha leche, que se puede derivar en distintos lugares. Hay fábricas locales que hacen quesos (quesos duros, blandos, semiduros), también se produce suero, que después se va de Lincoln, ya que lo compran otras empresas utilizándolo como insumo para otro proceso mucho más complejo.

Esas queserías pueden ser propias de los establecimientos lecheros, como podemos tener a La Suerte de la Familia Lacau e Ignacio Hardoy (quesos Juan Grande) que produce sus quesos con su propia leche.

La localidad de Arenaza concentra emprendimientos manufactureros muy importantes. Por un lado se encuentra la Estancia La Suerte que fabrica quesos gourmet de gran calidad. Cerca de ese establecimiento otra empresa procesa también la materia prima de esta importante cuenca láctea: una fábrica muy grande (ex Sancor) que ahora es de Vicentin, que produce muchos productos frescos: yogures, quesos untables, postres que vende en Argentina o también exporta en forma directa, donde se produce el queso “Mendicrim” y los postres “Shimy”, entre otros. El inicio de la exitosa historia de “Mendicrim” se inicia el 11 de junio de 1960 cuando Osvaldo Mendizábal funda La Fábrica San Andrés. Tan fuerte se instaló la marca en los consumidores que cuando la adquiere Nestlé realiza un estudio de mercado que arroja como resultado que las marcas de Mendizábal tenían tan alto nivel de identificación y valoración por parte del consumidor que no era recomendable cambiarlas, ni siquiera por las de una de las empresas más grandes del mundo en alimentos.

Las otras queserías locales (compran la leche a productores), venden gran parte de su producción fuera de Lincoln, prefieren esto por un tema de velocidad de cobro y demás. Se vende mucho en las grandes ciudades, y en el conurbano, o sobre todo en la costa en los momentos de verano.

## #3 LA EXPOQUESO, SU IMPORTANCIA PARA LA REGION

Este encuentro es organizado por la Secretaria de Producción y Medio Ambiente y la Dirección de Turismo del Municipio, tiene el objetivo de facilitar la promoción, comercialización y fortalecimiento de la Industria Quesera-láctea, logrando el desarrollo económico local de la región a través del uso de herramientas de apoyo a la búsqueda de nuevos mercados, estimulando el consumo de productos regionales y orgánicos, con el queso como protagonista.

Asimismo, genera un espacio en donde se reúnen productores y proveedores de la industria quesera y emprendimientos productivos afines que sirven para el diseño de estrategias de mercado que se ajustan a las potencialidades y oportunidades de crecimiento de los establecimientos de la región.

No debe ser un solamente un evento social, sino una verdadera feria de promoción de los productos de Lincoln y de reunión de toda la cadena para fortalecer el cluster lácteo. La feria es el eslabón final de los procesos, donde se muestra los diversos complejos productivos.

Estas fiestas gastronómicas (quesos, miel y carnes), generan desarrollo comercial y hotelero y pueden ser complementarias al carnaval para generar una agenda de eventos turísticos en Lincoln.

#### #4 OTROS ATRACTIVOS

##### a.- Parque General San Martín

Se trata de uno de los mejores espacios verdes con que cuenta la Provincia.

Con más de 100 hectáreas que ofrecen, una antigua y frondosa arboleda, lago artificial donde se pueden desarrollar una diversidad de actividades deportivo-recreativas, el parque cuenta con camping, piscinas, confitería, canchas de tenis, una gran cancha de golf de 18 hoyos, velódromo, pista de atletismo que lo transforman en un gran pulmón verde de la ciudad y un lugar ideal para aprovechar y promover turísticamente. Asimismo, en dicho predio se instalará próximamente una dependencia municipal que contendrá a Defensa Civil, Guardia Parques y una oficina de Información Turística.

Ambos atractivos implican un escenario ideal para la promoción de nuestra producción, ya sea a través de la comercialización como su visualización. Aprovechar el flujo de turistas es un objetivo claro para el plan precedente.

##### b.- Ferias y Festivales

Además en Lincoln se realizan diferentes festivales de folklore (Pateur y Roberts), el Congreso de Hermanamiento de Pueblos Sustentables de sentido educativo, ferias culturales de artesanos y manualistas y exposiciones productivas como la Expo Rural, Expo Carnes Alternativas y la flamante y exitosa Expoqueso.

La cercanía a Junín, 9 de julio, Carlos Casares, Gral. Villegas, entre otras, origina turismo recreacional que se acerca a los eventos señalados anteriormente.



## **- Plan de Acción: Desarrollo y Ejecución de las Metas**

El Plan de Acción del presente Plan Estratégico de Desarrollo Turístico; abarcando las áreas Culturales, Históricas, Productivas, Rurales, Gastronómicas, Religiosas y Urbanas en base al Carnaval Artesanal de Lincoln 2018 - 2020 se dividirá en dos objetivos principales:

1) POSICIONAR AL CARNAVAL DE LINCOLN A NIVEL NACIONAL Y CON LA JERARQUÍA ARTÍSTICA DE LOS MEJORES CARNAVALES DEL MUNDO (a continuación denominado Objetivo A)

2) DESARROLLAR LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE LINCOLN DE FORMA SOSTENIBLE UTILIZANDO COMO PRINCIPAL ATRACTIVO AL CARNAVAL (a continuación denominado Objetivo B).

### **METAS 2018**

#### OBJETIVO A

##### **CREACIÓN DE UNA AGENCIA MUNICIPAL DEL CARNAVAL**

Crear una Agencia Municipal del Carnaval en el transcurso del año 2018. La Agencia Municipal del Carnaval tendrá dependencia jerárquica y funcional de la Conducción Superior de la Municipalidad, y su titular tendrá el rango de Subsecretario.

Serán sus funciones:

-Establecer una Política Pública de Jerarquización del Carnaval y promoción del mismo a nivel nacional e internacional.

-Establecer una Política Pública de Promoción del Turismo Sustentable en el Distrito de Lincoln tomando al Carnaval Artesanal como eje fundamental del mismo.

-Administrar los ingresos y egresos de recursos económicos destinados al Carnaval.

-Llevar a cabo la ejecución del Carnaval Artesanal y de todos los eventos y actividades vinculadas al mismo.

-Coordinar actividades y políticas públicas junto al sector privado vinculado al Carnaval Artesanal.-

-Establecer lineamientos generales y proyectos específicos para promover el Carnaval Artesanal y el desarrollo del Turismo Sustentable vinculado al Carnaval junto a Organizaciones de la Sociedad Civil, Organismos Gubernamentales, funcionarios de los distintos Partidos Políticos y referentes del Sector Privado.

Estructura de la Agencia: La Agencia Municipal del Carnaval estará conducida por un GERENTE con rango de Subsecretario de la Municipalidad de Lincoln.

Bajo la órbita de la Gerencia, se establecerán dos DIRECCIONES: una Dirección de Recursos; encargada de administrar los ingresos y egresos del Carnaval Artesanal y eventos vinculados al mismo y una Dirección de Actividades; encargada de planificar y ejecutar el Carnaval Artesanal y eventos vinculados al mismo.

Asimismo existirán diferentes áreas con miembros AD HONOREM con las siguientes funciones:

Área de Desarrollo: El Área de Desarrollo tendrá la función de generar las estrategias de políticas públicas dentro del municipio, y estará conformada por el Gabinete Municipal que en este caso estará Ampliado con áreas vinculadas al Carnaval.

Consejo Asesor: El Consejo Asesor tendrá la función de consensuar políticas de promoción turística y culturales del Carnaval con distintos sectores de la sociedad, procurando un desarrollo planificado y sostenible que genere progreso para toda la comunidad, y estará conformado por los Secretarios del Gabinete Municipal, las Asociaciones Civiles, los integrantes del Honorable Concejo Deliberante con representación de todas las fuerzas políticas, los referentes culturales de la comunidad linqueña con trayectoria y/o reconocimiento en el Carnaval Artesanal.

Coordinación con Empresas y Comercios: La Coordinación con Empresas y Comercios tendrá la función de coordinar actividades y políticas de promoción turística y culturales del Carnaval procurando generar mayor crecimiento económico del sector privado estableciendo fuentes de trabajo genuino y mayor desarrollo comercial, industrial, empresarial y rural que genere progreso para toda la comunidad, y estará conformada por representantes del Departamento Ejecutivo y representantes del Centro y Unión Comercio e Industria, representantes de la Mesa de Desarrollo Local, representantes de los sectores de la Hotelería y la Gastronomía, representantes de organizaciones o empresas que realicen espectáculos privados vinculados al Carnaval Artesanal y representantes de organizaciones del sector privado que lleven a cabo actividades con fines de lucro vinculadas al Carnaval Artesanal.

#### REALIZAR EL LANZAMIENTO DEL CARNAVAL EN LA CAPITAL PROVINCIAL O EN LA CASA DE LA PROVINCIA EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Para lograr verdadera visibilidad de nuestra fiesta máxima es necesario que el lanzamiento anual de la edición del Carnaval Artesanal de Lincoln sea en la capital provincial o en la sede que posee la provincia de Buenos Aires en la capital nacional. Para este evento es importante la convocatoria de medios de comunicación nacionales y provinciales y la presencia de funcionarios nacionales y provinciales que le otorguen el prestigio que nuestro carnaval requiere.

Este hecho debe ser parte de un Programa de Difusión del Carnaval en Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata.

#### ESTABLECER LA ELECCIÓN DE LA REINA DEL CARNAVAL CON CARÁCTER NACIONAL

Esta administración ha gestionado ante el Congreso de la Nación para obtener el reconocimiento estatal tan ansiado durante décadas. En diciembre de 2017, el proyecto de Ley que declara a Lincoln como Capital Nacional del Carnaval Artesanal obtuvo media sanción en la Honorable Cámara de Diputados de la Nación y hoy se encuentra siendo estudiado por diferentes comisiones de la Honorable Cámara del Senado de la Nación. Ninguna fiesta de carácter nacional elige su soberana limitando a sus fronteras municipales las posibles competidoras. Toda fiesta nacional debe abrir su competencia al país y promover la participación de postulantes de distintas provincias de Argentina, hecho que jerarquizará la elección de la reina y generará mayor difusión del carnaval.

#### PERSONIFICAR EL MOMO DE URCOLA PARA QUE ACOMPAÑE A LA REINA EN LA PROMOCIÓN DEL CARNAVAL

Establecer un representante masculino del Carnaval Artesanal de Lincoln que acompañe en sus funciones a la Reina y promueva nuestra fiesta. Haciendo honor a la historia y a nuestras tradiciones culturales, institucionalizar el Momo de Urcola como mascota del Carnavalincoln para que sea su imagen iconográfica.

#### INSTITUCIONALIZAR EL CABEZUDO COMO PREMIO DEL CARNAVAL

Establecer el cabezudo como premio del Carnavalincoln en categorías y reinas y premio de homenaje a Huéspedes de Honor de Lincoln. Establecer el Cabezudo de Oro para premiar anualmente a una o dos personalidades destacadas de Buenos Aires y/o Argentina.

#### ESTABLECER UNA AGENDA CULTURAL MUNICIPAL EN TORNO AL CARNAVAL DE LINCOLN

La Agenda Cultural estatal y aquellos eventos promovidos desde el municipio deben direccionarse hacia los objetivos del presente Plan Estratégico.

#### REDEFINIR LOS ATRACTIVOS CULTURALES DEL DISTRITO EN RELACIÓN AL CARNAVAL

En el mismo sentido de la Agenda Cultural, los atractivos culturales del distrito deberán adecuarse a los objetivos del presente Plan Estratégico.

#### CONMEMORAR EL 90° ANIVERSARIO DE LA CARTAPESTA

Conmemorar los 90 de la cartapesta en Lincoln con diferentes eventos artísticos y culturales y cerrando con un reconocimiento a las familias carroceras de toda la historia.

#### CREAR UNA ESCUELA-MUSEO DEL CARNAVAL

Crear una Escuela del Carnaval donde se den clases de Cartapesta, Pintura, Dibujo, Danza, Música, Canto, Actuación y Maquillaje. Recientemente, en 2017, Uruguay abrió una escuela similar con el objetivo de establecer un espacio de referencia para fomentar actividades artísticas y culturales, y la preparación de futuros artistas y técnicos del Carnaval. Allí se dictan cursos anuales presenciales y vía web.

#### CONFECIONAR UN LIBRO CON LA HISTORIA DEL CARNAVAL Y COMENZAR A ARCHIVAR LAS ESTADÍSTICAS

Debemos investigar nuestra historia y comunicarla por diferentes medios, especialmente escritos (revistas y libros) pues son los que trascienden en el tiempo. Para ello escribir un libro con los 130 años de la historia del Carnaval, resguardando a futuro la información y estadísticas.

#### ESTABLECER UNA FERIA INTERNACIONAL DE LA CARTAPESTA

Crear una Feria Internacional de la Cartapesta con la participación de artesanos y productos de los principales carnavales del mundo que utilizan esta técnica artística. Entre los que se destacarían, están Lincoln (Argentina), Viareggio (Italia), Malta (Malta), Niza (Francia), Jacmel (Haití), N. Orleans (USA), Lucerna (Suiza), Veracruz (México). Esta feria podría organizarse inclusive conjuntamente con una empresa organizadora de Ferias y Eventos garantizando así profesionalismo en la estructuración y logística, también en la llegada de patrocinadores de renombre y en la repercusión en los medios de comunicación.

Asimismo, esta Feria podría integrar otros eventos culturales linqueños difundiendo nuestras riquezas culturales produciendo comercialmente a artesanos y productores, promoviendo artistas locales y vigorizando actividades como la Feria del Lector.

#### GARANTIZAR LA TELEVISACIÓN A NIVEL NACIONAL DEL CARNAVAL

Para posicionar el Carnaval de Lincoln a nivel nacional debemos garantizar la televisación nacional del mismo todos los años. Si televisamos el desarrollo del desfile, podemos mostrar nuestra fiesta a millones de argentinos (e inclusive a millones de personas en el mundo) teniendo como principal objetivo el de atraer turistas y de forjar una fiesta profesional en el calendario nacional. Es necesario invertir recursos económicos en la transmisión por televisión, y que ésta sea uno de los ejes de la organización del Carnaval garantizando visibilidad y proyección de la fiesta, atrayendo patrocinadores y otorgando prestigio a los participantes y artistas del Carnavalincoln. Además de la Televisión Pública Nacional (Canal 7 de Televisión Abierta), existen canales de televisión cerrada de noticias que transmiten fiestas y recitales por contratación al igual que canales de televisión cerrada de música. Asimismo, las empresas de circuitos cerrados por cable que existen en nuestra ciudad (Cablevisión y Telered) también existen en gran parte de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata (primer área de búsqueda de turistas para nuestro Plan), por lo cual se podría contratar para la emisión del Carnaval en las zonas requeridas.

#### ESTABLECER UN CRONOGRAMA DE PARTICIPACIÓN DE EVENTOS COMO LA FIT Y FIESTAS NACIONALES

Instalar al Carnaval de Lincoln entre los principales eventos de atracción turística del país, requiere vincularse con otros eventos de estas características y la participación en ferias y exposiciones de promoción como la Feria Internacional del Turismo. El hermanamiento, intercambio o participación

en otras fiestas o eventos populares como la Fiesta Nacional de la Vendimia (Mendoza), Fiesta Nacional del Mar (Mar del Plata), Feria del Libro (Buenos Aires), etc.

#### PROFESIONALIZAR EL CARNAVAL

El Carnaval de Lincoln ha iniciado recientemente un proceso de profesionalismo que debe profundizarse, aplicando para ello diferentes políticas públicas:

- Obtener patrocinadores comerciales, empresariales y estatales de nivel nacional.
- Lograr la fabricación propia de materiales, indumentarias y productos de uso durante el Carnaval.
- Establecer productos oficiales de micromercadotecnia del Carnaval.
- Garantizar la seguridad de todos los turistas y residentes en el ámbito del Carnaval.
- Establecer una política de diferenciación entre el residente y el turista para beneficiar económicamente al habitante de Lincoln.
- Fijar pautas y normas en el Carnaval para garantizar la continuidad, la calidad y la seguridad durante el recorrido.

#### PROFUNDIZAR EL HERMANAMIENTO CON VIAREGGIO

El Hermanamiento iniciado recientemente con la Comune di Viareggio y su Carnevale di Viareggio, ya le ha aportado beneficios a nuestra fiesta máxima en cuanto a visibilidad, capacitación artística y diagnóstico de nuestras potencialidades. En las próximas ediciones se ejecutarán diferentes proyectos en conjunto, compartiendo experiencias turísticas e intercambiando técnicas artísticas. Para Lincoln es un privilegio poder relacionarse de igual a igual con una ciudad con importante trayectoria turística que además pertenece a la región con mayor cantidad de atractivos turísticos de su país con excepción de la ciudad de Roma y con el Carnaval artesanal más importante del mundo y uno de los 10 mejores carnavales del mundo.

Para la edición del Carnavallincoln 2019, retornará Enrico Vanucci para crear una carroza de cartapasta de 30 metros que se erigirá en el patio cívico del Palacio Municipal y la Municipalidad de Lincoln debería enviar un representante de nuestra fiesta al Carnevale di Viareggio 2019.

por otra parte, existe un sitio cultural, denominado Villa Argentina, ubicado a 6 cuadras del circuito de desfile en la ciudad de Viareggio, que pertenece a la Provincia de Lucca y donde se desarrollan actividades culturales, exposiciones y muestras artísticas y que deberíamos proyectar para 2020 poder llevar a cabo una exposición del Carnavallincoln para su reconocimiento internacional.

#### OBJETIVO B

##### JERARQUIZAR LA DIRECCIÓN DE TURISMO Y SUS OFICINAS

La Dirección de Turismo debe profesionalizarse generando una serie de programas sobre: concienciación, calidad, comunicación, financiamiento, desarrollo de productos turísticos y administración de recursos turísticos. Cada uno de estos programas deberán estar subdivididos en proyectos o planes con objetivos y tiempos de ejecución concretos.

En la encuesta efectuada en nuestra ciudad por la Consultora de Dulevich Uzal, el 86,23 % de los turistas dice no haber consultado en la oficina de Turismo para obtener información. Esta es una característica grave de nuestro municipio, pues todo lugar que se jacte de atraer forasteros poseerá una oficina de turismo activa que acoja y guíe a todos los visitantes tanto en su llegada a la ciudad como durante su estancia. Es necesario dotar de mayor personal y capacitar al mismo, y trasladar la oficina de Turismo al ingreso de la ciudad dentro del Parador Cultural.

Además, crear una oficina de información turística en el Parque General San Martín.

##### ESTABLECER JUNTO AL SECTOR PRIVADO UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE LA HOTELERÍA, LA GASTRONOMÍA Y LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.

Toda ciudad o municipio que se precie de ser turístico promueve el desarrollo de los servicios turísticos tanto en manos estatales como privadas. Es necesario que Lincoln cuente con mayor

cantidad y calidad en servicios de alojamiento, comida, excursiones, belleza personal y salud, estaciones de servicios y servicios mecánicos, transportes para paseos, oficinas de información, guías turísticos, lavandería, fotografía, balnearios, artículos regionales, entretenimientos infantiles, artesanías, gimnasios y yoga, cabalgatas, espectáculos musicales, queserías y bodegas, centros comerciales y galerías, etc.

La diversidad e infinitud de los servicios que se pueden ofertar a los visitantes, aumentará en gran parte las posibilidades de que una familia elija o no vacacionar o peregrinar por Lincoln. Es necesario entonces, que el Estado, conjuntamente con los privados interesados, posea un programa específico al respecto con objetivos claros de promoción de dichos servicios.

#### PROMOVER LA PROTECCIÓN Y EXPLOTACIÓN SOSTENIBLE DE LAS LAGUNAS DEL DISTRITO

El distrito de Lincoln posee varias lagunas con capacidad de explotación pesquera pudiendo desarrollar una importante actividad turística, venta de productos y servicios. Esta actividad puede llevarse a cabo especialmente en la zona sur del distrito, en los pueblos de Martínez de Hoz, Las Toscas y Carlos Salas donde se encuentran varios espejos de agua suficientemente salada y limpia para la cría de pejerreyes; la especie ictícola más codiciada de la provincia. Algunas de esas lagunas ya se explotan en la actualidad pero no de forma sostenible, poniendo en riesgo la supervivencia de los ecosistemas naturales y de la misma actividad económica. La conformación de reservas naturales, la promoción de la actividad en el sector privado, la capacitación y control de los pescadores, y la organización de clubes de pescadores; son políticas públicas ha aplicarse.

#### GENERAR UNA ALIANZA ESTRATÉGICA CON EL MUNICIPIO DE GENERAL VIAMONTE PARA LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA LÁCTEA Y LA VENTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

Por cercanía y coincidencias de atractivos culturales, naturales y productivos se debe establecer una alianza estratégica con el distrito de General Viamonte que no sólo implique a las Municipalidades sino también al sector privado y organizaciones sociales. Juntos, ambos distritos, pueden vender sus atractivos a través de paquetes turísticos destinados a recibir visitantes de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata y a través de circuitos autoguiados

#### VINCULAR LOS ATRACTIVOS NATURALES DEL DISTRITO AL CARNAVAL DE LINCOLN

Los atractivos naturales, parques y lagunas, deben vincularse a través de acciones concretas hacia los objetivos del presente Plan Estratégico.

#### ESTABLECER UN PROGRAMA MUNICIPAL PARA AMPLIAR LA OFERTA TURÍSTICA DE ATRACTIVOS CULTURALES Y NATURALES

Si bien este Plan Estratégico plantea varios proyectos ideados por funcionarios de la Municipalidad e integrantes del Carnaval de Lincoln, es importante llevar a cabo un estudio con la opinión de los residentes linqueños y de los intereses de los visitantes, y posteriormente ejecutar un programa municipal para ampliar la oferta de atractivos culturales y naturales.

#### CREAR UN MUSEO DEL FERROCARRIL EN EL PREDIO DE LA ESTACIÓN FERROVIARIA

Casi todas las poblaciones de la pampa húmeda y el centro del país nacieron a la vera del ferrocarril generando en su historia, su idiosincrasia y sus tradiciones, cuestiones muy arraigadas a este servicio de transporte. Ya este hecho merece el reconocimiento histórico y el mantenimiento vivo en la memoria del tren y sus cualidades, pero además el continuo achicamiento de las redes ferroviarias argentinas impulsó a muchas ciudades a conformar un Museo resguardando documentos, herramientas, vagones y locomotoras, material fílmico, etc.

En las ciudades turísticas, es una excusa más para que los visitantes inviertan más tiempo en su paseo. En la provincia de Buenos Aires las ciudades de Avellaneda, Navarro, Campana, Sarandí, Chascomús, Haedo, Sierra de la Ventana, Azul, Ringuet (La Plata), Bahía Blanca, Mar del Tuyú,

Ranchos, Mechita (Bragado), Escobar, Tandil, Ayacucho, Pergamino, Chivilcoy, Coronel Pringles, General Las Heras entre otros poseen su museo ferroviario. En el resto del país decenas de ciudades como San Rafael (Mendoza), Cruz del Eje (Córdoba), Comodoro Rivadavia (Chubut), Gualeguaychú (Entre Ríos), Salta, Santa Fé, Tucumán, Villa Mercedes (San Luis), Río Gallegos (Santa Cruz) hacen lo propio. Inclusive existen diversas asociaciones y clubes que agrupan a estos museos y otros organismos y organizaciones sociales vinculadas al resguardo de la cultura ferroviaria. El fenómeno turístico es tal, que en las encuestas puede notarse la importancia de la Estación de Tren junto a las Iglesias y los edificios gubernamentales (Gobernaciones o Municipalidades) entre los atractivos urbanos más visitados.

**REALIZACIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS DEPORTIVOS DE REPERCUCIÓN NACIONAL**  
Realizar eventos turísticos deportivos de trascendencia nacional vinculados al Carnaval. En la actualidad la Municipalidad auspicia o desarrolla Carreras de Trote, Maratones, Ciclismo y alguna ocasión campeonatos de ajedrez. Sin embargo, estas actividades rara vez se reconoce fuera de los límites del distrito y sólo llegan a generar actividades económicas de Miniturismo.

Es necesario establecer actividades que atraigan turistas de ciudades lejanas y para ello además, debe tenerse en cuenta deportes sumamente populares como una Copa de Fútbol Carnavalincoln, con un encuentro Rivadavia – Boca Junior y cuya recaudación vaya a una fundación como Garrahan o Red Solidaria destacando la participación de ese u otro equipo de primer categoría y provocando reconocimiento en todo el país por la acción solidaria, o deportes que por su característica sean atractivos turísticos en sí mismos como un Torneo de Golf con jugadores de jerarquía o un Torneo de Polo con la participación de equipos de primera línea nacional.

#### **CREAR CIRCUITOS AUTOGUIADOS EN LA CIUDAD DE LINCOLN**

Utilizando los circuitos turísticos existentes en la actualidad en la ciudad cabecera, confeccionar circuitos autoguiados con folletería que deben estar a disposición en centros de información y con audios que deben estar On Line para que cualquier visitante pueda acceder de manera fácil. En dicho material debe expresarse de forma sintética pero enriquecedora los datos que hacen a la historia, las tradiciones y las anécdotas de interés.

Circuito Deportivo: Club Rivadavia, Predio El Talero, Club Juventud Unida, Club Jorge Newbery, CAVUL, Cancha Cooperadora Hospital, Club Argentino, Parque General San Martín, Asociación Española, Fundación Rendas de la Vida, Club Atlético El Linqueño, Los Médanos Tenis Club.

Circuito Cultural: Teatro Porta Pía, Conservatorio de Música, MuBAL, Museo Urcola, Ateneo Municipal Urcola, Parador Cultural.

Circuito Natural: Plaza Sarmiento, Plaza Rivadavia, Plaza Félix Crous, Plaza Barrio Obrero, Plaza del Bicentenario, Plaza Ludovico Ferrari, Plaza La Palmera, Parque General San Martín.

Circuito Histórico: Estación de Tren, Escuela N°1 Faustino Sarmiento, Archivo Histórico, Escuela Normal Abraham Lincoln, Edificio EDEN, Ateneo Cultural, Edificio ABSA, Museo Histórico de Lincoln.

Circuito Religioso: Imagen N. S. del Rosario de San Nicolás, Capilla San Cayetano, Ermita Ceferino Namuncurá, Capilla N. S. de Schoenstatt, Capilla San Guillermo, Capilla San José, Capilla Sagrado Corazón de Jesús, Capilla Virgen Niña, Capilla N. S. de Luján, Parroquia Inmaculada Concepción, Via Crucis del Parque General San Martín.

Circuito Arquitectónico: Teatro Porta Pía, Escuela N°1 Faustino Sarmiento, Municipalidad de Lincoln, Escuela Normal Abraham Lincoln, Hogar de Nazareth, Cooperativa de Trabajo La Paz, Banco Nación, Banco Provincia, Asociación Española, Parroquia Inmaculada Concepción.

#### **CREAR PAQUETES TURÍSTICOS DE 3 DÍAS Y DE 1 SEMANA**

Crear paquetes turísticos que abarquen transporte, recreación, actividades y eventos, desarrollando acuerdos con las agencias de turismo de Lincoln y la zona. Estos paquetes armados se ofrecerían en una primera etapa en Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata y en una segunda etapa en otras ciudades de envergadura como Rosario, Córdoba, Mar del Plata, Bahía Blanca y General Pico.

## ESTABLECER UN CÓDIGO DE ORDENAMIENTO URBANO

El Colegio de Arquitectos durante la década de 1990 elaboró un Código de Ordenamiento Urbano, el cual está siendo actualizado y luego de ser aprobado por el gobierno provincial será enviado por el Departamento Ejecutivo al Honorable Concejo Deliberante para su sanción. Este Código permitirá en el futuro avanzar en las mejoras y ampliaciones del ejido urbano de forma planificada.

## ESTABLECER UNA NUEVA PÁGINA WEB MUNICIPAL

La Página Web de un municipio turístico debe destacar entre su información todos los datos necesarios para que un posible turista pueda planificar sus visitas al lugar. En la actualidad, más de la mitad de las personas utiliza Internet, aplicaciones y sitios Web para buscar información sobre lugares turísticos, eventos culturales y deportivos y recursos naturales. Haciendo referencia a la encuesta efectuada en el pasado Carnaval de Lincoln por la Consultora de Dulevich Uzal, entre los 830 turistas consultados, la opción de Internet fue superior a todas las otras opciones de medios de comunicación.

## ALIANZA ESTRATÉGICA CON AEHGP

Sostener una Alianza Estratégica con la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la ciudad de La Plata y su zona respectiva, de la cual forma parte Lincoln, para promocionar nuestros atractivos, obtener recursos publicitarios y continuar con las capacitaciones que se llevan a cabo coordinadamente con la Dirección de Turismo para personal de Hoteles y Restaurantes de Lincoln.

## RED FEDERAL DE TURISMO

Incorporar a Lincoln en la Red Federal de Turismo, la cual promueve el intercambio de experiencias entre los municipios turísticos de Argentina y las condiciones óptimas de competitividad que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector turístico; y por medio de este la mejora de la calidad de vida de los residentes y visitantes de los destinos. Esta red cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo de la Nación y el Consejo Federal de Turismo y entre sus actividades realiza Encuentros Nacionales de Municipios Turísticos.

## PAGINAS WEB DE PROMOCIÓN NACIONAL

Incorporar a Lincoln a Páginas Web de promoción turística de nivel nacional como Argentina Travel [www.argentina.travel](http://www.argentina.travel) o Viajar del Ministerio de Turismo [www.viajar.tur.ar](http://www.viajar.tur.ar)

## CONSEJO PROVINCIAL DE TURISMO

Fortalecer la articulación de actividades con el COPROTUR y fortalecer la presencia de Lincoln en dicho organismo.

El Consejo Provincial de Turismo es una entidad de carácter asesor, consultivo, de concertación y de apoyo a la gestión de la Secretaría de Turismo. Creado por la Ley Provincial de Turismo N°14209, este Consejo se expide sobre temas que le competen y está integrado por representantes ad honorem del sector público y del sector privado, donde el sector público tendrá un representante por cada una de las zonas o regiones turísticas. La norma entiende como zonas, regiones o polos de desarrollo turísticos a aquellas unidades territoriales sobre las que se propone una visión de desarrollo turístico integral, caracterizada por sus recursos naturales y paisajísticos; sus recursos culturales, patrimoniales e históricos; su perfil económico-productivo; el sistema de conectividad existente; sus localidades más significativas y su oferta y demanda turística. A fin de facilitar el desarrollo de productos turísticos, se han creado siete Polos de Desarrollo Turístico (PDT)

El PDT N°7 lo comparten los distritos de Adolfo Alsina, Alberti, Bragado, Bolívar, Carlos Casares, Carlos Tejedor, Chacabuco, Chivilcoy, Daireaux, Florentino Ameghino, Gral. Alvear, Gral. Arenales, Gral. Pinto, Gral. Viamonte, Gral. Villegas, Guaminí, Hipólito Yrigoyen, Junín, Leandro N. Alem, Lincoln, Pehuajó, Pellegrini, Rivadavia, Roque Pérez, Saladillo, Salliqueló, Suipacha,

Tapalqué, Tranque Lauquen, Tres Lomas, 25 de Mayo y 9 de Julio. En la actualidad Lincoln ocupa la vicepresidencia del Polo 7.

### COOPERACIÓN SUR SUR DE MERCOCIUDADES

Lincoln como ciudad integrante de la Red Mercociudades puede acceder al sistema de cooperación mutua entre ciudades denominado Cooperación Sur Sur, obteniendo además del intercambio de experiencias y el hermanamiento con otros distritos; la posibilidad de conseguir financiamiento por parte de Mercociudades para distintos proyectos de desarrollo.

### CICLOTURISMO URBANO

Establecer un programa municipal de Cicloturismo tanto en la ciudad cabecera como en las localidades del distrito, promoviendo la actividad física, la visita a sus atractivos turísticos tanto en las urbes como en las zonas rurales y generando una nueva actividad económica.

### TRADICIONES GAUCHESCAS

Siendo nuestro ámbito una zona rural, lo cual ha generado costumbres y tradiciones ligadas al trabajo y la vida en el campo, y que estas características representan un atractivo cultural para los habitantes de las grandes ciudades, es imprescindible promover las actividades culturales y deportivas que representen las tradiciones gauchescas. En ese sentido el municipio debe alentar y apoyar además de sus actividades afines, las actividades efectuadas por el sector privado como los denominados “Aparte Campero”, “Clínica de Doma de Pollo”, “Festival de Doma Internacional”, “Fiesta Gaucha” (Bermúdez) o “Festival del Contratista y Empleado Rural” (Carlos Salas) por mencionar algunos.

### AGENDA TURÍSTICA AÑO 2019

Establecer antes del final del año 2018, toda la Agenda Turística del Año 2019, teniendo consideración especialmente en las vacaciones de verano, las vacaciones de invierno y los fin de semanas largos para su publicación y promoción con anterioridad.



## **METAS 2019**

### **OBJETIVO A**

#### **TRANSFORMAR LA ASOCIACIÓN CIVIL DEL CARNAVAL EN UNA FUNDACIÓN**

Hoy existe una Asociación Civil que a través de subsidios estatales organiza junto al municipio el Carnaval. Proceder al igual que otros Carnavales importantes del mundo, donde existe una Fundación encargada de coordinar junto las áreas estatales los diferentes eventos y actividades carnestolendas. Una Fundación permitiría entre otros beneficios recaudar recursos económicos para la fiesta, vender productos y percibir donaciones de empresas y personas. Además una Fundación no está a merced de la voluntad de sus socios, sino que responde a los designios de su dueño fundador (en este caso el Estado), por lo cual garantiza la continuidad del Carnaval y sus características principales como es la gratuidad del mismo.

#### **CONFECIONAR UNA REVISTA ANUAL SOBRE EL CARNAVAL**

Es importante que cada edición del Carnaval pueda ser presentada por una revista que contemple las categorías y sus propuestas, los espectáculos musicales, los atractivos turísticos de la región, las comodidades y servicios que ofrecen los residentes, reseñas históricas, publicidades y promoción de empresas locales, etc.

#### **ADECUAR LOS PROYECTOS VINCULADOS AL CARNAVAL A LA AGENDA 2030 DE ODS DE LA MUNICIPALIDAD DE LINCOLN**

La Municipalidad de Lincoln adapto los Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsados por las Naciones Unidas en la Agenda par el año 2030, en consecuencia los proyectos vinculados al Carnaval deberán adecuarse a dichos ODS y a las Metas comprometidas por el municipio.

#### **CONVERTIR EL CARNAVAL DE LINCOLN EN EL PRIMER CARNAVAL ACCESIBLE**

Desde la edición 2016, la Municipalidad de Lincoln viene trabajando en la accesibilidad dentro del Carnaval de Lincoln, para ello se ha montado un sector especialmente adaptado frente al escenario principal para permitir a personas con discapacidad motriz y otros tipos de discapacidades gozar de nuestra fiesta máxima. En el mismo sentido se avanzó en menús escritos en Braille para personas ciegas, y en un estacionamiento reservado para personas con discapacidad sobre la calle Moreno. Es necesario profundizar estas medidas para que el ingreso y estancia en nuestro carnaval sea accesible para todas las personas, y gestionar frente a los Estados provincial y nacional para obtener el reconocimiento merecido al respecto.

#### **GENERAR EVENTOS DE RECAUDACIÓN DURANTE EL AÑO**

Establecer eventos culturales o deportivos que puedan llevarse a cabo durante el transcurso del año y que le permita a la Fundación del Carnaval recaudar fondos para solventar gastos en el Carnaval posterior. Estos eventos, recitales, encuentros deportivos deben ser de trascendencia nacional o internacional para, además de obtener recursos económicos, promover el prestigio de la fiesta máxima linqueña.

#### **EXPLOTAR DE FORMA TURÍSTICA LA HISTORIA DEL CARNAVAL**

Toda fiesta con gran trayectoria explota su historia de forma turística, es necesario que Lincoln comience a hacer lo mismo poseyendo un Carnaval de 130 años de antigüedad. Recordar personas célebres y generar espacios donde se puedan visitar obras de artes, muestras históricas y documentaciones, inclusive monumentos en la vía pública y espacios verdes, son cuestiones atractivas para cualquier visitante a la ciudad.

## OBJETIVO B

### GENERAR EN EL PARQUE GENERAL SAN MARTÍN UN COMPLEJO DE ALOJAMIENTO Y EVENTOS

En todas las ciudades turísticas, se utilizan los atractivos naturales para el desarrollo de emprendimientos inmobiliarios que permitan el alojamiento para el turismo. En Lincoln el Parque General San Martín es el principal atractivo natural del distrito, poseyendo una forestación única en la región y escenarios deportivos para innumerables disciplinas entre las que se destacan: atletismo, ciclismo, natación, golf, tenis, carreras de trote, polo, béisbol, patín, etc.; ambas condiciones lo ubican entre los mejores parques municipales de la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, este predio tiene un gran déficit en cuanto a los servicios: baños, cabañas, iluminación, espacios recreativos, todos precarios y escasos inclusive para la población estable del distrito de Lincoln. Para ello, se necesita invertir en un complejo de alojamiento con cabañas o departamentos de calidad, que incluya además un salón de eventos (algo que en la ciudad no existe hasta la actualidad) que pueda ser utilizado por el Estado y por el sector privado para congresos, seminarios y encuentros de relevancia.

### ESTABLECER UNA ALIANZA ESTRATÉGICA REGIONAL JUNTO A MUNICIPIOS COMO VIAMONTE, JUNÍN, ARENALES Y NUEVE DE JULIO PARA DESARROLLO TURÍSTICO Y PRODUCTIVO EN CONJUNTO

En la zona existen otros municipios con similares características agroindustriales, naturales y culturales. Idénticas conformaciones históricas, tradiciones parecidas, fenómenos culturales relacionados, atractivos naturales vinculados a humedales y lagunas, producciones agrícola-ganaderas, industrias lácteas de primera calidad. Es posible la concreción de una alianza estratégica al estilo de otras comarcas existentes en la Argentina con el fin de aumentar la producción, mejorar la infraestructura, promover el turismo y eficientizar los recursos de las comunas participantes.

### CREAR MUSEOS DE HISTORIA EN TODAS LAS LOCALIDADES DEL DISTRITO

Es fundamental para preservar la historia, las tradiciones y las costumbres de los pueblos poseer un sitio donde resguardar sus escritos, sus muebles y cosas, sus obras de arte, sus pertenencias más queridas. Para ello es necesario promover la creación de museos en todas las localidades y fortalecer los que ya existen: Arenaza, El Triunfo y Martínez de Hoz. Asimismo, es posible utilizar los predios ferroviarios y en algunos casos la Estación del Ferrocarril que en sí misma es un emblema icónico de las localidades. En Roberts, existe el proyecto de crear un Museo Rancho, el cual también reflejaría cuestiones inherentes a la historia y la cultura de nuestra región.

### CREAR UN MUSEO FORTÍN EN MARTÍNEZ DE HOZ Y EN EL TRIUNFO

Una de las características históricas de nuestra región es que sus poblaciones surgieron durante el siglo XIX en la frontera entre la población originaria y los inmigrantes que venían de Europa y Asia. Esa frontera, donde a veces convivían en armonía los “indios”, los “gringos” y los “gauchos”, muchas veces se transformaba en zona de batalla. Para avanzar en la colonización de la región, y luego proseguir hacia la Patagonia, los Estados Nacional y Provincial establecieron una política de frontera protegida por Fuertes y Fortines. Incluso algunas localidades nacieron al establecerse dichos sitios fortificados como Junín (establecido como Fuerte Federación). En nuestro distrito varios fueron los fortines estatales existentes por aquella época: Fuerte El Triunfo, Fortín Chiquiló, Fortín Vigilancia, Fortín Conesa, Fortín Rivadavia, Fortín La Guardia, Fortín Coronel Timote (actual Carlos Tejedor), Fortín Ancaló (actual General Pinto), Posta Militar Arín, Posta Militar, Posta Militar 11 de Septiembre, Posta Militar Godoy, y además existieron fortificaciones privadas en estancias.

## REUBICACIÓN DE LA TERMINAL DE BUSES

Una obra de infraestructura muy importante que requiere la ciudad de Lincoln, destacada por el Colegio de Arquitectos y por la Mesa de Desarrollo Local es quitar la Terminal de Buses del centro del ejido urbano linqueño y reubicarla en la periferia de la ciudad. La Municipalidad hoy cuenta con un proyecto para llevar a cabo esta medida en beneficio de la comunidad, de la accesibilidad, del tránsito ciudadano, de la obtención de nuevas líneas de buses y principalmente del ordenamiento y la planificación urbana.

## CREAR CIRCUITOS TURÍSTICOS EN LAS LOCALIDADES DEL DISTRITO

De igual manera que en 2016 se crearon distintos circuitos turísticos en la ciudad de Lincoln, generar circuitos turísticos en las localidades del distrito reconociendo sus atractivos. E algunos casos se pueden realizar circuitos unificando localidades por cuestiones geográficas como los binomios: Carlos Salas y Las Toscas, Martínez de Hoz y El Triunfo o Pasteur y Roberts.

## ESTABLECER UNA APLICACIÓN MÓVIL DE LINCOLN

Hoy gran parte de las actividades que realizan están marcadas por las nuevas tecnologías. Las vacaciones o viajes turísticos no escapan a ello. Muchas familias se informan, investigan lugares, proyectan paseos, reservan alojamiento, analizan excursiones y sitios de comidas, solicitan servicios a través de Internet. Sabiendo esto, muchos gobiernos están invirtiendo en este sentido. Existen aplicaciones a las cuales se puede acceder desde una computadora, una tableta o un teléfono móvil y allí el turista (e incluso el residente) puede obtener datos sobre hoteles, cabañas, camping y otros alojamientos, restaurantes, pizzerías, bares, rotiserías, cafés o casas de té entre otros comercios que ofrecen comida, excursiones, actividades deportivas, sitios de diversión infantil, museos, teatros, cines, centros comerciales, galerías y tiendas, oficinas gubernamentales y servicios vinculados al turismo, mapas de la región y planos de las localidades, guías interactivas, informes del clima y todo dato de interés para que una persona se sienta cómoda y encuentre fácil y rápido lo que desea.

## GENERAR CAPACITACIONES SOBRE HOSPITALIDAD Y SOBRE OFICIOS VINCULADOS AL TURISMO

A través del área de Educación de la Municipalidad y el PeCAT, generar capacitaciones abiertas al público sobre hospitalidad hacia los turistas y al mismo tiempo cursos de oficios vinculados al desarrollo turístico de Lincoln.

Asimismo, se pueden formar Promotores de Turismo dentro del personal municipal, los cuales capacitaran permanentemente a comerciantes, prestadores de servicios, y vecinos en general con las pautas básicas de buenos modales y samaritanismo por parte de los residentes hacia los turistas.

## EXPLOTAR DE FORMA TURÍSTICA LA HISTORIA DE LINCOLN

Toda ciudad o región con gran trayectoria explota su historia de forma turística, es necesario que Lincoln comience a hacer lo mismo poseyendo una antigüedad superior a los 150 años. Recordar personas célebres y generar espacios donde se puedan visitar obras de artes, muestras históricas y documentaciones, inclusive monumentos en la vía pública y espacios verdes, son cuestiones atractivas para cualquier visitante a la ciudad. En la actualidad no existen referencias a los principales líderes locales de antaño como pueden ser Liborio Tiseyra, Arturo Massey, Manuel Gallardo, Ludovico Ferrari, Pastor Montarcé o Julio García Tuñón, tampoco aquellos que se destacaron a mediados del siglo XX como Carlos Ipharraguerre, Ernesto González, Héctor Lannes, Juan Carlos Maffía, Fayis Sago, Marcelo Arabolaza o Enrique Menarvino. Hoy no se aprovecha a personalidades de la cultura y la ciencia como Arturo Jauretche, Fermín Ramos, Eduardo Audisio, Rubén Miravalle. No se explota la historia de fortines y frontera del siglo XIX, ni el desarrollo del ferrocarril, ni el crisol de razas entre aborígenes, europeos y su progenie mezclada: los gauchos. No se distingue su creación única en la provincia hermanándonos con Abraham Lincoln ni su loteo

singular como reconocimiento a los héroes de la guerra del Paraguay. No se aprovechan sus yacimientos arqueológicos.

#### EXPLOTAR DE FORMA TURÍSTICA LA TRAYECTORIA DE ABRAHAM LINCOLN

En los últimos años la Municipalidad de Lincoln ha entablado un vínculo con la Embajada de los Estados Unidos en Argentina, promoviendo la revalorización del nombre Abraham Lincoln de nuestro distrito. En ese sentido se realiza anualmente un homenaje a dicho prócer mundial que representa los valores de la libertad, la democracia y la unión de su pueblo, se ha establecido dentro del Palacio Municipal un “American Center” con material dedicado a Lincoln y a la cultura estadounidense.

Pensando en la posibilidad de atraer turistas de dicha nación, es importante generar un espacio dedicado a la trayectoria de Abraham Lincoln en el Museo Histórico de Lincoln, construir un nuevo monumento a su persona en el Patio Cívico y de los Derechos Humanos de la Municipalidad y en el mediano plazo construir un Museo Abraham Lincoln en nuestra ciudad cabecera.

#### EXPLOTAR LA ACTIVIDAD DE CETRERÍA

Lincoln es el primer municipio del país en elaborar normativa y planificación sobre esta actividad milenaria que representa un gran atractivo turístico. Es necesario profundizar la normativa vigente, trabajando coordinadamente con el H. Concejo Deliberante para sancionar una Ordenanza de regulación de la actividad.

Además, es importante para el distrito que se promueva encuentros de cetrería y se establezca un predio para desarrollar esta actividad con todas las garantías de seguridad y cuidado con el medio ambiente.

#### SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

Iniciar un programa municipal que de forma progresiva y continua se establezca la señalización adecuada de los atractivos turísticos a lo largo y a lo ancho del distrito, como asimismo la señalética que organice la transitabilidad en los centros urbanos y caminos rurales.

#### VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS LOCALES

Teniendo como finalidad la visualización de los productos locales tanto para los turistas como para los residentes y como medida para impulsar la economía de nuestras industrias y nuestros productores, generar espacios donde se comercialicen dichos productos.

Estos espacios pueden ser desde ferias y festivales municipales, comercios privados, y particularmente, se debería acompañar desde el Estado a la Cooperativa de Trabajo La Paz (única cadena de supermercados de capitales linqueños) que posee la logística e infraestructura necesaria para dicha tarea.

## **METAS 2020**

### OBJETIVO A

#### **COMENZAR LA ADECUACIÓN DE LA AVENIDA MASSEY COMO CORSODROMO CALLEJERO**

Llevar a cabo una adecuación de la Avenida Massey para mejorar la accesibilidad y la seguridad de las personas, previendo que dicha arteria urbana se transforma en un corsódromo durante la ejecución del Carnaval.

#### **PROGRAMA ARTE Y TURISMO**

Este programa fue presentado por el Plan Estratégico Productivo de la Mesa de Desarrollo Local. Hay que profundizar el Carnaval intentando aumentar el grado de componente local de los productos ofrecidos, como forma de cristalizar la excelente producción artística de Lincoln; e incrementar la proporción de no residentes entre los espectadores. Aprovechar el mismo como vidriera de la producción local. Desde la Agencia se debería incentivar al Municipio en la creación de un Consejo Consultivo en los que se encuentren involucrados y sean partícipes representantes de cada expresión artística del carnaval, aún cuando ahora no estén participando de manera directa en el carnaval, como carroceros, atracciones mecánicas, comparsas.

#### **AMPLIACIÓN DEL MUBAL PARA LAS DISTINTAS ARTES**

En sintonía con el Plan Estratégico Productivo de la Mesa de Desarrollo Local, generar un ámbito cultural para el desarrollo de las distintas artes en el Museo de Bellas Artes luego de que la Terminal de Buses haya sido trasladada a otro lugar.

### OBJETIVO B

#### **PROMOVER LA CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE TURISMO**

Es importante que el sector privado pueda unificar intereses y fortalecer sus negocios con respecto al turismo, especialmente teniendo en cuenta que el turismo en la actualidad es una de las principales herramientas para generar riquezas en una sociedad y la principal herramienta para generar empleos genuinos.

Por lo tanto es necesario desde el Estado promover la creación de una Asociación o Cámara del Turismo de Lincoln, donde puedan confluir empresas de servicios, industrias, hoteles, restaurantes, comercios, transportistas, profesionales y demás personas que persigan un fin de lucro a partir de la explotación turística.

#### **CREAR UN MUSEO O PARQUE PALEONTOLÓGICO O DE MEGA FAUNA**

Crear un Parque o Museo en la ciudad cabecera referente a la Mega Fauna existente otrora en el plioceno y pleistoceno en nuestra región, verdaderos mamíferos gigantes como el Megaterio o Megatherium, un perezoso terrestre de enorme tamaño que pesaba alrededor de tres toneladas. El Smilodon o Tigre Diente de Sable, un felino carnívoro y carroñero de un tamaño de hasta 2,5 metros y caninos superiores de más de 25 centímetros de longitud. El Gliptodonte similar a un armadillo gigante, estos animales herbívoros podían medir hasta tres metros de largo. La Macrauchenia con un tamaño de 3 metros de largo, era parecido a un camello moderno grande, de patas robustas y pies con tres dedos, como los rinocerontes. Otras características, era que tenía sus fosas nasales, ubicadas en la parte superior de la cabeza, más exactamente entre sus ojos lo cual ha hecho pensar a científicos que esa característica revela la presencia de una trompa pequeña. La Macrauchenia fue descubierta en Argentina por Charles Darwin y fue nombrada y descrita por Richard Owen, dos de los científicos más importantes de la era victoriana. El Toxodon similar al

hipopótamo, de cuerpo macizo y de forma de barril con patas cortas y tres dedos, eran herbívoros. Otros mamíferos gigantes encontrados en otras regiones de la Argentina pueden haber circulado ocasionalmente por esta zona como el *Stegomastodon platensis* (una especie de elefante rioplatense) y el *Hippidion* (un antecesor del caballo moderno) con similares características a una cebra y que fuera descubierto por Charles Darwin en nuestro país.

#### PROGRAMA DE LOCALIDADES RURALES TURÍSTICAS

Este programa fue presentado por el Plan Estratégico Productivo de la Mesa de Desarrollo Local. El turismo rural viene demostrando una acelerada dinámica, impulsado por los nuevos hábitos de los turistas, por el uso creciente de las nuevas tecnologías, por la segmentación de los mercados y por la necesidad de abordarlo desde nuevos planteamientos de sostenibilidad. Cada una de las localidades del Partido tiene recursos turísticos que, en el marco de un proyecto global, puede revitalizarse y generar una importante creación de puestos de trabajo de calidad en las mismas.

#### CENTRO URBANO COMERCIAL

La magnitud del ejido de la ciudad de Lincoln, la cantidad de visitantes y residentes que transitan por las principales calles comerciales de Lincoln, requiere elaborar un proyecto de adaptación de la zona céntrica comercial en una zona urbanamente preparada para el comercio, los paseos, la gastronomía y el arte callejero.

La adaptación debe contemplar la nivelación de veredas, las esquinas adaptadas para la accesibilidad de personas con discapacidad y la conversión de ciertas calles en semipeatonales como Urquiza, Güemes, Rawson, Avellaneda, Alvear, Manuel A. García y Sarmiento.

#### ECOPARQUE

La creación de uno a más ecoparques en el distrito de Lincoln posibilitará la protección de la flora y fauna de nuestra región garantizando su sostenibilidad, el trabajo pedagógico con las nuevas generaciones sobre el valor del cuidado de la naturaleza y la generación de atractivos turísticos para los visitantes foráneos, siempre que se respete las normativas vigentes y la salud de los seres vivos de dichos lugares.

#### PROGRAMA DE EXENCIONES IMPOSITIVAS AL SECTOR TURÍSTICO

Siguiendo con el establecimiento de políticas públicas destinadas a la promoción de la industria turística en el distrito de Lincoln, se debe analizar la creación de un programa de exenciones impositivas por parte del Estado municipal hacia hoteles, restaurantes y empresas que brinden servicios turísticos con el fin de fomentar el nivel de inversión en dicha actividad. Este programa debe ser progresivo, sin afectar el erario público para que pueda sostenerse en el tiempo generando un círculo virtuoso de inversión en el sector privado.

## **POSIBLES METAS 2021 – 2025**

### **OBJETIVO A**

#### **ALIANZA REGIONAL PRODUCTIVA Y TURÍSTICA RUTA NACIONAL 188 O COMARCA REGIONAL PRODUCTIVA Y TURÍSTICA**

Este proyecto unifica dos proyectos de desarrollo regional: uno elaborado por la Mesa de Desarrollo Local del Plan Estratégico Productivo de Lincoln y otro por el Departamento Ejecutivo de la Municipalidad de Lincoln. En el primer caso es una alianza de Lincoln con Junín, Pinto, Ameghino y Leandro N. Alem usando como lineamiento el corredor bioceánico de la Ruta Nacional 188 por nuestra posición estratégica entre Buenos Aires y Chile, y en el segundo caso la alianza sería de Lincoln con Arenales, Junín, Viamonte y Nueve de Julio usando como lineamientos las Rutas Provinciales 50 y 65 y aprovechando nuestras similitudes históricas, culturales y geográficas. En ambos casos, Lincoln sería el epicentro de la alianza y en ambos casos el objetivo primordial es generar desarrollo económico y social de forma sostenible para nuestro distrito y los distritos aledaños.

### **OBJETIVO B**

#### **GENERAR CONECTIVIDAD EN TODAS LAS LOCALIDADES DEL DISTRITO**

Este programa fue presentado por el Plan Estratégico Productivo de la Mesa de Desarrollo Local. Para convertir a Lincoln en un partido moderno e inteligente y motorizar la idea de un nodo regional en el núcleo de la pampa húmeda, es necesario desarrollar un proyecto ambicioso de conectividad que brinde un servicio de internet banda ancha, con más velocidad de subida, descarga, conexión sin límites de transparencia y tráfico sin restricciones. La óptima conectividad abrirá puertas a nuevas relaciones, nuevos mercados y sobre todo aportará a la educación, capacitaciones on-line para las nuevas tecnologías en cualquier sitio del partido sea urbano o rural. Este proyecto ya se viene articulando con las cooperativas de servicios de las localidades.

#### **PROGRAMA DE DIFUSIÓN DE LINCOLN EN OTRAS CIUDADES**

Luego de hacer conocer nuestro Carnaval y atractivos turísticos en las ciudades aledañas que realizan Miniturismo en Lincoln y en Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata buscando turistas que visiten entre 3 días y una semana nuestro distrito, establecer un Programa de Difusión en ciudades importantes que se encuentran entre 300 y 700 kilómetros como Rosario, Santa Fe, Paraná, Mar del Plata, Bahía Blanca, Río Cuarto, Villa María, Santa Rosa entre otras.

#### **TURISMO DE FE**

Además de promover el Circuito Religioso en la ciudad de Lincoln, el Vía Crucis creado en el Parque Municipal General San Martín, la visualización del Marco de Paz en la Plaza Sarmiento y las capillas y ermitas distribuidas en la ciudad cabecera y en las localidades del distrito, es imprescindible adoptar el programa de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina que impulsa el turismo de fe. Este programa plantea: \* Relevar la oferta de atractivos y productos turísticos que se asocian con el Turismo Religioso y manifestaciones de la fe en nuestro país.

\* Recoger las notas identitarias de las regiones de FEHGRA, poniendo de relieve cuestiones de orden histórico, social o cultural que sustentan o fortalecen la capacidad de atracción de los distintos lugares y expresiones vinculadas con la fe.

\* Integrar el relevamiento de atractivos con la identificación y caracterización de la planta de servicios que ofrecen los establecimientos asociados a la Federación.

\* Dar a conocer y promover el abanico de posibilidades de viaje que genera el Turismo de Fe en Argentina, mediante la elaboración de soportes con información de calidad y fuerte contenido visual, que logren una presentación atractiva de los datos, tanto en sus versiones en papel como digital.

El turismo de fe es una de las modalidades que más crece en nuestro país, debido al favoritismo en gran parte de las personas mayores.

#### ESTABLECER UNA MESA DE TURISMO DE LINCOLN

Esta Mesa de Turismo de Lincoln agrupará a los organismos gubernamentales, las asociaciones civiles y empresas y comercios vinculados al turismo, teniendo como objetivo el desarrollo y la promoción de la actividad turística en el distrito, el mejoramiento de los servicios, la preservación de los atractivos naturales, históricos y culturales y el diseño de nuevas políticas públicas al respecto.



## **LEGADO:**

Este Plan Estratégico de Desarrollo Turístico – Productivo en base al Carnaval Artesanal de Lincoln 2018 – 2020, pretende ordenar el desarrollo del Carnaval y la explotación de los recursos turísticos de Lincoln entre el presente año y el año 2020, mientras tanto es necesario promover en conjunto con las instituciones y el sector privado de la sociedad civil linqueña un Plan Estratégico Integral de Desarrollo Turístico Lincoln 2020 – 2030.

La decisión política de poseer por primera vez un Plan Estratégico al respecto ante, la inmediatez de la toma de decisiones con respecto a los próximos eventos culturales y al próximo Carnaval, la ausencia de asociaciones de empresas ligadas al turismo, la ausencia de herramientas institucionales para la participación mixta en el Carnaval, la carencia de recursos económico estatales destinados específicamente al Carnaval, el nulo desarrollo turístico por impulso estatal en 150 años de historia, hizo que el Departamento Ejecutivo asuma elaborar un Plan para el corto plazo, pero entiende que es necesario la generación de nuevos planes en desarrollo continuo y sostenibles en el futuro, comenzando por uno de diez años camino al 2030.

Este Plan deberá respetar:

Participación y control ciudadano en la toma de decisiones y proyectos.

Usufructo de toda la sociedad de los beneficios de la industria turística.

Coordinación y articulación público-privada.

Sostenibilidad política, económica, social, cultural y ambiental.

Flexibilidad para ir adaptándose a los nuevos tiempos.

Aprobación de todos los sectores sociales para garantizar su continuidad.

Alineación con el presente Plan Estratégico de Desarrollo Turístico – Productivo en base al Carnaval Artesanal de Lincoln 2018 – 2020, con el Plan Estratégico de Desarrollo Productivo de Lincoln 2017-2030, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030 de la Municipalidad de Lincoln del Informe de gestión 2016-2017 y con el Código de Ordenamiento Urbano elaborado por el Colegio de Arquitectos y próximo a ser aprobado.





