

**PROBLEMA:**

DESAFÍO 3 - MÁS ARGENTINOS VIAJANDO POR ARGENTINA

Promover el turismo de residentes y no residente, conociendo destinos emergentes y de gran potencial del turismo sustentable, en una actividad creciente a nivel internacional y amplia masificación, con una cuota de mercado alto en destinos consolidados.-

**¿Quién?**

Para que más argentinos se interioricen del turismo religioso en la Patagonia, siendo un atractivo en franco crecimiento y muy atractivo para un segmento que busca en la espiritualidad y la fe una motivación imperiosa de buscar un lugar donde cumplir sus necesidades interiores o espirituales, dejando de lado lo idílico o lo lujoso. Aquí el segmento es tan variado como diverso, desde grandes grupos de feligreses, pasando por la familia al simple peregrino o simple turista que gusta de turismo secular. Las edades cada vez se diversifican más al concurrir menores al adulto mayor en torno a misma manifestación cultural.-

**¿Qué?**

Para eso proponemos la Ruta del Lirio de la Patagonia, un circuito cultural, social y turístico que va desde Viedma y sus comarcas (Río Negro y Buenos Aires) a Junín de los andes (Neuquén), uniendo al Atlántico con el Pacifico, en lo que es la Ruta de los Santos (Junín de los Andes a Temuco, Chile). Recorriendo cada paraje o pueblos por dónde pasó, vivió, creció, se educó y donde descansa Ceferino Namuncurá actualmente.-

Esto resulta sumamente atractivo e innovador ya que la misma OMT y La Pastoral de Turismo Religioso apuestan y promueven el Turismo Religioso, como herramienta de la sustentabilidad, por promover el desarrollo local y territorial de los pueblos por la cual pasa el circuito, además de consolidar el entendimiento y la paz de las regiones y países vecinos, incentivando el comercio, servicios y mejorando las infraestructuras y adecuándolas a las necesidades emergentes de la actividad.-

**¿Cómo?**

Algunos procesos que proponemos serían

- Fortalecimiento comercial de la zona

- Aportes a la sustentabilidad de los destinos emergentes como Chimpay

- Aumento de la visibilidad pública para todos los actores involucrados en el desarrollo.

- Posicionamiento como destino de Turismo Religioso, apertura a nuevas oportunidades de desarrollo.

Las campañas de difusión y posicionamiento permitirán no sólo visibilizar la Ruta del Lirio sino potenciar a prestadores, comercios, economías regionales, en el mapa turístico de la República Argentina.

Beneficios a la gestión gubernamental a través de resultados medibles.

Beneficios al comercio local con gran proyección que sería muy difícil de lograr por otras vías o en forma particular.

El grado de avance, está en la etapa de idea ya que aquí hace falta el compromiso y aceptación de todos los actores públicos, privados, académicos y principalmente de las comunidades como actores principales, para luego lanzar el Pre-proyecto y proyecto final.-

**¿Cuánto?**

Al tratarse de una idea de proyección nacional e internacional, habría que hablar de presupuestos que Economía y Hacienda designen acorde a los Planes Nacional y Provinciales de Presupuestos para el rubro de turismo, como parámetros sería bueno tener en cuenta al Plan de Ordenamiento Territorial Nacional y de las Provincias involucradas, para garantizar el marco base de la actividad.-

Los ingresos serán las remuneraciones, honorarios, premios, comisiones y/o precios de ventas que cada trabajador o autónomo perciba por su prestación de servicio o producto en el cargo que ocupe dentro de la matriz turística ya sea pública, privada, académica o independiente.

Link del video:

https://youtu.be/Qepup4pRaWQ