



# ARGENTINA

**PFETS** PLAN FEDERAL  
ESTRATEGICO  
DE TURISMO  
SUSTENTABLE  
Actualización  
2011

# Turismo 2020



ACTUALIZACION 2012 - 2020

# Turismo 2020



# PLAN FEDERAL ESTRATEGICO DE TURISMO SUSTENTABLE

ACTUALIZACION 2012 - 2020

# Turismo 2020

**Cristina Fernández de Kirchner**  
Presidenta de la Nación

---

## Diseño y diagramación:

Diego Colubri - DG  
María Marta Blanco - DG

SIN / ideas gráficas  
[www.sinideasgraficas.com.ar](http://www.sinideasgraficas.com.ar)

## Corrección:

Sheila Coto

## Fotografía:

Ministerio de Turismo de la Nación



**AUTORIDADES DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACION**

**Carlos Enrique Meyer**  
Ministro de Turismo

**Daniel Pablo Aguilera**  
Secretario de Turismo

**Valeria Pellizza**  
Subsecretaria de Desarrollo Turístico

**Patricia Vismara**  
Subsecretaria de Promoción Turística Nacional

**Adrián Contreras**  
Coordinador del Consejo Federal de Turismo

**Eduardo Müller**  
Coordinador General de la Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales

**Gonzalo Casanova Ferro**  
Director Nacional de Gestión de la Calidad Turística

**Victorio Manuel Gallo**  
Director General de Administración

**Maya González Bender**  
Directora de Relaciones Internacionales e Institucionales

**Carlos Martínez**  
Director de Prestaciones Turísticas

**AUTORIDADES DEL CONSEJO FEDERAL DE TURISMO**

**Bernardo Racedo Aragón**  
Presidente

**Luis Böhm**  
Vicepresidente I

**Ignacio Crotto**  
Vicepresidente II

**Gustavo Santos**  
Secretario General

**Adrián Stur**  
Secretario de Relaciones Institucionales

**Alexis Simunovic**  
Secretario Técnico

**Álvaro del Pino**  
Secretario de Prensa

**Carlos Gutiérrez**  
Secretario de Actas

**AUTORIDADES DE LA ADMINISTRACION DE PARQUES NACIONALES**

**Patricia Gandini**  
Presidenta

**Jorge Bernard**  
Vicepresidente

**Raúl Chiesa**  
Vocal

**Liliana Scioli**  
Vocal

**María Cristina Armatta**  
Vocal

**AUTORIDADES DEL INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA**

**Carlos Enrique Meyer**  
Presidente

**Leonardo Boto**  
Secretario Ejecutivo

**Roberto Palais**  
Director de Promoción

**Viviana Graiño**  
Directora Administrativa

**Vocales:**

Por el Ministerio de Turismo:  
**Alicia García Tuñón**  
**Daniel Aguilera**  
**Patricia Vismara**  
**Valeria Pellizza**

Por la Cámara Argentina de Turismo:  
**Oscar Ghezzi**  
**Elena Boente**  
**Fernando Gorbarán**

Por el CFT:  
Región Norte: **Jorge Noceti**  
Región Córdoba: **Gustavo Santos**  
Región Patagonia: **Omar Contreras**

**AUTORIDADES DE LA CAMARA ARGENTINA DE TURISMO**

**Oscar Ghezzi**  
Presidente

**Ricardo Roza**  
Vicepresidente I

**Federico E. Lanati**  
Vicepresidente II

**Fernando Gorbarán**  
Secretario

**Juan Pablo Lafosse**  
Prosecretario

**Fabrizio Di Giambattista**  
Tesorero

**Diego González Bonorino**  
Protesorero



DIRECCION Y PRODUCCION GENERAL

Ministerio de Turismo de la Nación
Germán Bakker UCPFETS

COORDINACION TECNICA Y METODOLOGICA

Ministerio de Turismo de la Nación
Diego Braun UCPFETS

COORDINACION DE CONTENIDOS

Altamira, Mariano APN
Camba, Cecilia UCPFETS
Cassino, Pablo CCFT
Córdoba, Mario UEPI
Fragoso, Mabel DNGCT
Gallardo, Claudio SSST
García Allievi, Ana DRRII
García Tuñón, Alicia SSPTN
Lonac, Alicia SSST
Martín, Guillermo APN
Resnik, Pamela INPROTUR
Rey, Griselda DPT
Roca, Alejandro UEPI
Suárez, Oscar SSPTN
Varela, Brenda STN

EQUIPO TECNICO

Ministerio de Turismo (MINTUR):

Integrantes:
Abuin, Leonor SSPTN
Agustini, Soraya UEPI

Aparicio, Magdalena DNGCT
Ayala, Ángela DNGCT
Belgrano, Stella SSST
Berthelot, Marcela SSST
Blasi, Elena SSST
Bruchanski, Marcelo SSST
Cafaro, Susana DRRII
Capece, Gustavo SSST
Chab, Gloria SSST
Corral, Alejandra SSST
Cutufia, Adriana SSST
Di Pasquo, María de los Ángeles CCFT
Dri, Luisina CCFT
Esquivel, Silvina SSST
Estévez, Ana SSST
Fazzolari, Nicolás SSST
Goulu, Natalia SSPTN
Guallart, Valeria SSST
Lamónico, Manuela SSST
Lauro, Agustina SSST
León, Alejandra SSST
López, Clelia DNGCT
Maiuolo, Maricarmen DPT
Maldonado, Ricardo DNGCT
Morales, Cristina SSST
Nessi, Felisa SSST
Oliva, Miguel SSST
Oliver, Rodrigo SSST
Prieto, Lorena SSST
Ricciardi, Daniela SSST
Roberti, Natalia SSST
Roldán, Nélica DPT
Rolón, Cecilia SSST
Sánchez Granel, Álvaro UEPI
Torrejón, Antonio 100 Años
Torres, Lara CCFT

Colaboradores:
Angelozzi, Marcela DRRII
Auton, Nadia DNGCT

Bustos, Oscar DNGCT
Cardozo Traillou, Sofía SSST
Cavallin, Agostina Ivana UEPI
Conca Lapasset, Diego SSST
Crego, Isabel SSST
Dangelo Martínez, Federico DNGCT
Duarte Llamas, Bárbara DRRII
Elía, Marina DNGCT
Espina, Carlos DNGCT
Estévez, Silvina DNGCT
Fernández Balboa, Carlos SSST
Ferrari, Cecilia DPT
Florindo, Pamela DNGCT
Guaita, María Inés DNGCT
Ibarzábal, Pía Prensa
Kusich, Daniela STN
Llambrich, Verónica DNGCT
Lucchini, Eduardo UTE
Míguez, Marina DNGCT
Monopoli, María Luz UEPI
Peyret, Mercedes SSST
Razquin, Eugenia SSST
Sabbatella, Héctor UEPI
Santomero, Jonatan SSPTN
Wyss, Federico SSST
Zúñiga, Gastón SSPTN

Administración de Parques Nacionales (APN):

Integrantes:
Gassibe, Virginia
Manzur, Claudia
Melhem, Silvina

Colaboradores:
Bikauskas, Juan Sergio
Calvi, Mariano
Carpinetto, Matías

Caselli, Romina
Domber, Sergio
Magariños, Analía
Malmierca, Laura
Rodríguez Groves, Valeria
Rodríguez Viudez, Esteban
Rosso, Pablo
Sucunza, Néstor

Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR):

Colaboradores:
Díaz Vega, Agustín
Schiavi, Alejandro

Cámara Argentina de Turismo (CAT):

Sánchez Magnoni, Marta CAT
Finocchietti, Enrique CAT
Fernández Capiet, Gustavo FEHGRA
Zavaleta, Mario FEHGRA
Busquets, Jordi FEHGRA
Villardón, Marta AHRCC
Siufi, César FEDECATUR
Schiaretti, Alicia AOCA
Weil, Pablo AOCA
Vélez, Alberto CADEA
Cavallaro, Mariano CADEA
Gómez, Cristina CADEA
Franzi, Carlos CADEA
Secchiaro, Alejandro CTSCB
Pleger, Gustavo CTPC
González, Sergio AHT

REFERENCIAS:

- STN: Secretaría de Turismo
SSST: Subsecretaría de Desarrollo Turístico
SSPTN: Subsecretaría de Promoción Turística Nacional
DNGCT: Dirección Nacional de Gestión de la Calidad Turística
DRRII: Dirección de Relaciones Internacionales e Institucionales
DPT: Dirección de Prestaciones Turísticas
CCFT: Coordinación del Consejo Federal de Turismo
UEPI: Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales
UCPFETS: Unidad de Coordinación del PFETS
UTE: Unidad Turística de Embalse

REFERENCIAS de la CAT:

- FEHGRA: Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina
AHRCC: Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés
FEDECATUR: Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina
AOCA: Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos
CADEA: Cámara Argentina de Empresas Arrendadoras de Automotores
CTSCB: Cámara de Turismo de San Carlos de Bariloche y Zona Andina
CTPC: Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba
AHT: Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina



## MIEMBROS DE LA RED DE ARTICULACION DEL PFETS

La Red de Articulación Federal está constituida por técnicos de los organismos de turismo provinciales reunidos en ámbito regional, que han intervenido en diferentes instancias del proceso de actualización del PFETS.

### REGION NORTE

#### Miembros:

Ponce, Lucía **Catamarca**  
 Capilla, Cristina **Catamarca**  
 Martearena, Juan José **Jujuy**  
 Cerone, Angelina **Jujuy**  
 Van Balen Blanken, Sofía **Jujuy**  
 Duhart, Jorgelina **Jujuy**  
 Jovanovics, Sofía **Salta**  
 Zambón, Luciana **Salta**  
 Gauna, Leandro **Santiago Del Estero**  
 Sanguedolce, Alicia **Santiago Del Estero**  
 Hoyos, Graciela **Santiago Del Estero**  
 Valdez, Marcos **Tucumán**  
 Von Büren, Lucía **Tucumán**

#### Colaboradores:

Issa, Soledad **Salta**  
 Salim, Gabriela **Tucumán**

### REGION LITORAL

#### Miembros:

Alegre, Mercedes **Corrientes**  
 Mettifogo, Viviana **Corrientes**  
 Piloni, Sebastián **Entre Rios**  
 Cardozo, Natalia **Entre Rios**  
 Báez, Rodrigo **Entre Rios**  
 Taron, Lelis **Misiones**  
 Rodríguez de López, María Ema **Misiones**  
 Calderón, Norma **Misiones**  
 Costamagna, Luis Francisco **Santa Fe**  
 Anconetani, Antonio **Santa Fe**  
 Cuayatti, Graciela **Santa Fe**  
 Arias, Sabrina **Formosa**  
 Ortiz, Luis **Formosa**  
 Dicembrino, Mora **Chaco**

#### Colaboradores:

Bezoz, Roberto **Corrientes**  
 Mosna, Mirian **Corrientes**  
 Maíz, Laura **Chaco**  
 Ubeda, Oscar **Chaco**  
 Rodríguez, Maximiliano **Chaco**  
 Farina, Javier **Chaco**

### REGION BUENOS AIRES

#### Miembros:

Russo, Nicolás **Provincia de Buenos Aires**  
 Cimolai, Eduardo **Provincia de Buenos Aires**  
 Muscarello, Marcelo **Provincia de Buenos Aires**  
 Gontín, Alicia **Provincia de Buenos Aires**  
 Zampelunghé, Daiana **Provincia de Buenos Aires**  
 Villota, Catalina **Provincia de Buenos Aires**  
 Aquín, Ana María **Ciudad de Buenos Aires**  
 Chan, Nélida **Ciudad de Buenos Aires**  
 Barbieri, Raúl **Ciudad de Buenos Aires**  
 Esper, Federico **Ciudad de Buenos Aires**

### REGION CORDOBA

#### Miembros:

Lastra, Alejandro **Córdoba**  
 Paéz Allende, Carlos José **Córdoba**  
 De Figueredo, Gustavo **Córdoba**  
 Bianco, Silvia **Córdoba**

#### Colaboradores:

Malka, Mario **Córdoba**  
 Talía, Nicolás **Córdoba**  
 Repiso, Luciana **Córdoba**  
 García Montaldo, María José **Córdoba**

### REGION CUYO

#### Miembros:

Rosales, María Emilia **La Rioja**  
 Pizarro, María Celia **La Rioja**  
 Sánchez, Raúl **Mendoza**  
 Barroso, Mirta **Mendoza**  
 Herrera, Germán **Mendoza**  
 Aguilera, Facundo **Mendoza**  
 Gontero, Miguel Ángel **San Luis**  
 Hidalgo, Ubaldo **San Juan**  
 Laspiur, Renato **San Juan**  
 Pérez, Julio César Pérez **San Juan**

#### Colaboradores:

Quinteros, María Rosa **La Rioja**  
 Conci, Elina **San Luis**  
 Aversa, Gabriela **San Luis**  
 El Chaer, Samar **San Luis**  
 Zelikson, Andrea **San Luis**

### REGION PATAGONIA

#### Miembros:

Nuñez, Federico **La Pampa**  
 Stefanazzi, Florencia **La Pampa**  
 Gette, Gustavo **Río Negro**  
 Martínez, Susana **Río Negro**  
 Molins, Carolina **Neuquén**  
 Pérez, Alejandra **Neuquén**  
 Failla, Rosalba **Neuquén**  
 Mosti, Patricia **Tierra del Fuego**  
 Martins de Abreu, Elizabeth **Tierra del Fuego**  
 Novelli, Sebastián **Tierra del Fuego**  
 Ariznabarreta, Pablo **Santa Cruz**  
 Lemes, Lorena **Santa Cruz**  
 Losano, Piedad María **Chubut**  
 Ruíz Díaz, Paulino **Chubut**  
 Segatti, Paolo **Chubut**  
 Capasso, Miriam **Ente Patagonia Turística**

#### Colaboradores:

Morales, Sebastián **Santa Cruz**  
 Rossi, Pablo **Santa Cruz**  
 Torres, Rubén **Tierra del Fuego**

## AGRADECIMIENTOS

### Autoridades Provinciales de Turismo:

Amsé, Santiago **La Pampa**  
 Areco, Alberto **Formosa**  
 Avalos, Omar **Catamarca**  
 Blodek, Horacio **Misiones**  
 Contreras, Omar **Río Negro**  
 Elizondo, Dante **San Juan**  
 Emer, José María **San Luis**  
 González, Sebastián **Neuquén**  
 Martínez Pagani, Jorge **Santiago del Estero**  
 Noceti, Jorge **Jujuy**  
 Papaiani, Florencia **Chubut**  
 Pfürr, Pablo **Tierra del Fuego**  
 Posadas, Federico **Salta**  
 Presman, Inés **Corrientes**  
 Reggiani, Gustavo **Santa Fe**  
 Saife, Ignacio **Chaco**

### Consejo Federal de Inversiones (CFI):

Medina, Mónica  
 Velázquez Cao, Marta Cecilia

### Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios (MINPLAN):

Benítez, Liliana  
 Kossoy, Mariana

### Ministerio de Turismo y otras entidades:

Álvarez, Diana  
 Andaló, Pedro  
 Angelomé, Juan Carlos  
 Angelomé, Nicolás  
 Baleani, Leandro  
 Barros, Patricio  
 Barros, Soledad  
 Bayer, Cristina  
 Beldomenico, Juan Pablo  
 Best, Juan Eduardo

Botelo, Sergio  
 Bravo, Silvia  
 Cacciagioni, Guillermo  
 Cáceres, Gustavo  
 Campetelli, Verónica Andrea  
 Carlino, María Adela  
 Caruso, Alicia  
 Chabeldin, Nahir  
 Cervini, Darío  
 Conforti, Paula  
 Danyluk, Basilio  
 Gabioud, Ana  
 Gallo, Cristina  
 García, León  
 Gliubizzi, Ezequiel  
 Godoy, María Cielo  
 Gómez Fuentealba, Lucila  
 Gómez Pinasco, Pilar  
 Gorostarzu, Jorge  
 Jiménez, Andrés  
 Lavalle, Patricia  
 Lago, Fernanda  
 Llanos, María Laura  
 Llorente, Liliana  
 López, Carina  
 López, Mariana  
 Maganini, Mariano  
 Martínez, Sandra  
 Montenegro, Alejandra  
 Montenegro, Ana Julia  
 Montiel, Martín  
 Morales, Cecilia  
 Nieva, Ricardo  
 Novakovich, Casandra  
 Pirovano, Hugo  
 Podestá, Carlos  
 Purciarello, Gladys  
 Rodas, Gabriel  
 Rybko, Alejandro  
 San Martín, Cristina  
 Sartor, Hugo  
 Segura, Randolpho  
 Soruco, Paola  
 Suárez Miskoski, Romina  
 Vizcay, Natalia  
 Zaneck, Gabriel  
 Zanghi, Graciela



ACTA FUNDACIONAL DE COMPROMISO (2005)

En el marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25997 y con la serena convicción de cumplir con la responsabilidad encomendada de construir e implementar una política sectorial que avizora una

**Argentina 2016 equilibrada, integrada y socialmente justa,**


los principales actores institucionales del Turismo nacional presentamos el primer documento concertado del

**Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable**

para nuestro país, asumiendo el compromiso de cumplir las premisas y objetivos aquí acordados.

Buenos Aires, 22 de junio de 2005



  
Arq. Adrián Stur



  
Ing. Juan José Ciáccera



  
Dn. Carlos Enrique Meyer



  
Dn. Marco Aurelio Palacios



  
Ing. Agr. Héctor M. Espina



LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

El turismo como política de estado

- 1.1. La Ley Nacional de Turismo.
1.2. Profundizando la política de Estado: creación del Ministerio de Turismo.
1.3. Fortalecimiento de la Administración de Parques Nacionales.
1.4. Consolidación del Consejo Federal de Turismo.
1.5. La mejora de la conectividad aérea nacional: Aerolíneas Argentinas
1.6. El sector privado como socio estratégico: Cámara Argentina de Turismo y entidades integrantes.
1.7. Gobernanza público-privada para la promoción turística internacional: el Instituto Nacional de Promoción Turística.
1.8. El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: la visión, misión sectorial, objetivo general y específicos.



UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

Justificación y alcances de la actualización

- 28. 2.1. El nuevo paradigma del desarrollo turístico para el actual modelo productivo nacional.
32. 2.2. El Plan Federal hoy: alcances de su actualización.
34. 2.3. La Red de Articulación Federal: consolidación de las regiones para una gestión turística integrada.
38. 2.4. Turismo en el territorio: el nuevo Mapa Federal de Oportunidades.
41.
42. INSERT MOFT
46.
49.



INCLUSION CON EQUIDAD

Los fundamentos

- 54. 3.1. El desarrollo sustentable en contextos complejos. 122.
56. 3.2. Inversión pública como motor de desarrollo e inversión privada como dinámica sectorial. 125.
62. 3.3. Creación de nuevas oportunidades de desarrollo a través del fortalecimiento de los destinos emergentes. 140.
68. 3.4. Innovación en productos turísticos como macroestrategia de diferenciación. 142.
120. 3.5. La Calidad y la mejora continua de los procesos que integran la cadena de valor en turismo. 150.
3.6. Responsabilidad sectorial en el contexto social y cultural. 152.
3.7. Gestión de la información y el conocimiento en Turismo. 158.
3.8. La gestión pública del turismo: desarrollo de estándares de calidad con foco en el usuario, la gestión del personal y los procesos. 162.



UN GRAN PASO ADELANTE

Las experiencias logradas

- 4.1. Logros relevantes de la gestión del Ministerio de Turismo. 168.
4.2. Proyecciones y consideraciones sobre el futuro de la actividad. 180.



LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

Los desafíos del futuro

- 5.1. La implementación de estrategias, programas y proyectos: los encuadres programáticos del Ministerio de Turismo. 186.
5.2. Los retos estratégicos de las Regiones Turísticas. 199.
5.3. La visión del sector empresario. 218.
5.4. Los desafíos del Turismo Argentino para el mediano plazo. 220.



APENDICES Y ANEXOS

- 6.1. El turismo en el ámbito global. El contexto internacional y regional del turismo 228.
6.2. Datos del escenario actual del turismo argentino. 233.
6.3. Anexos. 248.



“...Creo que el turismo está llamado a ser otro de los componentes fundamentales de los ingresos, de la constitución de recursos y de la generación de puestos de trabajo para la República Argentina. Lo creo sinceramente por lo que me toca vivir y ver en el mundo... Vamos a seguir profundizando esta política, que ha permitido duplicar el número de turistas, de ingresos, de inversión y de trabajo...”

“...Yo quiero comprometerme, como Presidenta de todos los argentinos, a seguir con todo el esfuerzo y con todo lo que hemos venido haciendo hasta ahora. Estoy convencida que este es el camino y que hay que seguir en él, corrigiendo lo que está mal, enderezando lo que se desvió o se distorsionó pero, en definitiva, seguir apostando a un sistema de decisiones y a una economía que crece y que nadie va a venir a darnos lo que nosotros no seamos capaces de construir, de producir, de crear o de innovar...”

**Presidenta de la Nación Dra. CRISTINA FERNANDEZ DE KIRCHNER**



**E**s para mí un gran orgullo –y también un indudable compromiso- presentar esta primera Actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Pasaron algunos años desde aquel trabajo participativo y federal que en 2005 permitió elaborar y consensuar el primer plan estratégico de turismo de la historia argentina, hecho por argentinos. Y de la misma manera encaramos a partir de 2010 esta tarea de actualización.

Las cifras e informes incluidos en este documento dan cuenta de los resultados obtenidos desde el inicio del Plan. Esta herramienta cumplió con solvencia y efectividad su objetivo original: constituirse en el proceso orientador y articulador de las actuaciones del sector, permitiendo en forma sinérgica concertar voluntades, optimizar recursos y conducir los esfuerzos de todos en pos de lograr un desarrollo turístico sustentable e inclusivo para nuestro país.

Como en muchas otras actividades, en turismo se requieren muchos años de siembra para visualizar resultados. Pero creemos que hoy el Turismo empieza a mostrarse como una actividad sólida, reconocida socialmente en la economía por el ingreso de divisas y la generación de trabajo. En consonancia con el proyecto nacional, hemos mantenido siempre el foco en participar decididamente de un modelo de desarrollo económico con inclusión social; conservando el patrimonio turístico nacional al mismo tiempo de atender a los principios de sustentabilidad y competitividad que demanda el contexto nacional e internacional actual.

La situación global de los últimos años motiva que la mirada esté puesta cada vez más en Latinoamérica, cuyos países permiten una visitación muy diferente a otras regiones

del mundo. Y para capitalizar esta gran oportunidad es que venimos planificando estratégicamente; actuando con inteligencia en la promoción turística internacional; cimentando la calidad de los servicios y capacitándonos para aprovechar todos los factores competitivos que tiene nuestro país

Argentina se caracteriza por nuestra creatividad, que nos permite concebir y diseñar una oferta turística con originalidad e innovación, respetando la identidad de los destinos turísticos, sus prestadores y las comunidades receptoras. Con esta mirada, la cultura, la gastronomía, la hospitalidad, los paisajes, todos son recursos invaluableles con los cuales articular áreas, destinos, corredores y nuevos circuitos de aprovechamiento turístico. La autenticidad con que se maneja cada región de nuestro país en la prestación de los servicios turísticos, otorga a cada lugar su propio prestigio y diferencial de diversificación.

Con el Consejo Federal de Turismo llevamos adelante una política federal de consenso sobre los temas más relevantes de la gestión turística. La accesibilidad y conectividad lograda –principalmente a partir de la nacionalización de nuestra compañía aérea de bandera-, nos permite que todos los destinos puedan estar convenientemente abastecidos y miren con confianza hacia el futuro.

Junto al sector privado hemos compartido una extensa agenda de trabajo, alcanzando logros de manera consensuada y en un diálogo permanente. Hemos bregado conjuntamente en materia legislativa, abordando temas de larga data que exigieron profunda una discusión en el Congreso: la Ley Nacional de Turismo modernizada, la Ley de Tiempo Compartido, la Ley de Exención de IVA para Congresos y Convenciones, y la Ley de Transformación de Turismo Estudiantil entre otras.

La decisión política de la Sra. Presidenta de otorgar rango ministerial a la cartera de turismo ha fortalecido la institucionalidad del turismo nacional. Asimismo, la voluntad de recuperar los feriados de carnaval, en el marco de una definición más profunda de ampliar el calendario nacional de feriados, ha permitido una planificación inteligente de las pausas laborales, una distribución temporal y territorial de la riqueza mucho más equitativa; la generación de nuevas oportunidades de trabajo y la aparición y apuntalamiento de destinos turísticos emergentes. Esta decisión, junto a una política activa de promoción turística nacional, brinda a todos los argentinos la oportunidad de conocer un país lleno de contrastes.

Son muchas las acciones que hemos gestionado a lo largo de estos años de vigencia del Plan Federal, y esta actualización permitirá visualizar varias de ellas. Al mismo tiempo, el documento ofrece valiosa información estratégica para el sector: una propuesta renovada del mapa de oportunidades nacional como herramienta de actuación en el territorio; una redefinición de las estrategias de trabajo del MINTUR; los retos estratégicos de las regiones turísticas o las principales proyecciones sobre el futuro de la actividad, entre otras.

Turismo es trabajo y fuente de bienestar para la población. Creemos que no es posible pensar en desarrollo turístico sin asociarlo al mejoramiento de la calidad de vida de los argentinos. Con esta actualización del PFETS estamos renovando nuestra visión y compromiso sectorial de construir una Argentina inclusiva, integrada y socialmente justa para todos.

**CARLOS ENRIQUE MEYER**  
Ministro de Turismo



### Construyendo un mejor país.

Desde el año 2003, el Gobierno Nacional ha puesto en marcha en el país una serie de políticas públicas que se conjugan en la idea fuerza de construir un modelo de desarrollo con inclusión social, diversificación productiva e integración regional. A su vez, conceptos significativos para la historia nacional como el de soberanía, equidad distributiva, conciencia nacional y justicia social volvieron a formar parte del discurso y el accionar oficial, recuperando un lugar en el espacio público.

En este marco político conceptual, el Turismo juega un rol protagónico por su capacidad dinamizadora de la economía e integradora de la sociedad. La propia Ley de Turismo sancionada en 2004 reafirma esta idea, cuando en su artículo 1ero declara al Turismo como actividad socioeconómica estratégica y esencial para el desarrollo del país y prioritaria dentro de las políticas de Estado.

A partir de esa clara línea de actuación, el proceso de planificación turística y ejecución de políticas concurrentes desplegado, ha apuntado a identificar e implementar las cuestiones claves que, en materia de inversión pública y privada, jurídico administrativa y de gestión, promovieran la consolidación del modelo de Desarrollo Turístico acordado para nuestro país.

Es así que la tarea emprendida de concertar, diseñar e implementar una política de estado consistente, capaz de encauzar y articular factores dispersos y disociados, para avanzar en el logro de condiciones de calidad y efi-

ciencia superlativas en contextos altamente competitivos, se está llevando a cabo con sustantivo éxito.

Hoy, los diferentes actores del sector se muestran aunados y comprometidos en acometer la visión de *"convertirnos en el país mejor posicionado turísticamente de Sudamérica por la diversidad y calidad de nuestra oferta, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes"* (documento PFETS 2005, Pág. 15).

El desafío actual de entender el Turismo como aportante al desarrollo humano, multiplica e intensifica los retos que suscita su triple base ambiental, cultural y económica. Desde esta línea ideológica que promueve realizar su gestión como una política de estado, se garantiza transitar un camino concertado para que se convierta definitivamente en una eficaz herramienta de transformación social y en un puente seguro al desarrollo sustentable.

### ALGUNOS DATOS.

El turismo es uno de los principales contribuyentes a la economía nacional. Los ingresos producidos en concepto de Turismo receptivo en el año 2010 fueron superiores a los U\$S 4.800 millones, colocando al Turismo como el principal sector de servicios en términos de generación de divisas y ubicándolo en el quinto lugar en relación a los grandes rubros de exportación en términos de generación de ingresos.

En cuanto a la llegada de turistas extranje-

ros, durante el año 2010, arribaron a nuestro país más de 5,3 millones de visitantes, lo que significa un incremento de casi el 24% con respecto al año anterior y un acumulado cercano al 78%, desde el año 2003.

En lo referido al mercado interno, considerado hoy como uno de nuestros mercados prioritarios, observamos un incremento del 7% respecto del 2009, registrando un total de 37,6 millones de turistas y un crecimiento acumulado del 39% desde el año 2003. Esto se debe, entre otros factores, a un contexto económico nacional favorable que permite a muchos más compatriotas poder acceder al turismo.

Respecto a la creación de empleo y reducción de la pobreza, el Turismo está considerado como un sector generador de beneficios sociales y económicos que tiene, a diferencia de otras actividades productivas, una demanda intensiva de mano de obra: durante el período 2003-2010 las ramas características del turismo aumentaron un 19%, generando más de 1 millón de puestos de trabajo, lo que representó el 10% del total de personal ocupado a nivel nacional. Asimismo, las relativamente bajas barreras de entrada, promueven que el Turismo sea una actividad que incentiva la formación de **PyMES**, lo que se traduce en un factor potencial de inclusión a través del empleo.

Gestionado desde una perspectiva responsable, el Turismo cumple además un rol efectivo en la conservación del medio ambiente y en el intercambio intercultural entre países. Particularmente en nuestro país, el Turismo no sólo es una fuente generadora de divisas sino que también cumple un rol redistributivo de la riqueza. Es uno de los pocos sectores que permite la integración al mercado del trabajo de comunidades que residen en las

zonas periféricas o disociadas de los circuitos productivos tradicionales, contribuyendo a atenuar las fuertes asimetrías regionales que son características del modelo concéntrico de desarrollo heredado.

### MEDIDAS SUSTANTIVAS.

La decisión política del Gobierno Nacional de considerar al turismo como política de Estado, desde el comienzo de la gestión del ex Presidente Néstor Kirchner, y sostenida y profundizada por la actual Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, ha permitido llevar adelante decisiones estratégicas para el desarrollo de la actividad. La jerarquización del área con la creación del Ministerio de Turismo es un claro ejemplo.

La recuperación de nuestra aerolínea de bandera es otra de las decisiones estratégicas que ha tenido un alto impacto en la actividad a partir de la puesta en marcha de nuevas rutas y frecuencias. Si le sumamos el mejoramiento de la calidad de los servicios y la renovación de la flota e instalaciones, se obtiene una mayor presencia en los diferentes mercados nacionales e internacionales, imprescindible a la hora de planificar el desarrollo turístico.

Otro aporte significativo al fortalecimiento de la actividad es el ordenamiento de los feriados nacionales, como parte activa de una política de estímulo al consumo interno de servicios y a la generación asociada de trabajo.

La estrategia de distribución criteriosa de los feriados a lo largo del año, busca el logro de varios objetivos: por un lado la previsibilidad, que permite con una antelación de tres años la planificación de las pausas laborales y los desplazamientos. Por otro lado la disminución de los efectos negativos de la estacionalidad, genera una mejor distribución en el tiempo de los flujos de turistas, con una

consecuente reducción del porcentaje de capacidad ociosa instalada en los espacios turísticos, lo que permite la diversificación de la oferta. De este modo, se reduce la presión que ejerce la actividad turística en algunos destinos convencionales, con el consecuente desarrollo de otros emergentes.

En otro plano, Argentina ha asumido una vocación de integración regional sudamericana que fortalece los lazos de unión y cooperación entre los países que la integran, concertando políticas y actuaciones de manera inteligente y proactiva. Las firmes decisiones que tomaron varios estados latinoamericanos en el mismo sentido, con el fin de fortalecer la integración continental y tener voz y voto en el concierto global, promover las relaciones multilaterales y apostar a la consolidación de los mercados regionales, proponen un cambio de estrategia muy contundente en lo que respecta al posicionamiento de la región frente a la actual etapa del desarrollo capitalista mundial. El proceso de consolidación del MERCOSUR y la creación de la UNASUR resultan datos claves en este sentido.

Si hacemos foco en la actividad turística, el volumen de turistas que tiene como origen y destino los países miembros de este bloque económico y social (asociados actuales y en proceso de integrarse), representa aproximadamente la mitad del volumen de turismo en nuestra región. Es por ello que la visión y determinación de continuar estimulando el turismo interior e intra Mercosur, con el objetivo de incrementar aún más el volumen de viajeros dentro de la región y al interior de nuestros países, se revigora y destaca como cuestión prioritaria en una estrategia ciertamente compartida por todos.



DESARROLLO CON INCLUSION.

Nuestro país, con sus políticas públicas, ha re-significado el concepto de gobernabilidad, mostrando que el Estado puede participar activamente, ser eficiente e impulsar un crecimiento económico en un marco de sustentabilidad, paz e inclusión social.

En este sentido, el modelo de desarrollo turístico que encarna el PFETS, implica entender que lo humano, ambiental, económico, social e institucional son variables relevantes que contribuyen a la mejora continua de la competitividad del sector. Como producto del trabajo realizado estos años, el turismo es concebido por la sociedad en su conjunto como una actividad económica privilegiada por el impulso que da a la economía y por la distribución temporal y territorial de sus beneficios.

Este trabajo, centrado en la equidad, se caracteriza por mantener un enfoque que incluye el respeto por la identidad y la participación de las comunidades, y del sector privado en la toma de decisiones. El turismo entendido de esta manera, se transforma en una actividad económicamente rentable, ambientalmente responsable, generadora de ingresos genuinos, de empleos decentes, y que contribuye tanto al bienestar de las personas como a la construcción de un país más justo y solidario.

El turismo precisa, para su impulso, de la colaboración del sector público en sus distintos niveles de gobierno en la gestión de recursos, así como también del sector privado, instituciones académicas y de la sociedad civil. Es por ello que estamos abocados a fortalecer los procesos que generen redes de actores en torno a diversas temáticas, profundizando el uso de herramientas inductoras del desarrollo turístico, consolidando una estructura de la oferta equilibrada, basada en una adecuada planificación y gestión.

El rol del Estado se manifiesta a través del liderazgo que conduce un proceso continuo de cuestionamiento, interpretación y exploración de opciones. Este liderazgo es una función social consistente en comprender los retos del entorno, conocer los propios recursos y limitaciones, pensar estratégicamente, dar sentido de dirección y de acción, construir confianza, legitimidad y compromiso, a la vez de orientar el proceso de aprendizaje colectivo, con visión y capacidad para tratar el conflicto como un estímulo.

En el caso de Argentina, es una evidencia contundente la elaboración en 2005 del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), cuya actualización estamos aquí presentando. También lo son la sanción de la nueva Ley Nacional de Turismo, que en su espíritu obliga a desplegar un trabajo sinérgico entre actores; la constitución del Consejo Federal de Turismo (CFT), que nuclea a las autoridades de turismo provinciales como referentes válidos de interlocución dentro de un sistema de gobierno representativo y federal; el vínculo con el sector empresario organizado a través de la Cámara Argentina de Turismo (CAT), que congrega las entidades del sector en su totalidad y extensión y, como corolario, la creación de un Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) como un ente público no estatal conducido por un directorio mixto, donde provincias y empresarios a través de sus representantes tienen voz, voto y obligaciones en torno de las principales definiciones que se toman en su seno.

Los capítulos que se presentan a continuación muestran cómo la gestión pública del Turismo Nacional trabajó concienzudamente en desplegar acciones conducentes a dar cumplimiento a las premisas y estrategias acordadas de manera concertada en la elaboración del PFETS durante 2004 y 2005, a saber:

Table with 2 columns: PREMISAS and ESTRATEGIAS. It lists 14 strategies corresponding to three premises: Institutional Consolidation, Sustainability, and Balanced Development of the National Tourist Space.

Fuente: DDO, SSDT, MINTUR

Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, 2005

Pensar al desarrollo turístico en un marco de inclusión e institucionalidad: desde allí es que asumimos este gratificante trabajo de actualizar por primera vez el Plan Federal, como parte del compromiso de realizar un ejercicio continuo y sostenido de reflexionar, revisar, corregir y enriquecer esta herramienta central del Turismo Argentino como política de Estado.



Arr.: Presidenta Cristina Fernández de Kirchner y Ministro Carlos Enrique Meyer. Ab.: Reunión en Casa de Gobierno.



Fotos: Florian Gonzales von der Fecht, Cecilia C. Morales y Ministerio de Turismo

# 1.

El Turismo como  
Política de Estado

## LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO



Turismo 2020

- 1.1 / La Ley Nacional de Turismo.
- 1.2 / Profundizando la política de Estado: creación del Ministerio de Turismo.
- 1.3 / Fortalecimiento de la Administración de Parques Nacionales.
- 1.4 / Consolidación del Consejo Federal de Turismo.
- 1.5 / La mejora de la conectividad aérea nacional: Aerolíneas Argentinas
- 1.6 / El sector privado como socio estratégico: Cámara Argentina de Turismo y entidades integrantes.
- 1.7 / Gobernanza público-privada para la promoción turística internacional: el Instituto Nacional de Promoción Turística.
- 1.8 / El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: la visión, misión sectorial, objetivo general y específicos.



## 1.1. Ley Nacional de Turismo N° 25.997.

### INTRODUCCION.

Resulta importante resaltar la trascendencia que tiene la **Ley 25.997** para la actividad turística, ya que establece el marco normativo al que aspira que se sujeten otras normas dictadas en el nivel federal en materia de turismo.

No trascendente sólo en el ámbito nacional. Las provincias deberían abreviar en ésta para el dictado de sus propias leyes provinciales, sin pretender invadir las competencias locales propias.

La sanción de la **Ley 25.997** ha contenido y enmarcado todos los aportes, con una expresa concepción política, manifestada en su artículo 1º y presente a través de todo su articulado. Considera *“al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial”* (**Conf. art. 1 Ley 25.997**) para el desarrollo nacional.

El **artículo 1º** dispone que la actividad turística es *“prioritaria dentro de las políticas del Estado”*. Hay aquí dos elementos fundamentales: considerar al turismo como política de Estado y, dentro de ésta, otorgarle prioridad.

Calificar el desarrollo de una actividad como *“política de Estado”* implica considerarla como un eje central de la gestión gubernamental, a la cual deben concurrir coordinadamente los distintos actores públicos y privados, orientando hacia su concreción los recursos humanos y económicos necesarios para otorgarle sustento. Esto se consagra, a la postre, con la determinación de otorgarle el estatus ministerial al sector turístico, a partir de fines del mes de junio del 2010.

Por otra parte, la prioridad que se le asigna no es caprichosa, ya que la multisectorialidad propia del turismo moviliza, entre otras cosas, lo cultural, propiciando una creciente identidad de los pueblos que desarrollan sus productos. Desde el punto de vista de la economía incorpora múltiples actividades que, directa o indirectamente generan empleo y bienestar. Además, propicia la protección de los recursos físico-naturales y construidos que se ofertan, además de ser generadora de divisas para el país.

El mismo artículo otorga la prioridad al turismo receptivo, para cuyo crecimiento se considera a la actividad privada como una *“aliada estratégica”*. En suma, el desarrollo del turismo es una política de Estado y se considera prioritario el turismo receptivo, por lo cual la actividad se declara de Interés Nacional.

La **Ley 25.997** tiene por objeto *“el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación”* de la actividad turística y del recurso turismo, incorporando los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, así como el resguardo de un desarrollo sostenible y sustentable de éstos, la optimización de la calidad, la participación y la concertación de los sectores público y privado en la actividad.

### IMPORTANCIA DE UNA LEY MARCO ESPECIFICA DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.

El turismo se ha convertido en una innegable actividad productiva, capaz de generar desarrollo económico, de creciente importancia en las sociedades actuales y un instrumento generador de bienestar, individual y colectivo, para la integración de los pueblos en el marco de un desarrollo sustentable, respetuoso del medio ambiente y de sus recursos.

El hecho de que la actividad se encontrara regulada por una norma de fines de la década del '50, afirmaba la necesidad de generar un nuevo marco legal, que suministre herramientas para fomentar la actividad turística, favorecer su desarrollo y promoción, y mejorar su control.

La nueva Ley ha establecido el deber de desarrollar el actual **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable**, a fin de asegurar la continuidad de políticas públicas para consolidar al sector como un pilar de productividad en la economía nacional, optimizando la competitividad turística argentina en el contexto internacional.

El artículo séptimo de la **Ley 25.997** hace hincapié al respecto. Dispone que la autoridad de aplicación debe *“fijar las políticas nacionales de la actividad turística [...] en el marco de un plan federal estratégico”*.

Clasificar al Plan Estratégico como *“federal”* da cuenta de una explícita voluntad de cambio. Ya no se concibe un plan turístico que no cuente con la presencia efectiva de los actores locales. El turismo es una de las actividades en las que las identidades regionales, las formas y los paisajes resultan fundamentales para potenciar un producto complejo y diversificado.

La asignación de prioridades, con la participación de todos los actores y fruto de consen-

sos generales sobre los intereses involucrados, permitirá mayor eficiencia en la gestión, responsabilidad social, intervenciones predecibles, crecientes niveles de competitividad y mejor asignación de recursos.

Como reafirmación de la política y metodología incorporada por la Ley, el **artículo 7º Inc. b)** consagra institucionalmente dos niveles de consulta obligatoria para la autoridad de aplicación nacional: *“las reglamentaciones relacionadas con la actividad turística, los productos turísticos y los servicios a su cargo, las que serán consultadas al Consejo Federal de Turismo y a la Cámara Argentina de Turismo”*. Esta última, como ente a nivel nacional que nuclea la mayoría de las organizaciones privadas del sector.

En el Capítulo III, la Ley recrea al Consejo Federal de Turismo. Entidad integrada por las provincias y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, venía reuniéndose y trabajando en aquellos temas que por su trascendencia requerían acuerdos y proyectos interjurisdiccionales.

El carácter federal del Consejo Federal de Turismo lo constituye en un ámbito óptimo de consulta y concertación de acciones que, progresivamente, amplíen la oferta turística nacional en condiciones de competitividad. El **artículo 12º** en su **Inc. d)** incorpora, además, la presencia municipal en la definición de zonas, corredores y circuitos turísticos, a fin de lograr la participación de todos los actores públicos involucrados en el crecimiento del sector.

### LOS PRINCIPIOS DE LA LEY.

El **artículo 2º** de la Ley enuncia los principios rectores que adopta, a cuya luz deberán ser interpretadas sus disposiciones y cualquier programa, proyecto o acción realizada en el marco de su regulación.

A cada uno de los principios enunciados le corresponde un texto que determina su alcance.

#### 1. Facilitación.

Implica *“posibilitar la coordinación e integración normativa a través de la cooperación de los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, persiguiendo el desarrollo armónico de las políticas turísticas de la Nación”*.

#### 2. Desarrollo Social, Económico y Cultural.

Consagra al turismo como un derecho social y económico de las personas. Apunta a dos aspectos fundamentales. Uno, de carácter individual, se relaciona con el descanso y goce del ocio en actividades contemplativas o activas en la naturaleza y con actividades de esparcimiento. El segundo, de carácter social, porque existe una estrecha correspondencia entre la oferta turística y la identidad cultural de la comunidad que la formula, lo que de por sí constituye un atractivo para el viajero, elevando la consciente profundización de los valores que ostenta esa comunidad.

#### 3. Desarrollo Sustentable.

La enunciación de este principio y su alcance se asienta, aún sin mencionarlo, en el **artículo 41º** de la Constitución Nacional. No obstante, la sustentabilidad se aplica en *“tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía”*.

Un desarrollo turístico sustentable debe tomar en cuenta todos los elementos del ambiente, tal como lo reflejan los diversos párrafos contenidos en la Carta Mundial de Turismo



## El Turismo como Política de Estado

# LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

Sostenible, aprobada en el año 1995 en la "I Conferencia Mundial de Turismo Sustentable". Organizada por la Organización Mundial del Turismo y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, se realizó en Lanzarote – Islas Canarias – España.

Las metas deben orientarse tanto a la sustentabilidad ecológico-natural como socioeconómica, sociocultural, socio-espacial y social. La elaboración del Plan Federal Estratégico, es la herramienta que posibilita que nuestro país se encamine hacia un desarrollo turístico sustentable.

#### 4. Calidad.

Es el cuarto principio y expresa que "es prioridad optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas, a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional". En este sentido, se manifiesta el mandato y la preferencia de desarrollar una cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en el compromiso de todos los actores, en la renovación de los métodos de gestión y producción y en la generación de valor e innovación a través del conocimiento.

#### 5. Competitividad.

Los principios de Calidad y Competitividad se encuentran indisolublemente relacionados entre sí y a su vez, con la Sustentabilidad, ya que no se concibe competitividad sin calidad y, sólo pueden alcanzarse ambas cuando el desarrollo turístico es sustentable. Esa es la oferta que hoy privilegia la demanda nacional e internacional.

La enunciación del principio de Compe-

titividad prescribe "asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad". En una clara referencia al carácter sistémico de la competitividad, no sólo deriva de la intención de mejora de un empresario o sector de actividad, sino que requiere de un entorno que favorezca la articulación de todos los factores en juego, generando atributos que fomenten las ventajas competitivas y la excelencia de las prestaciones.

#### 6. Accesibilidad.

La "Accesibilidad", como la eliminación de barreras que impiden el uso y goce del turismo, reitera la idea del turismo como derecho de todos los habitantes, sin discriminación alguna. Aún cuando no se encuentra entre los principios rectores, es tratada expresamente en el **Título IV** de la Ley y es, además, uno de los objetivos que subyace en gran parte de su articulado.

En efecto, el artículo 37 asigna a la Autoridad de Aplicación la obligación de instrumentar las normas que garanticen eficazmente los derechos del turista, previniendo su vulneración y estableciendo procedimientos que permitan una solución y/o reparación a sus reclamos en situaciones conflictivas.

### LAS HERRAMIENTAS DE LA LEY.

#### 1. El Instituto Nacional de Promoción Turística.

La prioridad política que la Ley le otorga al turismo receptivo y, en particular, al turismo internacional, como generador de divisas y de empleo, está instrumentada mediante la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística. En el **Capítulo IV** de la norma se crea al Instituto, de conformación mixta, como un ente de derecho público no estatal, en el que el sector privado funciona como aliado estratégico. Su objetivo será el desarrollo y ejecución de planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y de los productos directamente relacionados con éste, afianzando la imagen turística del país en el exterior. El Instituto es presidido por el Ministro de Turismo de la Presidencia de la Nación y se integra con Vocales designados por dicha cartera, por el Consejo Federal de Turismo y por la Cámara Argentina de Turismo, que se desempeñan ad honorem.

La Ley asigna al Instituto importantes recursos financieros. Su presupuesto se compone por el 40% de los ingresos producidos del Impuesto Nacional de Turismo, así como también prevé aportes del sector privado. Los remanentes presupuestarios se trasladan automáticamente al ejercicio presupuestario siguiente. Los gastos destinados a administración se limitan al 5% de los gastos totales. Finalmente, el **artículo 23** prohíbe el uso de los recursos para fines que no sean propios de los objetivos del Instituto.

Por su condición de ente público no estatal y de carácter mixto, permite otorgar mayor agilidad a sus decisiones y operatorias, las cuales se rigen, mayoritariamente, por el derecho privado.

#### 2. El Plan Federal Estratégico.

Conviene reafirmar su condición de herramienta nucleadora de la actividad del Ministerio en todo el ámbito federal. Resulta un punto de articulación con las demás herramientas de promoción, así como con el Programa Nacional de Inversiones Turísticas.

#### 3. El Programa Nacional de Inversiones Turísticas.

La incorporación de este Programa, cuya propuesta está a cargo del Ministerio de Turismo de la Nación y el Consejo Federal de Turismo, constituye una clara manifestación de la intención de considerar al turismo como una política de Estado y como actividad socioeconómica estratégica y esencial. El crecimiento del Sector y la maximización de su competitividad, requieren de un entorno propicio, en el cual las infraestructuras resultan claves para su desarrollo. También necesitan condiciones de accesibilidad, saneamiento, señalización, tendido de redes para la prestación de servicios esenciales y modernas formas de comunicación e información.

Por tal motivo, en la proyección de inversiones del Estado Nacional, la Ley prevé la selección de aquellos proyectos prioritarios para el crecimiento del sector turístico. En el **Art. 35** dispone la asignación en el Presupuesto Nacional

de los recursos que permitan el financiamiento de las inversiones, distribuyendo los créditos respectivos en los organismos que tengan a su cargo la ejecución en función de su competencia material.

Una vez más advertimos que la norma no es una mera expresión de deseos, sino que contiene la previsión del procedimiento y de los recursos para hacer operativo su mandato.

#### 4. Incentivos de fomento turístico.

La Ley asimila la actividad turística a la actividad industrial, promoviendo la equiparación de los beneficios impositivos, tributarios y crediticios que se otorguen en el orden nacional, e invita a los organismos públicos federales a otorgar beneficios similares.

A tal fin, establece pautas que deberán cumplir los proyectos del sector privado para el acceso a los incentivos. El objeto es priorizar aquellas iniciativas de toda índole (obras, proyectos de investigación, acciones de marketing, instalación de nuevos servicios y/o prestaciones, etc.) orientadas al mejoramiento de la oferta y a la creación genuina de empleo.

### DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY.

A partir de la sanción de la Ley Nacional de Turismo, se puso en marcha una clara política turística enmarcada por objetivos y principios que la secundan, pensados a partir del desarrollo mediante las herramientas que también incluye. En el **Decreto 1.297** del año 2006, estas herramientas se especifican, tanto en lo referido al funcionamiento como en la virtualidad de los que componen el sector turístico: el *Comité Interministerial de Facilitación Turística*, el *Consejo Federal de Turismo*, el *actual Ministerio de Turismo* y el *Instituto Nacional de Promoción Turística*, sin dejar de lado las acciones para con el turismo social, y la protección de los derechos que hacen a la actividad turística.

### CONCLUSIONES.

Los elementos considerados destacan, en apretada síntesis, las prescripciones más relevantes de la **Ley Nacional de Turismo 25.997**. La Ley ha sido el punto de inflexión de la nueva política turística que implementa el actual gobierno nacional, elegido en 2003.

El Ministerio de Turismo de la Presidencia de la Nación ha encontrado en la ley el fundamento de las acciones que venía realizando y, también, el marco jurídico desde el cual se potencia la actividad turística. Asimismo, la propuesta de otras medidas de carácter legal y reglamentario, aún pendientes pero en estudio, conformarán el nuevo plexo normativo para posicionar al turismo nacional en el mundo.

En este sentido, el **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable**, constituye la síntesis de su vocación participativa y federal.



## 1.2. Profundizando la política de Estado: creación del Ministerio de Turismo.

Mediante el **Decreto 919/10**, el 28 de junio de 2010 el Poder Ejecutivo Nacional procedió a crear el Ministerio de Turismo, dando así el máximo rango administrativo a la cartera que desde septiembre del año 2003 conduce **Enrique Meyer**, quien asumía en aquel entonces en carácter de Secretario de Turismo Nacional.

El mencionado decreto, en sus considerandos, resalta que la experiencia de trabajo acumulada muestra la necesidad de continuar realizando políticas orientadas al desarrollo de aquellas áreas que tienen especial importancia para la calidad de vida de los ciudadanos, con el objeto de dar respuestas efectivas a las demandas sociales de los habitantes del país.

En tal sentido, destaca la trascendencia que el turismo presenta como sector de desarrollo alternativo de la actividad económica, permitiendo la generación de empleo, de divisas y la reconversión de las economías regionales.

Asimismo, se pondera su contribución al desarrollo de la economía nacional y de la población en su conjunto, configurando un instrumento de bienestar individual y colectivo que desempeña un rol fundamental para la economía, la productividad y la cultura, sin descuidar en el desarrollo sustentable, la conservación y el respeto por los recursos naturales y el medio ambiente.

La norma de creación del Ministerio tiene como fin perfeccionar el uso de los recursos públicos, incrementar la calidad de la acción

estatal, profundizar la gestión política destinada a fomentar el sector turístico, concretar las metas políticas diagramadas y maximizar la participación de los distintos sectores involucrados, orientados al agregado de mayor valor al país.

Compete al Ministerio de Turismo asistir al Presidente de la Nación y al Jefe de Gabinete de Ministros en orden a sus competencias, en todo lo inherente al turismo, y en particular en lo referente a:

1. Entender en la determinación de los objetivos y políticas del área de su competencia.
2. Ejecutar los planes, programas y proyectos del área de su competencia elaborados conforme las directivas que imparta el **PODER EJECUTIVO NACIONAL**.
3. Entender en todo lo relativo a la promoción y desarrollo en el país de la actividad turística interna y del turismo internacional receptivo, en todas sus formas e intervenir en materia de inversiones en dicha actividad.
4. Entender en forma conjunta con la **SECRETARIA DE TRANSPORTE del MINISTERIO DE PLANIFICACION FEDERAL, INVERSION PUBLICA Y SER-**

**VICIOS** en la elaboración, ejecución y coordinación de la política nacional de navegación aerocomercial, exclusivamente relacionada al área del Turismo.

5. Entender en el desarrollo de la oferta brindada por el país, a fin de adecuarla a la demanda del turismo internacional receptivo.
6. Entender en los aspectos funcionales de las oficinas de promoción, informes, publicidad y asesoramiento para turistas habilitadas.
7. Entender en las acciones referidas a la percepción, depósito y fiscalización del impuesto sobre pasajes aéreos al exterior en vuelos regulares o no regulares de pasajeros.
8. Fomentar los Programas de Turismo Social, dirigidos a los grupos vulnerables de la sociedad y en el desenvolvimiento de las Unidades Turísticas de Chapadmalal y Embalse.
9. Entender en la preservación y administración de los bosques, parques y reservas nacionales, áreas protegidas y monumentos naturales.
10. Entender en la supervisión del accionar de la Administración de Parques Nacionales.
11. Entender en todo lo relativo a la aplicación de la Ley Nacional de Turismo **Nº 25.997** o la norma que en el futuro la reemplace.

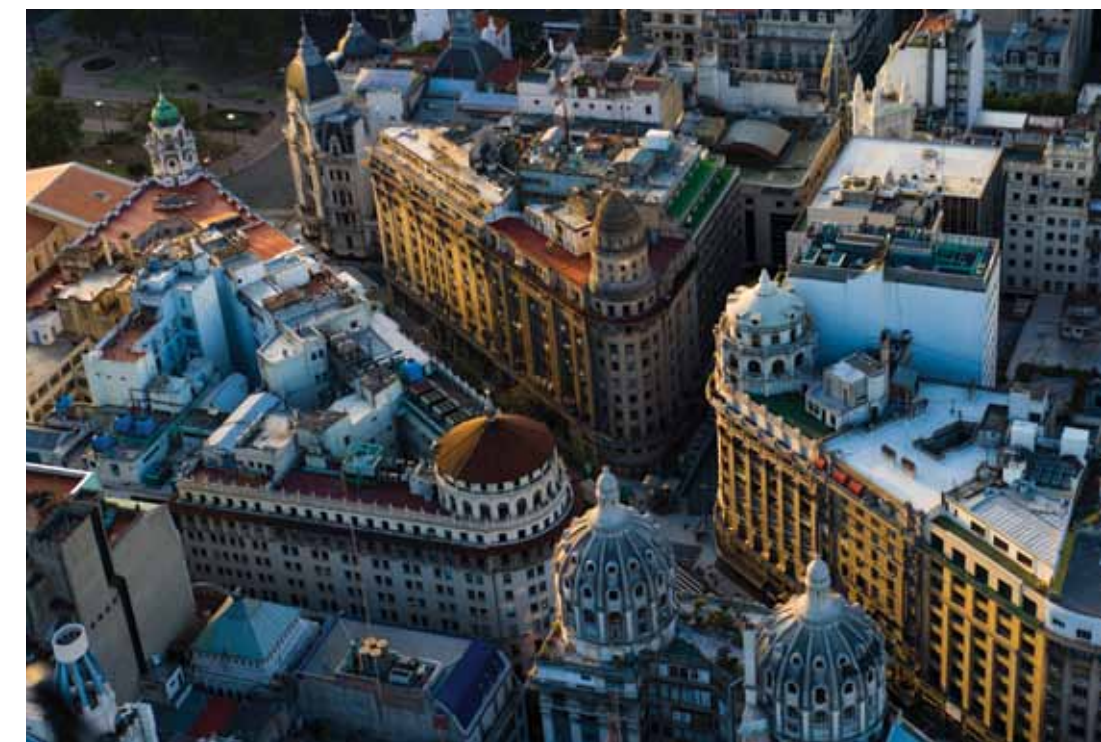
12. Administrar el **FONDO NACIONAL DE TURISMO**.
13. Entender en las relaciones institucionales con las organizaciones regionales, internacionales, oficiales y privadas, y con los organismos públicos, nacionales y provinciales referidos a la actividad turística.
14. Impulsar la **'Marca Argentina'** conforme los lineamientos del Decreto **Nº 1372/08**.

15. Presidir el accionar del **INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA**.
16. Presidir el Comité Interministerial de Facilitación Turística.

El otorgamiento de rango ministerial a la cartera turística del país, reafirma con total claridad el férreo compromiso del Gobierno Nacional con el desarrollo de la actividad. Reafirmando su carácter de política de Estado, le otorga mayor capacidad de gestión para avanzar en la concreción de los objetivos que el conjunto del sector ha consensuado con madurez y responsabilidad institucional.



Jura Carlos Enrique Meyer como Ministro de Turismo



Diagonal Norte - Ciudad de Buenos Aires - Foto: Florian von der Fecht



### 1.3. Fortalecimiento de la Administración de Parques Nacionales.

Desde el inicio del **PFETS** en el año 2005, han sido numerosos y significativos los avances de la Administración de Parques Nacionales (**APN**) en materia institucional y de gestión.

Tomando como base las estrategias planteadas en el plan, pueden resaltarse algunas de las iniciativas que ilustran sobre las grandes acciones llevadas a cabo durante el período quinquenal 2005-2010.

Cabe aclarar que las acciones de la **APN** se muestran en el trabajo cotidiano de este Organismo, en beneficio de los usuarios de los servicios públicos y privados que se desarrollan o vinculan con la jurisdicción de las Áreas Protegidas.

**APN** es un Organismo que opera administrando territorios. Debe generar de manera constante normativas que hagan predecible y consistente su accionar, dentro de los principios fundamentales de la democracia, la equidad y la administración transparente de los recursos, a los fines de la aplicación de la **Ley 22.351** y demás vigentes.

La elaboración de las nuevas normas **SECTUR-IRAM** (actualmente aprobadas y en aplicación) destinadas a diferentes servicios turísticos y Áreas Naturales, contó con la participación técnica de numerosos profesionales, tanto gubernamentales como de entidades relacionadas del orden público y privado, incluyendo concesionarios y permisionarios.

Algunos prestadores fueron más allá, certificando por propia iniciativa la norma **ISO**

**9001**, logrando un relevante éxito, tanto en el modo de desarrollar las prestaciones como en integrarse al conjunto de prestadores locales, particularmente en los **PN Talampaya** y **PN Iguazú**.

A fin de mejorar el seguimiento y las gestiones con los prestadores turísticos y guías y de disponer on-line de las habilitaciones comerciales, la **APN** desarrolló un sistema denominado Registro Nacional de Prestadores Turísticos (**RENAPRET**) que se encuentra en funcionamiento y permite disponer de información unificada idéntica en todas las sedes del Organismo, que suman más de cuarenta.

Desde la creación del **PFETS**, se desarrollaron o actualizaron los siguientes reglamentos y documentos sectoriales vinculados a la actividad turística:

- Actividades fílmicas y fotografía publicitaria.
- Eventos Especiales (en proceso de aprobación por la superioridad).
- Fotógrafos (en proceso de aprobación por la superioridad).
- Clasificación de Senderos (en proceso de aprobación).
- Manual de seguridad para personas en jurisdicción de la APN (en proceso de aprobación).

- Guías (actualización e incorporación de una nueva especialidad vinculada a guías ornitológicos).
- Otorgamiento de Permisos de servicios a los visitantes (actualización).
- Marco normativo para actividades de cabalgatas (en proceso de aprobación).
- Reglamento de Venta de Artesanías (actualización y recopilación de experiencias entre 2005 y 2010).
- Reglamento Interno de la Feria Artesanal Guaraní.

Con el fin de dotar de mayor coherencia intragubernamental, hemos avanzado en la coordinación de acciones estratégicas entre el **MINTUR** y la **APN**, lo que profundiza la línea que el Gobierno Nacional ha realizado a través de la formalización de la dependencia estructural de la **APN**, en la órbita del propio **MINTUR**, desde hace una década.

La **APN**, a través de la Dirección de Aprovechamiento de Recursos, es partícipe activa como proveedora de insumos para el sistema de estadísticas nacionales, tanto respecto del **INDEC** como del propio **MINTUR**.

Adicional y periódicamente, la **APN** elabora y difunde series e indicadores coyunturales de la actividad turística en áreas protegidas y ha comenzado a publicar datos sobre el impacto económico del turismo vinculado a su jurisdicción. Del mismo modo, elabora indicadores y proyecciones sobre la evolución de ciertas actividades turísticas, para la mejor previsión de las medidas de gobierno e inversiones.

Señalamos la importancia de la inminente aprobación de la herramienta metodológica

“*Medición de la Efectividad de la Gestión*” (**MEG**) elaborada por la **APN**, para evaluar la gestión de las Áreas Protegidas en contraste con un escenario óptimo. Esta herramienta tiene como objetivo general evaluar el Sistema de Áreas Protegidas de la **APN**, a través de la medición del estado de gestión de las unidades de conservación, con el propósito final de apoyar la toma de decisiones.

Algunas medidas de fortalecimiento son difícilmente tangibles por parte de los usuarios, pero resultan de gran importancia para la previsión y organización de buenos servicios. Durante el período 2005-2010, en cada uno de los sitios enunciados a continuación, se elaboraron planes, se adecuaron los vigentes o se efectuaron medidas de desarrollo e inversión efectiva:

- Plan de Visitación de Iguazú.
- Plan de Uso Público del PN Sierras de las Quijadas (**Resolución HD N° 77/06**).
- Plan de Uso Público PN Quebrada del Condorito (**Resolución HD N° 311/05**).
- Plan de Uso Público PN San Guillermo (**Resolución HD N° 36/08**).
- Licitación de numerosos servicios turísticos dentro de las APs.
- Consolidación de servicios comerciales. Por ejemplo, en Cañón de Talampaya y en Mirador del Glaciar Moreno.
- Consolidación de actividades de uso público. Por ejemplo, en El Chaltén, Sierra de las Quijadas y Monte León.

- Desarrollo de nuevas actividades, por ejemplo en PN Quebrada del Condorito y PN Lago Puelo.
- Relevamientos, ordenamientos y desarrollo de destinos turísticos emergentes vinculados a las APs, que se irán desarrollando progresivamente. Por ejemplo, los relacionados con PN Monte León, Mburucuyá y Los Cardones.

La **APN** tiene intervención en todo lo atinente a las comunidades locales y de pueblos originarios, incorporando a su planta de trabajadores una gran cantidad de agentes provenientes de tales grupos sociales, donde se han capacitado en distintas tareas y profesiones. También, desarrolla acciones concretas para la mejora de la calidad de vida y la apertura de nuevas opciones comerciales alternativas para estas comunidades.

La **APN** se ha integrado con éxito a los procesos de planificación estratégica de los grandes corredores y zonas, tanto en materia de conservación como en otras. Así como lo ha hecho en el **PFETS**, lo ha venido realizando en lo siguiente:

- Proceso de planificación del Parque Nacional Iguazú, integrado a la Planificación Estratégica del Corredor Verde Misionero (Provincia de Misiones). Años 2007/2011.
- Proceso de planificación del Parque Nacional Talampaya. Comprende la actualización del Plan de Manejo del año 2001.
- Proceso de planificación del Parque Nacional El Rey. Implica su elaboración, con un componente de uso público desatado.



Cristina Fernandez de Kirchner, Carlos Enrique Meyer, Patricia Gandini.



## El Turismo como Política de Estado

# LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

- Elaboración y aprobación del Plan de Manejo "Campos del Tuyu".

- Proceso de elaboración de los Planes de Gestión de la región Norpatagónica, financiado mediante un crédito **BIRF**.

- Asistencia y colaboración con la Revisión y Actualización del Plan de Manejo del Área Protegida Península de Valdés, en la Provincia del Chubut.

- Asistencia a la elaboración de diagnóstico sobre el sitio Quebrada de Humahuaca y consolidación del Plan de Manejo Gestión del sitio, desde el Comité Argentino del Patrimonio Mundial (**CONAPLU**). Años 2005/2007.

- Participación técnica en la propuesta de nominación del Qhapaq Ñan como sitio del Patrimonio Mundial. Participación en el Comité Técnico Nacional y en el Equipo Técnico de Planificación para los sitios seleccionados en Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza. Años 2005/2011.

- Participación técnica en el proceso de incorporación a la Lista Indicativa del Patrimonio Mundial, del sitio "Las Pisadas" (Reserva Natural Provincial Monte Hermoso - Pehuén C6), en el marco de asistencia y cooperación desde el Comité Argentino del Patrimonio Mundial (**CONAPLU**) y por Convenio de Cooperación **APN** - Provincia de Buenos Aires año 2010.

En el desarrollo de redes y en la modernización de los servicios de soporte al Turismo, se han tomado decisiones estratégicas. Se detallan algunas a continuación:

- La **APN** cuenta con la "Normativa de diseño para publicaciones de la Administración de Parques Nacionales" (**Resolución HD N° 136/02**), que estandariza el diseño de toda la folletería de la Institución. Actualmente toda la folletería sigue la normativa, brindando una imagen, contenido y comunicación homogéneos.

- En todas las APs con actividad turística se han reforzado las estructuras de atención y gestión del turismo, capacitándose al personal para la realización de las tareas. Las principales portadas de acceso a las APs, son sitios en los que hoy se puede obtener buena información, contando también con sanitarios. Pese a la estacionalidad de la actividad, varias de estas instalaciones permanecen ahora abiertas todo el año, aún cuando los costos sean mayores, dada la importancia promocional del servicio y el impacto positivo que proveen.

- Las inversiones se han ido aplicando a sanitarios, oficinas de recepción e informes, centros de interpretación, senderos, albergues para voluntarios, etc., dentro de un concepto integral y consistente entre sí.

- En materia vial se han realizado grandes inversiones en el mejoramiento de los caminos de acceso, en muchos casos con asfaltado. Por ejemplo, acceso

al PN Tierra del Fuego, acceso del PN Los Glaciares al mirador del Glaciar Moreno y a El Chaltén, acceso a PN Predelta, camino al Tronador en PN Nahuel Huapi, acceso en PN Lanín, acceso y ruta troncal de Los Alerces, etc.

- Para la gestión de la calidad, el **MIN-TUR** intervino en la capacitación de los prestadores que se desempeñan dentro de la **APN**. Mediante diversos programas de mejora y capacitación, desarrollados por regiones, ha generado gran impacto sobre la oferta de servicios y ha evolucionado para asimilar mayores flujos, con mejores respuestas.

En concordancia con las políticas de mejora de la calidad, la **APN** viene incorporando a sus exigencias licitatorias la obligación de certificar normas, dentro de plazos amplios (por ahora para los grandes prestadores únicamente).

En materia de seguridad del visitante, se avanzó en dos mejoras de gran alcance. La primera es la próxima aprobación de un "Manual de seguridad de las personas en jurisdicción de la APN", que fija criterios de intervención para los distintos niveles institucionales y directivas para la elaboración local de los respectivos protocolos de seguridad, en pos de la protección de las personas. Cabe mencionar que el PN Nahuel Huapi desarrolló un Protocolo de Seguridad propio.

El segundo grupo de mejoras producidas durante el quinquenio es, por un lado, la instalación de servicios de guardavidas en las principales playas y, por otro, la incrementación de señales de advertencia en los sitios riesgosos o en acceso a sendas. Ha ido en incremento la

exigencia hacia los prestadores de la provisión de los elementos apropiados, así como la incorporación a las habilitaciones del análisis de los aspectos que hacen a la seguridad de las personas en las actividades turísticas.

El desarrollo de herramientas de financiamiento se produjo a través de varios mecanismos, algunos de origen internacional. El presupuesto nacional es la principal fuente de financiamiento directa de la APN. Este asigna recursos para el pago de los salarios del personal y financia parcialmente adquisición de equipamiento y las inversiones en infraestructura. Pero es sólo una fuente de las varias a las que se accede para lograr los objetivos perseguidos.

Otra fuente de gran alcance es el cobro de acceso, que vincula a los usuarios efectivos con los gastos que se producen en las APs. Con estos ingresos se financia la casi totalidad de los gastos relacionados con el funcionamiento institucional, es decir, la compra de materiales y el pago de los servicios.

También se obtienen inversiones desde Organismos como Vialidad Nacional, que si bien no se ejecutan a través de la **APN**, los ingresos se invierten en mejoras que benefician a los servicios y a los usuarios que se desarrollan en la jurisdicción. Diversos mecanismos estatales permiten obtener recursos que se suman al Tesoro Nacional para aportar mejoras y respuestas más adecuadas, en dimensiones que hace una década eran impensables.

Dentro de las actividades del Manejo de Recursos Culturales vinculadas con el uso público y la Puesta en Valor del Patrimonio Cultural, se generaron diversos productos interpretativos entre los años 2005-2010. Asimismo, se

desarrollaron actividades vinculadas con Patrimonio Mundial, como por ejemplo:

- Inicio del Inventario Retrospectivo de Sitios del Patrimonio Mundial. Consiste en la actualización de información sobre sitios inscriptos en la Lista del Patrimonio Mundial (**UNESCO**) con anterioridad al año 2005 (2010).

- Producción y aprobación de las Declaraciones de Valor Universal Retrospectivo de los Sitios del Patrimonio Mundial que posee la Administración de Parques Nacionales, PN Los Glaciares, Iguazú y Talampaya, inscriptos en la Lista del Patrimonio Mundial con anterioridad al año 2005 (2010).

- Participación de la **APN**, en el seno del Comité Nacional del Qhapaq Ñan, del Equipo Técnico Nacional para la preparación de la propuesta de nominación del Sistema Vial Andino como Patrimonio de la Humanidad (**UNESCO**). La propuesta se aplica sobre siete provincias argentinas (Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza) y dos PN (Campo de los Alisos y San Guillermo). Además, la propuesta global de nominación abarca los seis países andinos de Sudamérica: Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina.

La **APN**, la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable y el Ministerio de Agricultura (incluyendo al **INTA**) firmaron un contrato con el **BIRF**. Entre otros objetivos, procura fortalecer la capacidad de la APN para manejar las áreas protegidas nacionales existentes y preparar las condiciones para ampliar

la protección al ecosistema del Chaco, cuya cobertura en materia de APs es insuficiente. Además, pretende fortalecer la capacidad de manejo de once áreas protegidas prioritarias.

Finalmente, cabe mencionar que la APN ha venido facilitando la actividad de las pequeñas y medianas prestaciones turísticas. Durante el quinquenio, algunos sitios han evolucionado desde la presencia de unos pocos guías con servicios ocasionales, hasta el desarrollo de todo un sector. Esta tendencia creciente permite pensar que, desde el Estado, se puede acompañar activamente las iniciativas personales y empresariales, logrando que multipliquen sus efectos positivos, tanto económicos como sociales.



Guardaparques en P.N. EL REY.



## 1.4. Consolidación del Consejo Federal de Turismo.

La **Ley Nacional de Turismo N° 25.997**, sancionada el 16 de diciembre del año 2004, creó el Consejo Federal de Turismo como un órgano federal de carácter consultivo, integrado por un representante del Ministerio de Turismo de la Nación, los funcionarios titulares de los organismos oficiales de Turismo de cada provincia y del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Antes de la sanción de dicha norma, el organismo existía de hecho, en virtud de la intención política de las partes mencionadas de conformar un ámbito de debate y acuerdo de la política turística nacional. Pero fue a partir de la sanción de la Ley que el Consejo Federal de Turismo adquirió existencia formal, como uno de los institutos fundamentales que conforman el sector turístico de la República Argentina. Por ello es que, en definitiva, el espíritu federal que amalgama los intereses regionales del país, quedó plasmado en el marco que la Ley le dio al organismo.

El Consejo Federal de Turismo es un ámbito en el que se establecen acuerdos y se definen proyectos interjurisdiccionales con una clara vocación federal, actuando en forma sinérgica, para aunar voluntades, optimizar recursos disponibles y guiar los esfuerzos hacia un modelo concertado de desarrollo turístico sustentable para todo el país.

De acuerdo con sus estatutos, el Consejo Federal de Turismo tiene por finalidad examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planifica-

ción, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal.

En tal sentido, el Consejo Federal de Turismo está facultado para:

1. Coordinar regionalmente el cumplimiento de las políticas y objetivos establecidos para el sector por el Estado Nacional, los Estados Provinciales y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (**CABA**).
2. Participar en la elaboración de políticas y planes para el desarrollo del turismo que lleve a cabo la autoridad de aplicación.
3. Intensificar la vinculación entre organismos oficiales de turismo, para garantizar las prestaciones al turista y tender a la promoción de oferta conjunta de circuitos, intercambiar experiencias e iniciativas y, cualquier otra acción de mejoramiento y acrecentamiento de las actividades turísticas.
4. Proponer la creación de zonas, corredores y circuitos turísticos entre las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde puedan desarrollarse políticas comunes de integración, promoción y desarrollo de la actividad.
5. Fomentar con las provincias y la

**CABA** el desarrollo de políticas de planeamiento estratégico compartidas entre el sector público y privado.

6. Asesorar en cuestiones referentes a la organización, coordinación, promoción y reglamentación de las actividades turísticas, tanto públicas como privadas.
7. Promover el desarrollo turístico sustentable en las diferentes regiones, provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
8. Coordinar regionalmente el cumplimiento de las resoluciones y medidas emanadas de Jornadas, Congresos, Reuniones o Convenios establecidos.

9. Fomentar, propiciar, promover, coordinar, apoyar o facilitar acciones relacionadas con patrimonio y planeamiento, y con promoción y servicios.

10. Designar a sus representantes en el Directorio del Instituto Nacional de Promoción Turística.

11. Todas las demás tareas que sean necesarias para el cumplimiento de sus cometidos.

El Consejo Federal de Turismo, en sus casi treinta años de trayectoria, ha cumplido una vasta y fructífera labor. La mayoría de las políticas y estrategias formuladas e implementadas a lo largo de estos años merecen un lugar destacado por la contribución que han reali-

zado al crecimiento de la actividad turística en las diferentes regiones de nuestro país.

Procederemos a enumerar sólo algunas de las más importantes acciones ejecutadas durante la actual gestión de gobierno. Esto constituye una muestra de lo que se puede lograr a partir de la puesta en marcha de un sistema de articulación nacional y provincial de carácter federal:

- Formulación y ejecución del programa **PROFERIAS**, en forma conjunta con el Consejo Federal de Inversiones y el Ministerio de Turismo de la Nación. Este programa permitió la participación de todas las regiones del país en las acciones de promoción desarrolladas en las Ferias Internacionales en las que participó el Ministerio de Turismo de la Nación.
- Participación en la formulación del proyecto de Ley Nacional de Turismo (que luego fuera sancionada como **Ley N° 25.997**) y acompañamiento de la gestión del Ministerio de Turismo de la Nación y demás entidades del sector para el logro de su sanción.
- Activa participación en la formulación y sanción del **Decreto N° 1297/06** Reglamentario de la Ley Nacional de Turismo, en conjunto con el Ministerio de Turismo de la Nación.
- Participación en la formulación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – Argentina 2016, y en su posterior actualización en conjunto con las regiones turísticas del país. El Consejo Federal de Turismo, fue miem-



Reunión Asamblea Ordinaria CFT.



## El Turismo como Política de Estado

# LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

bro firmante del PFETS 2016 junto al Ministerio de Turismo de la Nación, la Administración de Parques Nacionales, el Consejo Federal de Inversiones y la Cámara Argentina de Turismo.

- Formulación y ejecución de diferentes acciones de capacitación, en forma conjunta con el Ministerio de Turismo de la Nación, el Consejo Federal de Inversiones y la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina.
- Participación desde el año 2008 en la Exposición Rural Argentina, con stand propio.
- Participación desde el año 2011 en Expogro, con stand propio.
- Participación en la formulación y puesta en marcha del reordenamiento de los feriados, del calendario escolar y escalonamiento de vacaciones invernales, logrando una distribución más equilibrada de la oferta y la demanda turística en todo el territorio.
- Acompañamiento en la creación de los feriados puentes con fines turísticos. Su objetivo es disminuir paulatinamente los efectos negativos de la estacionalidad del sector turístico, procurando distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes. De esta manera, se aumentan los efectos beneficiosos para el sector turístico y contribuye al desarrollo de la economía, tanto nacional como regional.

- Participación en los talleres de planificación de acciones promocionales Nacionales e Internacionales, mediante la articulación conjunta entre las regiones del país, el Ministerio de Turismo de la Nación y el INPROTUR.

- Asistencia y acompañamiento en el fortalecimiento de los Entes Turísticos Regionales.

- Articulación con diversos organismos nacionales para la concreción de beneficios para el sector turístico.

El turismo es una actividad en la que las formas, paisajes e identidades culturales de las distintas regiones resultan fundamentales para potenciar un producto complejo y diversificado. El carácter federal del Consejo lo convierte en un ámbito óptimo de consulta y concertación de acciones entre diferentes jurisdicciones y sectores. Se encuentra encuadrado dentro de los valores nacionales que el sector turístico asume como propios: el arraigo, la responsabilidad política, el respeto mutuo, el compromiso con el país, la conciencia nacional, la solidaridad, la participación, la creatividad y la identidad. Todas las actuaciones del Consejo apuntan a lograr el objetivo propuesto, que es hacer de la Argentina un país turístico y sustentable, con equilibrio, integración y justicia social.

El Consejo Federal de Turismo concibe al turismo como una herramienta fundamental para la construcción de un país con inclusión y equidad, poniendo en marcha la producción y recuperando el trabajo decente, como la mejor forma de avanzar decididamente hacia el desarrollo digno en una sociedad moderna.



Representantes del CFT en Casa de Gobierno.

## 1.5. La mejora de la conectividad aérea nacional: Aerolíneas Argentinas.

**Con la firme decisión de recuperar la línea aérea de bandera, en el año 2008 la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner junto con el Congreso Nacional, rescató Aerolíneas Argentinas del proceso de deterioro y desinversión en el que se encontraba estancada.**

A partir del pase de Aerolíneas Argentinas a manos del Estado, hemos puesto en marcha un ambicioso plan de negocios que ha otorgado un nuevo rumbo a largo plazo: fomentar el desarrollo productivo, turístico y social de la Argentina. Hoy, la empresa vuela a 34 destinos de cabotaje, cubriendo todo el territorio nacional.

Desde la estatización, se han incorporado 20 aviones Embraer de última tecnología, 1 Airbus 340 y 12 Boeing 737-700 NG. Esto significará, una vez incorporadas todas las aeronaves, la reducción del promedio de edad de la flota, pasando de 19 años en 2008 a 10,8 en 2012, es decir, una modernización del 44% en términos de edad promedio. Este nuevo escenario convierte a Aerolíneas Argentinas en la línea aérea con la flota más moderna de la región.

Durante el 2010 aumentaron la cantidad de frecuencias nacionales e internacionales, llegando a ofrecer un 15% más de vuelos. Hoy la empresa ofrece 1980 frecuencias nacionales, 488 regionales y 167 internacionales por mes, un 40 % más que en la gestión privada. Este incremento sostenido de frecuencias provocó mejoras sustanciales para la compañía durante la primera mitad de este año, donde la red regional experimentó un flujo de ingresos que superó en un 39% los resultados de 2010 para el mismo período. En tanto en la red internacional, los ingresos crecieron el 20%. La decisión de aumentar

las frecuencias acompaña al aumento de la demanda local e internacional, principalmente debido al crecimiento económico del país y el ingreso cada vez mayor de turistas a la Argentina.

Desde el inicio de la gestión estatal, la empresa viene profundizando la política de conectividad, impulsando nuevas frecuencias y creando nuevas rutas, como es el caso de los corredores federales. Gracias a este innovador servicio, algunos de los puntos más importantes del país pueden ser visitados sin tener que pasar por la Ciudad de Buenos Aires. Se han abierto, además, nuevas rutas entre ciudades e inaugurado un nuevo hub en Córdoba, desde el que se vuela a diferentes destinos del país.

En el plano internacional, Aerolíneas Argentinas ha firmado un convenio con SkyTeam, la alianza global de empresas aerocomerciales, quien la seleccionó como único socio en Sudamérica, lo que permitirá llegar a los cinco continentes a través de líneas aéreas aliadas. Por otra parte, a partir de marzo de este año se incorporó a todos los servicios de la International Air Transport Association (IATA) y en particular las operaciones de la Cámara de Compensación de IATA (ICH), luego de 10 años de suspensión. Esta alianza internacional mejora la oferta de productos a sus clientes, ofreciendo más destinos y conectividad. Aerolíneas ahora puede realizar operaciones interlineales

con tantos transportistas como desee y, por ende, está en condiciones de ofrecer itinerarios a cualquier destino del mundo. Esta ampliación exponencial de destinos atraerá más pasajeros, lo que contribuirá al incremento de las ventas de la propia red y, consecuentemente, un mayor acceso a la Argentina y un gran estímulo al turismo receptivo.

Entre otros logros de la empresa, podemos destacar la concreción de vuelos internacionales desde el Aeroparque Metropolitano y el transfer gratuito desde Ezeiza a Aeroparque y viceversa. Estas medidas se ajustan al criterio principal del modelo de gestión: lograr una mejor conectividad desde cualquier punto del país.

En función de las conquistas obtenidas a partir de la decisión de recuperar a Aerolíneas Argentinas, queda de manifiesto que estas acciones se enmarcan en el desarrollo de un proyecto nacional. De este modo, se le otorga a la empresa un rol social que garantiza e iguala derechos, convirtiéndose en una herramienta estratégica de vinculación social para todos los argentinos.



Aerolíneas Argentinas.



### 1.6. El sector privado como socio estratégico: Cámara Argentina de Turismo y entidades integrantes.

Como referente de la actividad privada de turismo, la misión de la Cámara Argentina de Turismo es representar y defender a la comunidad turística de la República Argentina, en el país y el exterior, para lo cual agrupa a los diferentes sectores y estamentos que la componen, respetando sus estructuras y objetivos propios, procurando promover la más estrecha colaboración entre los integrantes de la actividad turística, y siendo el vocero de sus coincidencias, al emitir opinión sobre todas aquellas cuestiones concernientes a la actividad y política turística.

Todas las actuaciones de la Cámara se despliegan tras la visión de impulsar a la unidad de la actividad turística privada del país, siendo el portavoz del consenso del sector ante organismos nacionales y extranjeros, resguardando sus legítimos intereses y promoviendo su desarrollo integral, impulsando su sustentabilidad mediante la protección del medio ambiente, de los pueblos originarios y la identidad cultural, como así también creando conciencia en la sociedad de la importancia del sector y promoviendo el turismo dentro y fuera del país.

Principales Entidades Miembros de la Cámara Argentina de Turismo

- AAAVYT** - Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo.
- FEHGRA** - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina.
- AHT** - Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina.
- AHRCC** - Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés.
- JURCA** - Cámara de Compañías Aéreas en Argentina.
- FEDECATUR** - Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina.
- AOCA** - Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos.
- CATC** - Cámara Argentina de Tiempo Compartido.
- CADEA** - Cámara Argentina de Empresas Arrendadoras de Automotores.

Como ente a nivel nacional que agrupa a la mayoría de las organizaciones privadas del sector para facilitar la consulta y el análisis de la realidad de la actividad, la **CAT** articula las acciones que canalicen las propuestas de las asociaciones empresariales, permitiendo de ese modo la optimización de los recursos y la consolidación de la colaboración público-privada a nivel nacional. La Cámara se encuentra reconocida como *"socio estratégico"* sectorial por parte de la Ley Nacional de Turismo y su decreto reglamentario. Participa con representación activa en el directorio del **INPROTUR (Art. 15º-inc. b, Ley 25.997)**, y es necesario para la autoridad de aplicación de la ley ir en consulta de la Cámara al momento de proponer reglamentaciones relacionadas con las actividades turísticas, los productos turísticos y los servicios a su cargo **(Art. 7º-inc. b, Ley 25997)**

El Sector Turístico Argentino se encuentra inserto en el proyecto global de mejorar la distribución del ingreso y la creación de empleos dignos. La sociedad en general va percibiendo la capacidad de creación de puestos de trabajo que tiene este sector, cuya expansión lo convierte en una herramienta de gran magnitud para afrontar el desafío transformador en la Argentina.

La formación de una cadena de valor que transita hacia la excelencia en la gestión de empresas, es el tejido imprescindible para apuntalar el crecimiento turístico que se ha verificado en estos años, tanto en calidad de servicio como en crecimiento de oferta.

Sería imposible sostener todo este crecimiento sin la tarea de base que se está realizando, desde el Ministerio de Turismo de la Nación, las provincias y los municipios, en el **CFT** y desde el sector privado encabezado por la Cámara Argentina de Turismo, junto a las entidades que la componen, para incrementar la calidad del

servicio y la diversidad de la oferta que se brinda a los turistas nacionales y extranjeros.

La unión estratégica que hoy se evidencia entre el sector público y privado no es casual; se trata de una gestión compartida que se ha ido consolidando en los últimos años.

La sanción de la Ley Nacional de Turismo en 2004, (demanda histórica del sector privado y del Consejo Federal de Turismo) fue el puntapié inicial para lograr el actual posicionamiento del sector, permitiendo concretar la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística. La interacción público-privada que posibilita el **INPROTUR** permite una planificación estratégica de las acciones tendientes a posicionar y desarrollar el destino y una rápida capacidad de reacción ante eventualidades que determine la coyuntura.

El avance experimentado se refleja tanto en la llegada de turistas extranjeros y en la imagen positiva del destino a nivel mundial, como

en la inversión realizada en infraestructura hotelera y de servicios, la generación de mano de obra calificada, el desarrollo de industrias vinculadas directa o indirectamente a la actividad y nuevos productos turísticos que día tras día se suman a la oferta de la Argentina.

El sector empresario integra numerosos eslabones fundamentales de la cadena de valor del negocio turístico. Así, ante el crecimiento e internacionalización de la actividad turística, el sector privado debió adaptarse a los requerimientos y necesidades de un turismo cada vez más exigente. Procesos como la globalización y el desarrollo de nuevas tecnologías modificaron las características, patrones e inquietudes de los turistas, quienes a través de la experiencia fueron incrementando la preferencia por un servicio de alta calidad, desarrollando una mayor conciencia de su incidencia tanto en la oferta como en la demanda.



Reunión en la CAT.



El Turismo como  
Política de Estado

## LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

Estos cambios también se manifiestan en la forma de comunicarse, trasladarse y consumir del actual viajero, que poco a poco se transforma en un nuevo tipo de consumidor en contraposición al tradicional turista. Este es un perfil de consumidor mucho más difícil de satisfacer, motivar y fidelizar, por ello es importante que toda la cadena de valor de prestadores turísticos esté atenta a este importante cambio en el consumidor turístico, dándole valor y atendiendo las nuevas expectativas de los consumidores, adaptándose a sus necesidades tan cambiantes, sin perder en este proceso la identidad corporativa y cultural de servicios propia.

En este contexto, la actividad privada apoya toda planificación a largo plazo que responda a una estrategia país, como es el caso del **PFETS**, la cual afianza un modelo de calidad turística en la búsqueda de la mejora constante y la sustentabilidad, asumiendo un fuerte compromiso con el concepto de turismo responsable y el cuidado del medio ambiente, a través del uso eficiente de los recursos y la aplicación de procesos que permitan optimizarlos y minimizar el impacto en el entorno.

El concepto de sustentabilidad adquiere real dimensión al incorporar las empresas del sector conceptos como turismo responsable, estándares medioambientales, optimización de procesos y **RSE**, cobrando cada día mayor importancia, no sólo en nuestro país sino en todo el mundo.

El uso eficiente de la energía y ahorro, el entrenamiento y capacitación del personal en el uso de los recursos, la interacción con la comunidad en la que se inserta la empresa; las reformas en infraestructura para minimizar el impacto sobre el medio ambiente y los planes para el manejo responsable de residuos permiten otorgar un valor diferencial a

numerosos establecimientos hoteleros y de servicios, cuando forman parte de un plan integral a largo plazo e incorporado a la cultura empresarial.

El ecoturismo es un sector del turismo con gran desarrollo a futuro, generando un crecimiento económico y una toma de conciencia por la conservación del medio ambiente y el conocimiento y respeto por la naturaleza de manera responsable, pero que sólo será viable si se desarrollan los proyectos ecoturísticos de una manera consciente y respetuosa del medio ambiente.

De esta manera se posibilitará a los prestadores turísticos generar un producto alternativo en una actividad ambiental sostenible, desarrollando acciones de gestión que permitirán mantener una mejor calidad de vida de la comunidad de cada destino turístico, resumiéndose todos estos conceptos en el fuerte compromiso de, por ejemplo, la industria hotelera por la hotelería "*Verde - Sustentable*", dentro de la cadena turística.

A partir del proceso de maduración transitado por la actividad turística, Argentina está preparada para generar productos y servicios turísticos que satisfagan las necesidades y expectativas tanto del mercado externo como interno, potenciando la oferta turística en forma inteligente y planificada, considerando las necesidades de las diferentes regiones y estableciendo prioridades para la inversión en infraestructura de servicios, de manera de poder ir materializando los proyectos en tiempo y forma, para sumarlos a la calidez y hospitalidad local y las bellezas naturales únicas que nuestro país tiene para ofrecer al visitante.

Somos un país con una biodiversidad única, lo cual no sólo es una ventaja competitiva como valor diferencial a favor del destino, sino que se transforma en un compromiso a futuro;

así como hay mucho para mostrar y explorar, hay mucho para cuidar, proteger y sustentar a largo plazo, preservando el patrimonio nacional para las generaciones futuras.

El objetivo es trabajar para el desarrollo de un turismo sustentable, esto implica generar ámbitos de discusión para resolver cuestiones que afectan las oportunidades de inversión en los distintos destinos, desafío aún pendiente y muy importante para poder crecer en forma armoniosa.

En tal sentido y como ejemplo, la hotelería es un sector donde el emprendedor debe hacer una inversión muy importante en activo fijo inmovilizado, teniendo luego que pensar en un recupero/retorno de inversión a muy largo plazo, por lo que es sumamente importante el establecimiento de reglas claras que regulen la actividad y aseguren la competencia leal y la aplicación de medidas de promoción e impulso de la actividad como las que contiene el **PFETS** en su esencia.

Sin lugar a dudas para alcanzar una inserción competitiva de Argentina en el contexto global, es menester la aplicación de distintos tipos de políticas, entre las que se pueden destacar las de promoción económica tendientes a estimular la actividad de las empresas; las de desarrollo urbano donde se destacan la mejora de la infraestructura, las comunicaciones y el transporte; las ambientales para proteger el medio ambiente, mejorando la competitividad de las empresas en este aspecto y las políticas sociales integradoras y de educación de las comunidades en las cuales la actividad turística se desarrolla.

La implementación y éxito de estas políticas estratégicas es responsabilidad tanto del sector público como privado, basada en una labor conjunta para el establecimiento no sólo de reglas claras y equitativas para el funcio-

namiento de la actividad, sino para educar y generar conciencia de la actividad social y con posibilidades de igualdad y de generación de fuentes de trabajo que el turismo ofrece a una comunidad. En función de esto es prioritario considerar al turismo no sólo desde el ámbito promocional y/o económico, sino el social, medioambiental, cultural, etc., valorando y apuntalando la competencia leal, el financiamiento de la infraestructura de servicios y la capacitación del recurso humano, factores necesarios para poder adaptarse al nuevo escenario turístico mundial y resultar competitivos.



CAT - Capacitación en Calidad.



CAT - Reunión con asociaciones de El Calafate.



Participación de la CAT en el stand de INPROTUR



### 1.7. Gobernanza público-privada para la promoción turística internacional: el Instituto Nacional de Promoción Turística.

La **Ley Nacional de Turismo N° 25.997** contempla la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística (**INPROTUR**) con el fin de que se constituya en el organismo responsable de la promoción turística internacional de la Argentina.

La creación del Instituto Nacional de Promoción Turística concreta la relación público-privada en lo que respecta a la promoción turística internacional. El **INPROTUR** tiene como misión posicionar a la Argentina como destino turístico internacional en los mercados emisores.

A tal fin, el Plan Estratégico de Marketing Turístico Internacional es la herramienta de gestión que permite profundizar la inserción de la Argentina como destino turístico en los mercados emisores. En los últimos años, a través del **INPROTUR**, se incrementaron de manera sustancial las acciones promocionales de nuestro país en el mundo, las cuales se consolidan e incrementan a partir de este plan, en consonancia con la visión del **PFETS** que busca “convertir a la República Argentina en un país líder en América Latina por la calidad y diversidad de su oferta turística, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del ambiente e identidad de sus habitantes”.

El Instituto es presidido por el titular de la autoridad de aplicación -en este caso el Ministerio de Turismo de la Nación- y tiene un directorio compuesto por los siguientes representantes: cinco (5) vocales designados

por el Ministerio de Turismo de la Presidencia de la Nación; tres (3) vocales designados por la Cámara Argentina de Turismo (**CAT**); y tres (3) vocales designados por el Consejo Federal de Turismo (**CFT**), debiendo el presidente y el directorio desempeñar sus funciones de manera ad honorem.

Son los objetivos principales del Instituto los siguientes:

- Diseñar y ejecutar los planes, programas y acciones en materia de promoción turística internacional.
- Administrar los fondos para la promoción.
- Investigar los mercados emisores internacionales y sus tendencias.

A partir de estos objetivos principales, el **INPROTUR** lleva adelante distintas líneas de actuación, entre las que merecen destacarse las siguientes:

1. **Diseño de estrategias de promoción Turística internacional**, con la finalidad de planificar las acciones según los 5 ejes de comunicación del **INPROTUR** (*Argentina Activa, Auténtica, Natural, Reuniones y Gourmet*), para lograr una eficaz promoción turística de Argentina, en todos los mercados meta del ámbito internacional.

Los objetivos particulares de estas actuaciones apuntan a maximizar los resultados de promoción de Argentina, obteniendo la mayor participación de los interesados (provincias y empresas privadas), en los eventos realizados por Argentina en el exterior. Se busca obtener la mejor relación inversión -retorno de la inversión (penetración de la marca Argentina), respecto del presupuesto destinado, a la vez de colaborar con las provincias y empresas privadas en la organización de sus intereses respecto a la participación de acciones de promoción en el exterior.

Toda la Argentina -regiones, provincias, empresas y asociaciones de carácter privado-, se ve beneficiada con la implementación de la planificación anual de acciones de promoción, ya que le permite tomar decisiones, particularizadas o en conjunto, con tiempo suficiente para llevarlas adelante. Esta tarea se lleva adelante todos los años durante el segundo semestre del año.

A su vez, se realiza el seguimiento continuo del plan de acción pautado, el análisis de informes y encuestas realizadas, auditando el presupuesto utilizado y la cantidad de participantes en las acciones abiertas a empresas y cámaras del sector privado y a los organismos de turismo provinciales, regionales o municipales.

2. **Gestión del Plan de Marketing para la promoción del Turismo receptivo**, orientado específicamente a promocionar el turismo receptivo de Argentina en el exterior, planificando a través de indicadores cuantitativos y cualitativos, los mercados meta.

Los indicadores que son tenidos en cuenta para tomar decisiones sobre en qué mercados realizar acciones de promoción y con

qué frecuencia y producto impactar, son los siguientes:

- Mercados regionales o fuera de la región.
- Ranking de arribos, cantidad de pasajeros.
- Gasto promedio por día.
- Conectividad aérea o terrestre, frecuencias regionales y provinciales.
- Presencia histórica de acciones de promoción de Argentina en el mercado (análisis de los últimos 5 años).
- Situación económica del mercado a nivel regional e internacional.
- Importancia en el flujo de capital para alguna región particular.
- Presencia en medios gráficos, o audiovisuales de Argentina (cantidades según períodos anuales).

Este abordaje de trabajo permite realizar la actualización de variables de medición de los mercados meta cada 2 años, para ubicarlos, según prioridad, en la categoría de mercados Prioritarios, Estratégicos y Potenciales. Además, las campañas de comunicación son revisadas cada 2 años con el objetivo de evaluar contenidos y aggiornar la propuesta a las necesidades de la demanda.

Para cumplir con estos objetivos se requiere un continuo estudio de la demanda y sus nuevas necesidades, de las nuevas realidades de la economía mundial y un análisis de las realidades regionales internas, que permitan alcanzar el continuo crecimiento de arribo de turistas,

mediante acciones de promoción turística en los mercados objetivamente seleccionados, llegando a ellos a través de promoción de los productos de interés de cada uno, según nicho de mercado potencial.

Al mismo tiempo, se maximizan los resultados de promoción de Argentina, logrando así aumentar el ingreso de divisas, para nivelar el flujo de intercambio entre egresos e ingresos del país.

3. **Posicionamiento de la Marca País**. Las actuaciones en este tema procuran posicionar los aspectos diferenciales del país en el mundo, trabajando en 4 aspectos -el turismo, el comercio, las inversiones directas y la cultura-, en conjunto con el sector público y privado. De esta manera se logra una sinergia entre los actores que permite mejorar el posicionamiento de la imagen de la Argentina en el exterior. Son sus objetivos centrales:

- 1- *Mejorar el Posicionamiento Mundial de la Argentina*
- 2- *Mejorar la valoración Industrial de la Argentina, atraer inversiones y difundir la cultura Argentina, como la promoción turística*
- 3- *Trabajar junto a las provincias en el posicionamiento del país*

Para lograr los objetivos citados, se mantiene un diálogo fluido entre los sectores público y privado, trabajando a la par con empresas, con la Cancillería Argentina y la Fundación Exportar, para promocionar el país con una única lógica discursiva y marcaría.



## El Turismo como Política de Estado

# LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

4. **Promoción Internacional de Inversiones en el Sector Turismo**, orientada a la captación de Inversión Extranjera Directa (IED) para el desarrollo de proyectos de inversión en el Sector Turismo, mediante una acción promocional sistemática destinada a identificar la demanda internacional de proyectos y/o partenariados en los que se requiere la incorporación de capital.

A raíz de la crisis global los flujos de inversión destinados al desarrollo de infraestructuras turísticas han sufrido un drástico cambio. Conforme el Informe Introductorio de Base del Seminario Técnico sobre Inversiones en Turismo en las Américas de la OMT, la configuración de la economía mundial que ha surgido tras la crisis es muy diferente a la de la pre-crisis. Su centro de gravedad se ha desplazado hacia el Oriente y el Sur y, a la vez, desde los países de la OCDE hacia los países emergentes, que en la década 2000 / 2010 han aumentado su cuota de la economía mundial del 40% al 49%, según el Centro de Desarrollo de la OCDE, con tendencia clara al aumento.

En este contexto, Argentina encara una fenomenal oportunidad para atraer IED al Sector Turismo en atención a las características propias de su economía y, al mismo tiempo, en relación con su posición relativa respecto de otras economías tradicionalmente tractoras de flujos de inversión (España, Grecia, México).

Nuevos actores comienzan a participar de la demanda de oportunidades de inversión en diferentes sectores, especialmente en el sector turístico. Estos nuevos actores no poseen la lógica tradicional de inversión que prima en el Sector Turismo sino que se encuentran abiertos a una importante gama de proyectos

de inversión, destacándose primariamente aquellos vinculados al uso mixto.

Para poder acceder a esta nueva clase de inversores es necesario conocer sus preferencias de inversión a fin de alinearlas con los intereses de desarrollo de la oferta turística nacional, es decir, partir desde la demanda.

A partir de este diagnóstico, las acciones promocionales que se encaran a nivel internacional tienden a la alineación de las preferencias del inversor con los intereses nacionales, a través de tres ejes comunicacionales: a) disposición a la radicación de IED (cómo ingresa); b) transmisión de las condiciones de competitividad del mercado (cuánto gana) y; c) facilidades para desarrollar nuevos proyectos (cómo sale).

Las acciones promocionales y las ofertas de inversión varían de acuerdo a la posición relativa del mercado emisor de flujo de inversión y a la visión que los inversores tienen de Argentina como destino final de sus fondos.

En síntesis, el INPROTUR es hoy una poderosa herramienta de gestión de la promoción turística del país para los ámbitos internacionales, y un ejemplo tangible de gobernanza público-privada de la política turística nacional.



Leonardo Boto - INPROTUR.



Acción Promocional INPROTUR.



Rally Dakar.

## 1.8. El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: la visión, misión sectorial, objetivo general y específicos.

Resulta evidente que la evolución del turismo depende de la base territorial en la que se despliega y de los subsistemas económicos en los cuales se integra o sobre los cuales se apoya. Por esta razón, la política turística se ve subordinada a los principios rectores de la política económica y de ordenamiento territorial, constituyéndose ambos en un marco referencial de actuación.

En el primer caso, los ejes directores del Gobierno Nacional en materia económica se asientan en el equilibrio fiscal, la consolidación del mercado interno, el tipo de cambio competitivo para las economías regionales y que las tasas de interés favorezcan la inversión productiva. Todo ello apoyado en la consolidación de la integración económica de la Argentina en el MERCOSUR y el resto del Mundo.

En cuanto a los principios rectores de la Política y Estrategia Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, encuentran asidero en dos conceptos. El primero es el derecho de todos los habitantes del suelo argentino a tener garantizadas buenas condiciones para vivir y desarrollar sus actividades productivas con independencia de su lugar de residencia. El segundo es la necesidad de construir un Estado sólido, capaz de prever las demandas de inversión en el territorio.

Tales lineamientos expresan, en consecuencia, la visión de una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa, donde cada habitante y su comunidad logren:

- Desarrollar su identidad territorial y cultural, así como su sentido de pertenencia al territorio argentino.

- Alcanzar el progreso económico según las capacidades y proyectos personales, sin necesidad de abandonar su región de origen.
- Alcanzar la sustentabilidad ambiental de su territorio, para garantizar la disponibilidad actual y futura de los recursos propios.
- Participar plenamente en la gestión democrática del territorio, en todas sus escalas.
- Acceder a los bienes y servicios esenciales, posibilitando el desarrollo personal y colectivo, así como una elevada calidad de vida, en todos los rincones del país<sup>1</sup>.

Como se visualizó oportunamente en el documento inicial del PFETS (2005), estos principios condujeron a la política turística a plantear cuatro premisas fundamentales para encarar la planificación estratégica:

- ✓ La consolidación institucional del turismo.
- ✓ La sustentabilidad.
- ✓ El desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional.
- ✓ La implantación de un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional.

Partiendo de tales premisas, e inspirado en las necesidades reales de los actores del Turismo y en los valores fundamentales del nuevo modelo de país, el paradigma turístico adoptado a través del PFETS permite establecer y planificar áreas prioritarias de desarrollo turístico. Estos son espacios geográficos o de congregación de intereses sobre los que se interviene con un proceso de planificación claro y concertado, buscando promover la evolución turística con sustentabilidad y mejorar las condiciones de competitividad del territorio.

El PFETS adquiere, de esta manera, un carácter instrumental y se convierte en un puente hacia el futuro, al consituirse en el proceso orientador y articulador de actuaciones que, en forma sinérgica, reafirma voluntades, optimiza recursos y encamina los esfuerzos, contenidos en el marco de un modelo concertado de desarrollo turístico sustentable para la República Argentina.

La formulación y ejecución del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, ha procurado, desde su génesis, adecuarse a los lineamientos propuestos para un nuevo modelo de país, que otorga al Estado un rol de liderazgo en el desarrollo de las economías sectoriales.

1. Plan Estratégico Territorial Bicentenario; Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.



## El Turismo como Política de Estado

# LA INSTITUCIONALIZACION DEL TURISMO ARGENTINO

Es así como a partir del año 2004, se puso en marcha este proceso, en el marco de una política turística guiada por dos ejes rectores: **el desarrollo económico con inclusión social y la conservación del patrimonio turístico nacional**. El rumbo propuesto originalmente es ratificado en la actualidad, procurando un crecimiento equilibrado en todo el territorio nacional, permitiendo la consolidación de destinos emergentes que incorporen nuevos estratos sociales al sistema de producción de servicios turísticos, favoreciendo las economías locales y fomentando el arraigo de sus residentes. Todo esto, en armonía con el entorno económico, social y ambiental de los destinos turísticos y de las poblaciones locales, procurando la perdurabilidad de los recursos, para que puedan ser aprovechados por las generaciones futuras.

A su vez, y como se mencionó anteriormente, el Plan está sustentado por cuatro premisas trascendentales que representan su espíritu, a saber:

- **La consolidación institucional:** se refiere a las cuestiones que permiten al sector turismo aumentar su nivel de desempeño, ocupando el lugar que merece para su despegue económico y cultural.
- **La sustentabilidad:** el crecimiento económico debe ser compatible con la conservación de los recursos naturales y culturales, y fortalecerse hacia la equidad distributiva. El Turismo se convierte, de esta manera, en claro puntal para integrar a nuestro país a los sectores público y privado, así como al grupo de Naciones que reorientan su desarrollo hacia la calidad y sustentabilidad, como dos ejes transversales esenciales.

- **El desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional:** se refiere a la decisión de consolidar los destinos y productos actuales, y de promover el fortalecimiento de los destinos emergentes. Para ello, es esencial la planificación integrada y descentralizada. Siguiendo la línea que este Plan ha instalado, trabajar desde las regiones y sus componentes locales, hacia la orientación general y sistémica de todo el conjunto federal.

Esta plataforma conceptual permitió, en el proceso de gestación del Plan, establecer la Visión y la Misión con la que se gestionaría la política turística en los años que siguieron a su concreción.

### Visión del Sector Turismo

Convertir a la República Argentina en el país mejor posicionado de Sudamérica por la calidad y diversidad de su oferta, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes.

### La Misión

Promover las condiciones óptimas de competitividad que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector turístico argentino y a la mejora en la calidad de vida de residentes y visitantes.

Sobre esta base, el PFETS se ha convertido en un plan con un fuerte carácter instrumental. Su objetivo general es **constituirse en el proceso orientador y articulador de actuaciones que, en forma sinérgica, reafirme voluntades, optimice recursos y encamine estos esfuerzos hacia un modelo concertado de desarrollo turístico sustentable para la República Argentina**.

Este objetivo ha tenido y sigue teniendo implicancias que dan sustento a todo el proceso de planificación, como ser:

- **El manejo descentralizado y la concertación federal:** refiere a la convicción de asumir que el nivel regional puede manejar de manera integrada y sustentable el desarrollo turístico, fortaleciendo articulaciones regionales capaces de integrar provincias y municipios, en una escala de actuación más amplia. Al respecto, hemos puesto mucho esfuerzo en profundizar la senda de la articulación con las regiones, hecho que ha sido posible gracias a la consolidación del Consejo Federal de Turismo. Desde el MINTUR hemos implementado mecanismos de intervención técnico-políticos en todo el territorio, posibilitando la

concertación federal en lo atinente a la planificación, las inversiones, el apoyo a la calidad, el marketing y la promoción.

- **Un marco conceptual participativo:** que ha integrado a las autoridades de turismo regionales y provinciales, así como al sector privado y a los equipos técnicos de las provincias, de un modo participativo. De esta manera, se han convertido en co-autores del Plan, lo que generó una mayor apropiación del mismo.
- **Plan Estratégico y planificación como proceso (abierto e inclusivo):** estos criterios participativos, concertados y descentralizados sólo pueden realizarse en un Plan de carácter estratégico. El Plan orienta las grandes líneas, pero deja abiertas muchas de sus modalidades de aplicación, ya que de esta manera se vuelve inclusivo y garantiza su sustentabilidad en el tiempo. Se trata de un Plan que, en realidad, desencadena un proceso permanente, antes que fijar un cuadro único, estático y excluyente.
- **Nuevos escenarios y modalidades alternativas:** la visión descentralizada, concertada y de proceso, es particularmente importante ante los cambios en los escenarios mundiales del turismo. Por ejemplo, el crecimiento de las modalidades alternativas, se refleja en la tendencia en aumento de la segmentación del mercado y el desarrollo de nuevas formas de turismo, con relación a los tradicionales paquetes turísticos<sup>2</sup>. Argentina tiene una gran diversidad de paisajes naturales y culturales, que le confieren un abanico de destinos y pro-

ductos capaces de atraer a los mercados y segmentos más ávidos de vivir experiencias singulares.

A su vez el **PFETS** se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

**Ambientales:** implementar un modelo de desarrollo turístico respetuoso del ambiente natural, que satisfaga las necesidades presentes, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias.

**Socioculturales:** lograr una mayor calidad de vida para los habitantes de la República Argentina, garantizando el respeto a la cultura, la identidad y los valores de las comunidades anfitrionas.

**De calidad:** desarrollar una cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en el compromiso de todos los actores y en la renovación de los métodos de gestión y producción, alineándolos a los objetivos estratégicos de la Calidad.

**Socioeconómicos:** propiciar la generación y distribución equilibrada de la renta turística interna y de los excedentes económicos internacionales generados por el Turismo receptivo, creando oportunidades de desarrollo económico y social para las generaciones venideras.

Con soporte en este andamiaje conceptual y filosófico de ejes rectores, premisas, visión, misión, objetivo general y específicos, hemos estructurado la gestión del Ministerio de Turismo desde el 2004 en adelante. Profundizando el rumbo estratégico, hemos actualizado el marco operativo, adaptándolo a los nuevos escenarios vigentes.

2. «Sustainable Development of Tourism: Principles and Practice». Gabor Verecz, WTO (World Tourism Organization), en *Tourism, Biodiversity and Information*. Edited by F. Di Castri and V. Balaji. Backhuys Publishers, Leiden, 2002.

# 2.

Justificación y Alcances  
de la Actualización

## UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO



Turismo 2020



- 2.1 / El nuevo paradigma del desarrollo turístico para el actual modelo productivo nacional.
- 2.2 / El Plan Federal hoy: alcances de su actualización.
- 2.3 / La Red de Articulación Federal: consolidación de las regiones para una gestión turística integrada.
- 2.4 / Turismo en el territorio: el nuevo Mapa Federal de Oportunidades.



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO



### 2.1. El nuevo paradigma del desarrollo turístico para el actual modelo productivo nacional.

**En 2003, la historia reciente daba cuenta de desigualdades, centralidad y concentración del turismo en nuestro país, producto de un modelo que dejaba casi exclusivamente en manos del mercado la regulación del sector. A partir de este Plan se explicitó un nuevo modelo de desarrollo turístico, que recuperó la política y la planificación como herramientas para la transformación del turismo en un marco de equilibrio, sustentabilidad e inclusión.**

El 25 de mayo del 2003, se inicia en nuestro país un nuevo modelo nacional, que se centra en el trabajo, la producción y la inclusión social. En este punto de nuestra historia reciente se abandona la idea de un “Estado mínimo” pregonada por el liberalismo económico y se asume que es necesario que el Estado interprete, planifique y actúe decididamente para cambiar la realidad, mejorándola y construyendo un país para todos, donde cada ciudadano se sienta incluido. Es así como se recupera la política y la planificación como herramientas para la transformación social, comenzando a revertir progresivamente los desequilibrios macroeconómicos y sociales pre-existentes.

A medida que el modelo productivo nacional se fue profundizando, nos encontramos con un escenario con las siguientes características: tipo de cambio competitivo y estable, cuentas públicas consolidadas con ingresos mayores a los egresos, manejo ordenado de la política monetaria, crecimiento de las exportaciones y un mercado interno fortalecido a partir del poder adquisitivo de los ciudadanos, que fue acrecentándose mediante una

firme política de distribución de la riqueza.

En este marco, en agosto de 2004 en Pilar, como sector, comenzamos un proceso de construcción colectiva que sentó las bases para el diseño e implementación del PFETS, abordando al mismo tiempo un nuevo paradigma para el desarrollo turístico en nuestro país.

Este modelo definió a la planificación como participativa y la convirtió en una actividad del conjunto de actores del sector (con énfasis en la cooperación público-privada) y no sólo del Ministerio de Turismo. Por otro lado, se entendió que este proceso interactivo de interpretación y actuación debía ser una herramienta para la transformación de la realidad turística, realidad que fue y es construida colectivamente, y que por lo tanto puede ser modificada a partir de la participación de todos los involucrados.

La mirada sobre el sistema turístico también se re-significó. A diferencia de la concepción histórica, que lo describía como la resultante de la oferta y la demanda, a partir de nuestro trabajo y de una creciente toma de conciencia del sector, empezamos a entender

al turismo argentino como un complejo y dinámico sistema en el cual las comunidades anfitrionas, la oferta turística y la demanda se interrelacionan. Este cambio de perspectiva dio lugar a la consideración de otro elemento prioritario para un modelo centrado en la sustentabilidad: los impactos que se generan, tanto positivos como negativos.

Bajo este enfoque el desarrollo turístico deja de ser un fin en sí mismo, se transforma y comienza a incluir además de las variables económicas, aspectos ambientales, sociales, institucionales y sobre todo, humanos. La idea de crecimiento ilimitado se desvanece y es suplantada por otra centrada en el desarrollo sustentable e inclusivo. El objeto de desarrollo, para este modelo, es la mejora en la calidad de vida de las personas: anfitriones y visitantes de los destinos turísticos de nuestro país.

Es así como se va configurando un modelo de desarrollo turístico inclusivo con tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía. A su vez, este enfoque amplio y contextual se completa a partir de un conjunto de valores que le dan sentido y significado, a saber:

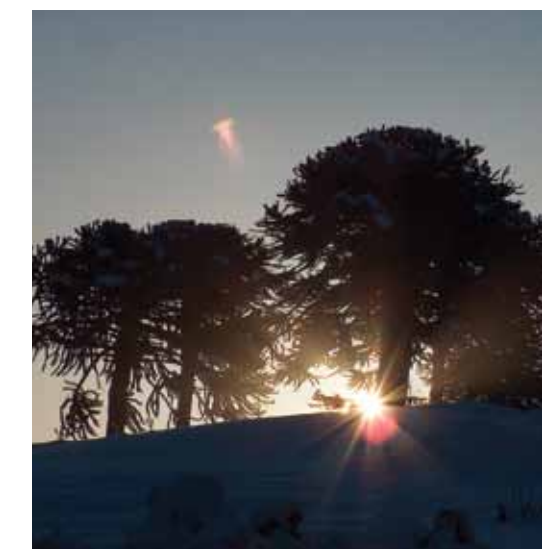
- Respeto por la identidad, cultura y valores de las comunidades con vocación turística.
- Respeto y cuidado del ambiente.
- Conservación y/o preservación del patrimonio natural y cultural del país.
- Trabajo colaborativo entre el sector público, privado, intermedio y académico.
- Fortalecimiento de las capacidades regionales y locales.

- Diversificación de la oferta turística.
- Crecimiento equilibrado, inclusivo y centrado en el trabajo y la producción.
- Planificación concertada de la inversión pública con las provincias y municipios.
- Distribución equitativa de los beneficios económicos generados por el turismo.
- Fomento de una cultura de la calidad y la mejora continua.
- Consolidación institucional del turismo y profesionalización del sector.
- Fortalecimiento de los destinos emergentes como nuevas oportunidades de desarrollo.
- Innovación en productos turísticos como estrategia de macro-diferenciación.
- La responsabilidad social como elemento imprescindible del crecimiento económico.
- Producción y socialización de la información y el conocimiento en pos de una adecuada planificación y toma de decisiones.
- Accesibilidad como cimiento para el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad.

Estos valores, que signan nuestra construcción colectiva, buscan desplegar las potencialidades de los actores para convertirlos en agentes de desarrollo capaces de comprometerse con este modelo turístico, contribuyendo de esta manera a la transformación real de nuestro país.

Como sector, estamos convencidos de que a través del camino que transitamos estamos convirtiendo a la Argentina en un destino competitivo y posicionado internacionalmente. Para ello trabajamos, por un lado, en la calidad y diversidad de su oferta sustentada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes, y por el otro, en la generación de experiencias significativas de alta calidad para los visitantes.

Como sector, estamos convencidos de que a través del camino que transitamos estamos convirtiendo a la Argentina en un destino competitivo y posicionado internacionalmente. Para ello trabajamos, por un lado, en la calidad y diversidad de su oferta sustentada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes, y por el otro, en la generación de experiencias significativas de alta calidad para los visitantes.



Villa Pehuena. Foto: Cecilia C. Morales.



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### 2.2. EL PFETS hoy: alcances de la actualización 2010.

El diseño e implementación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la República Argentina, desde su aprobación en junio de 2005, ha establecido los parámetros orientadores y articuladores de las actuaciones que en materia turística se están llevando a cabo en todo el país. Su concreción ha permitido encauzar las voluntades, los recursos y esfuerzos de los actores vinculados al desarrollo sustentable del Turismo Argentino, detrás de una Visión integradora para el sector.

La implementación del PFETS representa un proceso dinámico, con un horizonte a largo plazo, que involucra una serie de etapas progresivas de desarrollo, asumidas paulatinamente por los distintos niveles de Administración Gubernamental, así como por los demás actores involucrados en el quehacer turístico nacional.

Para ello, el PFETS cuenta con una herramienta específica de instrumentación, el Plan Operativo, que ordena metodológicamente los programas y procesos específicos que las Áreas de gestión del Ministerio de Turismo de la Nación desarrollan en el territorio.

En este marco estratégico, nos hemos propuesto impulsar la concreción de instancias de trabajo que dinamicen la gestión interna del Plan y su articulación regional a nivel federal, para realizar una puesta en valor integral del PFETS y lograr su actualización.

#### EL ENFOQUE FEDERAL.

Las primeras actuaciones, desarrolladas durante el año 2009, tuvieron como objetivo cooperar en el fortalecimiento de los espacios de concertación político-institucional del turismo. Tal el caso del Consejo Federal de Turismo y los Entes Regionales de Turismo. A partir del diseño y la implementación de una **Red de Articulación Federal**, se provee de entidad técnico-política a la necesaria integración federal que propugna el PFETS.

Consideramos que las labores de implementación de esta Red habrían de constituir el corazón estratégico del quehacer de la Coordinación del Plan. La premisa de incentivar el trabajo con las regiones de manera articulada y retroalimentada, viene a proporcionar la piedra angular de la sustentabilidad como herramienta de planificación estratégica federal del turismo argentino.

La Red sirve de dinamizador concreto en tiempo real de las necesidades, inquietudes y propuestas que presenten los responsables públicos y privados diseminados en el territorio nacional. Garantiza en todos los niveles de actuación del sistema una sinergia continua que oficie de canal efectivo de las gestiones que, en materia turística, propugnen los actores sectoriales. Desde esa perspectiva, vislumbramos que la estrategia de articulación regional habría de actuar no sólo como soporte técnico político de la gestión, sino también como estrategia concreta de actualización del Plan, contemplando la evaluación del nivel de

cumplimiento de metas por regiones previstas originalmente en el PFETS.

La metodología adoptada para realizar la primera actualización del PFETS fue desarrollada con la idea de conservar el espíritu participativo, estratégico y federal del Plan, buscando, asimismo, responder a los preceptos del decreto reglamentario 1297/2006, correspondiente a la ley 25.997, que dice:

**ARTÍCULO 4º.- Plan federal estratégico.** *La elaboración y actualización del Plan Federal Estratégico mencionado en el artículo 7º inciso a) de la Ley Nacional de Turismo se hará conforme una metodología que garantice la más amplia participación, de carácter regional y en todo el territorio nacional, respetando los principios incorporados en el artículo 2º de la Ley Nº 25.997, receptando criterios de participación sistemática de los actores del sector para la evaluación y actualización periódica trianual del marco estratégico de dicho plan.*

Con el fin de elaborar un abordaje metodológico integral, y con el objeto de reconocer las oportunidades de articulación entre los lineamientos estratégicos propuestos por el PFETS y las expectativas y necesidades político-institucionales de los niveles nacional, regional y provincial del Turismo, mantuvimos entrevistas en profundidad con las autoridades del Consejo Federal de Turismo y de los Entes Regionales de Turismo. En base a la información relevada, procedimos a diseñar los aspectos metodológicos de la **Red de Articulación Federal (RAF)** del PFETS, para abordar su implementación en el territorio nacional.

Esta Red de Articulación Federal está integrada por **equipos técnicos** de cada una de las provincias, designados por las autoridades políticas del Turismo provincial y reunidos en

el marco de los **Entes Regionales**. Estos equipos técnicos, coordinados por el Ministerio de Turismo de la Nación, fueron los encargados de formular los documentos de actualización del PFETS por Región, que sirvieron de insumo imprescindible para la actualización del Plan.

Procuramos desarrollar un proceso semiabierto de actualización del Plan, a través del trabajo en comisión con los Entes Regionales, desplegado en dos niveles. Primero, con los Secretarios y Ministros de turismo provinciales, como nivel decisor de la política turística provincial. Segundo, con los equipos técnico-profesionales conformados en el marco de dichos entes, como soporte instrumental de la visión política regional acerca de las necesidades de actualización del PFETS.

Paralelamente, se avanzó en entrenar a los coordinadores regionales dependientes de la Coordinación del Consejo Federal de Turismo, para que oficien de nexos calificados entre los equipos técnico-políticos de la Red de Articulación Federal del PFETS y el Ministerio de Turismo.

#### PROCESO DE ACTUALIZACION.

El criterio metodológico que hemos adoptado, en lo relativo a los alcances de la actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, parte de la premisa de conservar el enfoque estratégico original, consensuado por los actores intervinientes en su formulación en el año 2004.

En tal sentido, los aspectos básicos fundacionales del Plan, y que comprenden su marco estratégico permanecen inalterados, ya que establecen los parámetros generales orientadores de la política turística nacional, y fueron gestados en un proceso participativo que validó esos parámetros y su vigencia en el horizonte temporal descripto.

De tal forma, los elementos del marco es-

tratégico del PFETS proporcionan el necesario soporte en el cual asentar la gestión turística a todo nivel y en todo sector. Enumeramos los elementos a continuación, tal como en el documento original del Plan, y que fueron comentados en el apartado 1.8 del presente documento:

#### MARCO ESTRATEGICO

- Visión del Sector Turismo 2016
- La Misión
- Objetivo general del PFETS
- Objetivos específicos
- Premisas
- Campos de actuación
- Estrategias Federales

Una vez acordado este punto de partida, consideramos que la actualización del PFETS debía implicar la confluencia de cinco procesos de trabajo:

1. El análisis y actualización del **escenario turístico nacional**, como consecuencia de la revisión del estado presente del sistema turismo argentino. Esta tarea implicó la revisión de un gran volumen de información provisto por los referentes técnicos del **MIN-TUR** (incluyendo la **APN** y el **INPRO-TUR**) y otras fuentes de información. Para avanzar en la elaboración del nuevo escenario turístico nacional, creímos necesaria la designación de un referente técnico-político por Subsecretarías y Direcciones del **MINTUR**, el **INPROTUR** y la Administración de Parques Nacionales. Estos integraron el **equipo interno**



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

de actualización, junto con los representantes de la Unidad de Coordinación del PFETS y de la Coordinación del CFT, para trabajar en reuniones periódicas dentro del MINTUR. Cada uno de estos referentes ofició de enlace con su responsable de área y con el resto de sus colegas, con la responsabilidad de articular la provisión de la información necesaria para desarrollar el proceso y participar del trabajo técnico de actualización.

- La revisión de los **informes de gestión** de las áreas de trabajo del MINTUR, destacando los logros y resultados alcanzados hasta el momento por el organismo nacional de Turismo y su encuadre en las estrategias federales planteadas en el PFETS.

Este componente abarca tanto la lectura de las Memorias Institucionales anuales elaboradas por las áreas de gestión del Ministerio de Turismo, como también el análisis de diversos informes específicos producidos por las mismas, que van dando cuenta del cumplimiento de los objetivos generales y particulares fijados por ellas. Paralelamente, las diferentes áreas de gestión han elaborado dossiers estratégicos sobre su campo de actuación, donde describen aspectos cualitativos y cuantitativos de la actualidad de cada área de gestión, sus logros y resultados alcanzados hasta el momento y la visión hacia el futuro que consideran posible en base a los escenarios potenciales próximos.

- La actualización de los principales tópicos del **marco operativo del PFETS** y sus componentes, particularmente los aspectos de Estrategias Federales, Programas Federales, Componentes Turísticos, Mapas de Oportunidades e Inversiones.

### MARCO OPERATIVO

- Programas Federales
- Proyectos
- Indicadores
- Mapa Conceptual Federal
- Instituciones / Herramientas de gestión
- Componentes Turísticos
- Mapas de Oportunidades:
  - Componentes del Espacio Turístico priorizados
  - Inversiones
  - Escenarios temporales de inversión

Esta revisión comprende la **actualización del Plan Operativo (PO)** del Ministerio de Turismo, analizando cada uno de los programas vigentes hasta esta actualización, incorporando los nuevos programas que surgieron como resultado del escenario actual y ajustando los que no concuerden con el mismo. En este sentido, conservamos la metodología utilizada originalmente para la formulación del Plan Operativo. Sin embargo, decidimos sintetizar en un menor número los programas originales y aquellos que sea necesario incorporar permitiendo, de esta manera, desplegar una gestión estratégica del Plan más flexible y de mayor impacto.

A los efectos de concretar esta tarea, realizamos el 22 de marzo de 2011 en la Ciudad de Buenos Aires, un taller

con los referentes técnico-políticos de las distintas áreas del Ministerio de Turismo, **INPROTUR** y de la Administración de Parques Nacionales. El objetivo fue consensuar las herramientas para la elaboración de los Programas Federales del MINTUR, a través de un proceso participativo que permitió aunar los criterios metodológicos necesarios para avanzar en la reformulación de los mismos.

A su vez, procuramos que cada una de las áreas involucradas en este proceso incorpore las herramientas necesarias para definir sus indicadores de gestión correspondientes a cada programa, lo que permitirá optimizar la tarea de monitoreo del Plan. En los meses subsiguientes las áreas de gestión realizaron un trabajo interno para la formulación de sus Programas Federales, los que se presentan en el apartado 5.1 de este documento.

- La elaboración de los **Informes Estratégicos Regionales**, actividad que implicó la revisión del Plan en cada una de las 6 regiones turísticas, por parte de los equipos técnicos regionales de la Red de Articulación Federal del PFETS. Estos equipos técnicos, coordinados por el Ministerio de Turismo, fueron los encargados de formular los Informes que sirvieron de insumo imprescindible para la actualización del Plan.

Esta tarea fue desplegada por los equipos técnicos regionales de la Red de Articulación Federal (RAF) del PFETS, con participación de diversas áreas del

**MINTUR**. Esta propuesta de trabajo contó además, con el aval y el apoyo del Consejo Federal de Turismo (CFT).

Cada uno de los organismos provinciales de turismo intervinientes en la Red, articuló de manera habitual un intercambio de información y consulta con los actores turísticos públicos y privados de su jurisdicción. De esta manera, el trabajo técnico de los integrantes de la Red de Articulación Federal se encuentra basado en la estructura de comunicación interactiva y equipos en red propios y habituales de cada ámbito provincial, los que ofician como catalizadores y agentes de cambio de la política y la gestión turística en cada territorio.

De esta manera, los equipos de enlace regionales tienen como finalidad ser puente gerencial permanente del aseguramiento de la participación de todos los sectores involucrados en las realidades de las respectivas provincias, para la actualización de la línea de base regional del PFETS.

### ELEMENTOS DE INTERVENCION

El enfoque de trabajo adoptado implicó la revisión del Plan en cada una de las 6 regiones turísticas, por parte de los equipos técnicos regionales de la Red de Articulación Federal del PFETS. La metodología particularizada para estas actuaciones comprendió los siguientes elementos de intervención en cada región:

- Visión compartida de la Región, como complementaria de la visión turística nacional.

- Revisión y actualización de los Encuadres Programáticos.
- Revisión de los componentes turísticos e incorporación de nuevos elementos.
- Reformulación del Mapa de Oportunidades.
- Desarrollo de Productos Integradores Regionales.

Cabe destacar que la formulación de Productos Integradores Regionales facilita la elaboración de estrategias de mediano plazo, optimizando los recursos y alineando las voluntades provinciales. Permite además, integrar una visión compartida del conjunto de las provincias involucradas, enfocando la ejecución de los programas y proyectos en un eje concreto de integración regional.

Por otra parte, resulta conveniente la implementación de este tipo de productos, dado que facilita la identificación de los escenarios prioritarios de inversión y posibilita la promoción de los mismos a través de un marketing integrado que optimiza recursos.

### LA IMPLEMENTACION

Realizamos una serie de reuniones con los equipos técnicos de cada una de las Regiones Turísticas del País, en las que acordamos los aspectos metodológicos del trabajo de actualización, elaboramos la visión compartida de cada Región, el diagnóstico FODA y debatimos, en forma preliminar, los aspectos de lo-

gros del mapa de oportunidades 2005. Además, revisamos los componentes turísticos actuales y potenciales, e identificamos los productos turísticos integradores regionales.

El resultado son 6 Informes Estratégicos Regionales que sirvieron de ajuste del Documento de Base del PFETS. Se enviaron a las autoridades de los Entes Regionales para su evaluación, discusión y toma de decisiones. El objetivo fue el fortalecimiento institucional y la apropiación del Plan por parte de las provincias, a fin de dar sostenibilidad y sustentabilidad para la articulación con los técnicos del Ministerio de Turismo en una etapa posterior. Este intercambio en los talleres regionales generó el debate y el trabajo en los Entes, cuyo objetivo es lograr el consenso necesario para lograr los avales pertinentes en los territorios.

Esto facilita el fortalecimiento institucional de los Entes Regionales de Turismo del país, mediante la consolidación de los equipos técnicos regionales como soporte, en tiempo real, de las actuaciones de los Entes. Hemos observado como consecuencia de este proceso, la existencia de una transferencia tecnológica intrarregional de conocimientos y experiencias, que permitieron desarrollar un aprendizaje conjunto e incorporar hábitos y herramientas de gestión que mejoraron la competitividad sectorial.

- La intervención del **sector privado como socio estratégico sectorial**, a través de la Cámara Argentina de Tu-

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

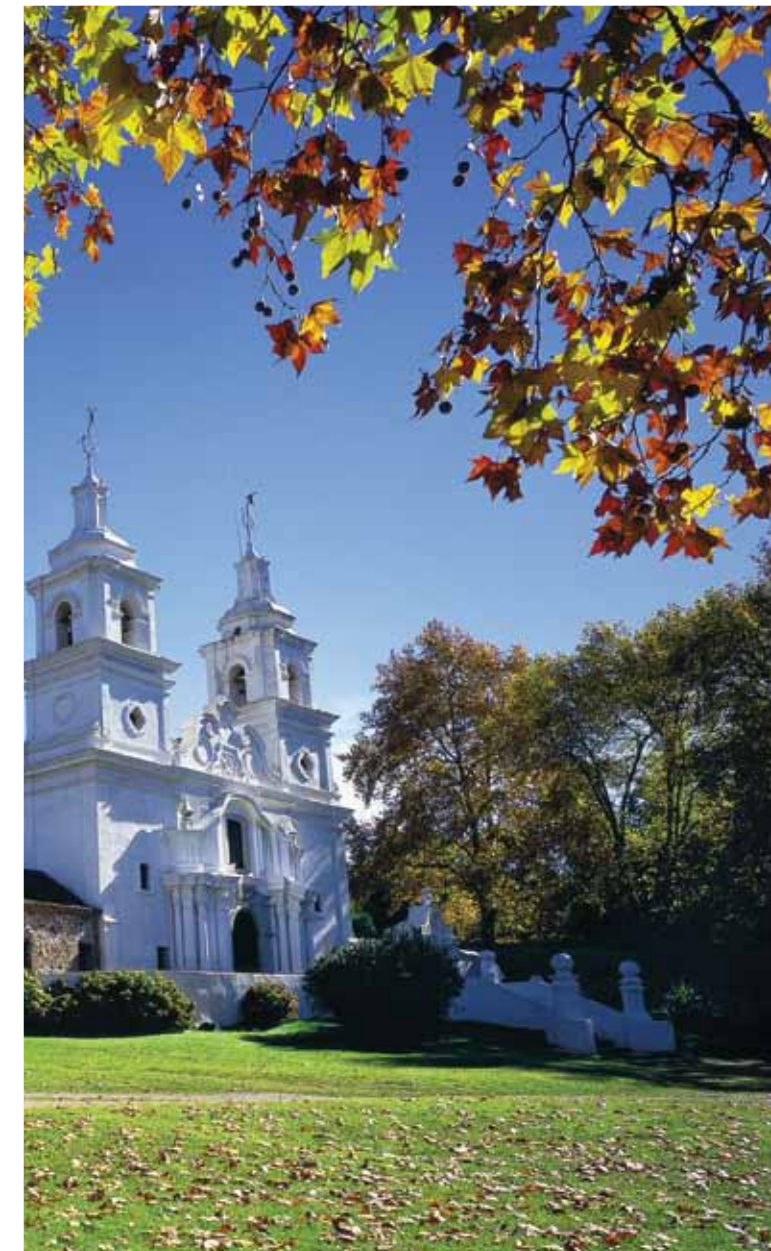
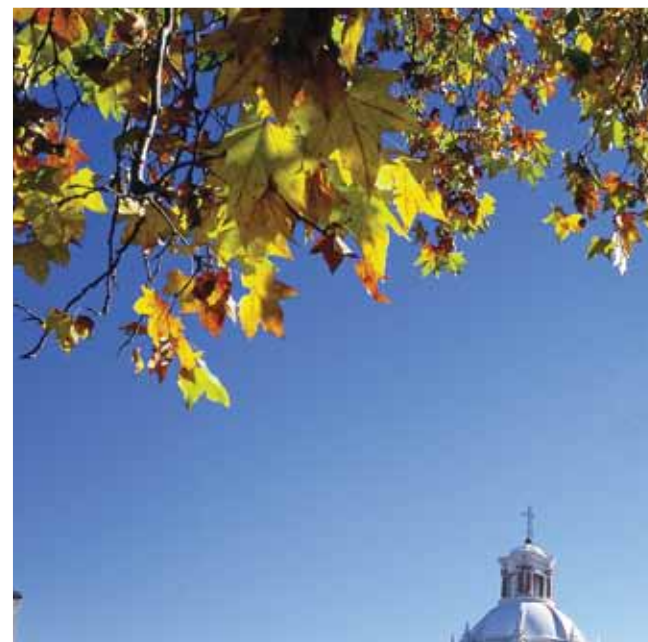
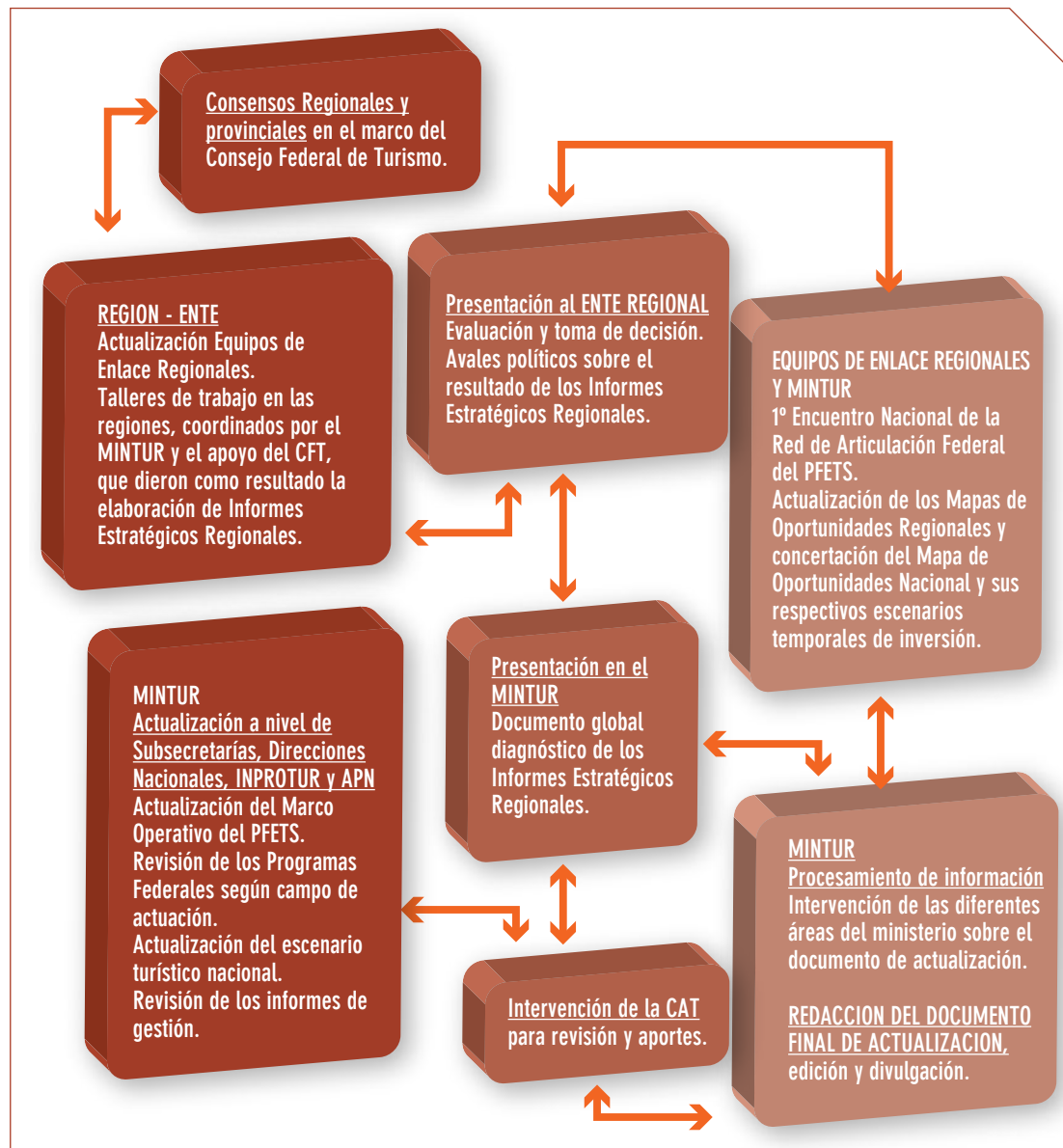
## Justificación y Alcances de la Actualización

rismo (CAT) y sus entidades asociadas, para que proceda a la revisión y realización de aportes en distintas instancias del proceso de actualización.

Estos cinco procesos de trabajo, brindaron los insumos claves necesarios para la elaboración del documento final de Actualización del PFETS. A su vez, dichas instancias de trabajo han generado valiosos productos individuales. Tal el caso de los documentos de actualización del Plan Operativo o los Informes Estratégicos Regionales, que sirven como referencia central de trabajo para la gestión del MINTUR y la de los Entes Regionales de Turismo del país, respectivamente.

En cuanto a los componentes turísticos y los respectivos mapas de oportunidades, junto con los escenarios de inversión, han sido reformulados en un proceso participativo a nivel federal que se inició con la formulación de los informes regionales y culminó con el 1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS, que se realizó en la Unidad Turística de Embalse los días 1, 2 y 3 de junio de 2011, en el que se acordó el nuevo Mapa Federal de Oportunidades Turísticas, que se presenta en el apartado 2.4 de este capítulo.

### Flujograma del Proceso de Actualización



Estancia Jesuítica Santa Catalina - Córdoba. Foto: Florian von der Fecht.

### 2.3. La Red de Articulación Federal. Consolidación de las regiones para una gestión turística integrada.

**El éxito de la planificación redunda no sólo en la capacidad de generar el mejor plan para una realidad determinada, sino también en crear las condiciones para su articulación con todos los actores involucrados.**

En la actualidad, es cada vez más frecuente hablar de desarrollo local basado en el turismo, y son muchos los territorios que están protagonizando procesos de recuperación y expansión económica, gracias a la extraordinaria evolución que está experimentando el sector.

Históricamente, el turismo ha mostrado una gran flexibilidad y versatilidad, ha ocupado posiciones relevantes en las economías locales y ha sabido satisfacer y adaptarse a las demandas del constante flujo que lo hace posible: el movimiento de las personas.

En la actualidad, el turismo se ha consolidado como una importante actividad económica, que ha confirmado su carácter transversal, y que se manifiesta como una oportunidad estratégica de primera magnitud para el ámbito local.

Existen numerosas razones para considerar que hay que dispensar al turismo un tratamiento profundo e intenso, que exige por una parte, realizar un análisis pormenorizado de sus presupuestos y características intrínsecas, y por la otra, estudiar cómo articular los mecanismos para que hagan de esta actividad una verdadera

oportunidad para el desarrollo sostenible de los territorios y de las personas que en ellos habitan.

Quizás más que cualquier otra actividad económica, combina dinámicamente recursos endógenos y exógenos, que correctamente vertebrados, proponen todo un catálogo de beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales. No obstante, hemos de ser conscientes que esta actividad requiere de una planificación que involucre a los actores locales en todas las fases del proceso, para evitar riesgos y consecuencias que deriven en efectos no deseados para el desarrollo territorial.

Respeto por el medioambiente y la cultura local, son condiciones indispensables para hacer del turismo una actividad sostenible, pero no exclusivamente. El consenso y el concierto local son las premisas que nos impulsan para que el desarrollo sea una realidad consolidable en el mediano y largo plazo.

La coordinación entre los distintos niveles del Estado, las cámaras empresarias y otras instituciones como las universidades y las ONGs, optimiza los resultados de la planificación, a la hora de coordinar, facilitar y liderar

el proceso de desarrollo del turismo. Esto, sin dudas, facilita la innovación y permite aumentar la eficiencia y la creación de asociaciones valiosas. Permite también la transferencia de experiencias que se están implementando en diferentes espacios del país, para encontrar elementos comunes y/o diferenciales que puedan ilustrar los procesos de desarrollo locales.

Tal como estaba previsto en el Plan, hemos realizado un gran esfuerzo de articulación entre el Estado Nacional y las regiones turísticas, a través de sus organizaciones provinciales. Durante los años 2009 y 2010 hemos puesto el foco en la construcción de una plataforma de enlace con las 6 regiones turísticas de nuestro país, a través de la conformación de equipos técnicos integrados por referentes provinciales y coordinados por el Ministerio de Turismo de la Nación, contando con el apoyo y acompañamiento del Consejo Federal de Turismo.

De esta forma hemos dado vida a lo que denominamos la **Red de Articulación Federal del PFETS (RAF)**, con un enfoque interinstitucional e intersectorial, siguiendo las intenciones descriptas en los lineamientos, premisas y estrategias del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.

#### EJES ESTRATEGICOS DE LA RED DE ARTICULACION FEDERAL

- Organización y gestión Federal
- Creación y fortalecimiento de articulaciones regionales
- Fortalecimiento de los entes regionales

La **RAF** se constituye como el espacio de articulación federal del **PFETS**, imprescindible para el intercambio y la toma de decisiones regionales que conlleven a la integración y articulación de acciones que impacten en el

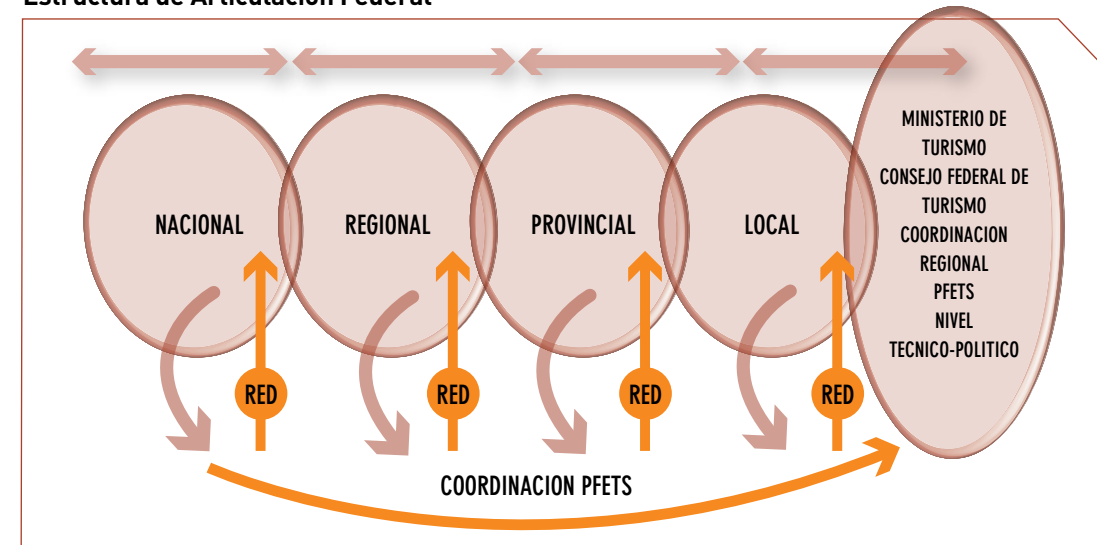


1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS.



Reunión PFETS Córdoba.

#### Estructura de Articulación Federal



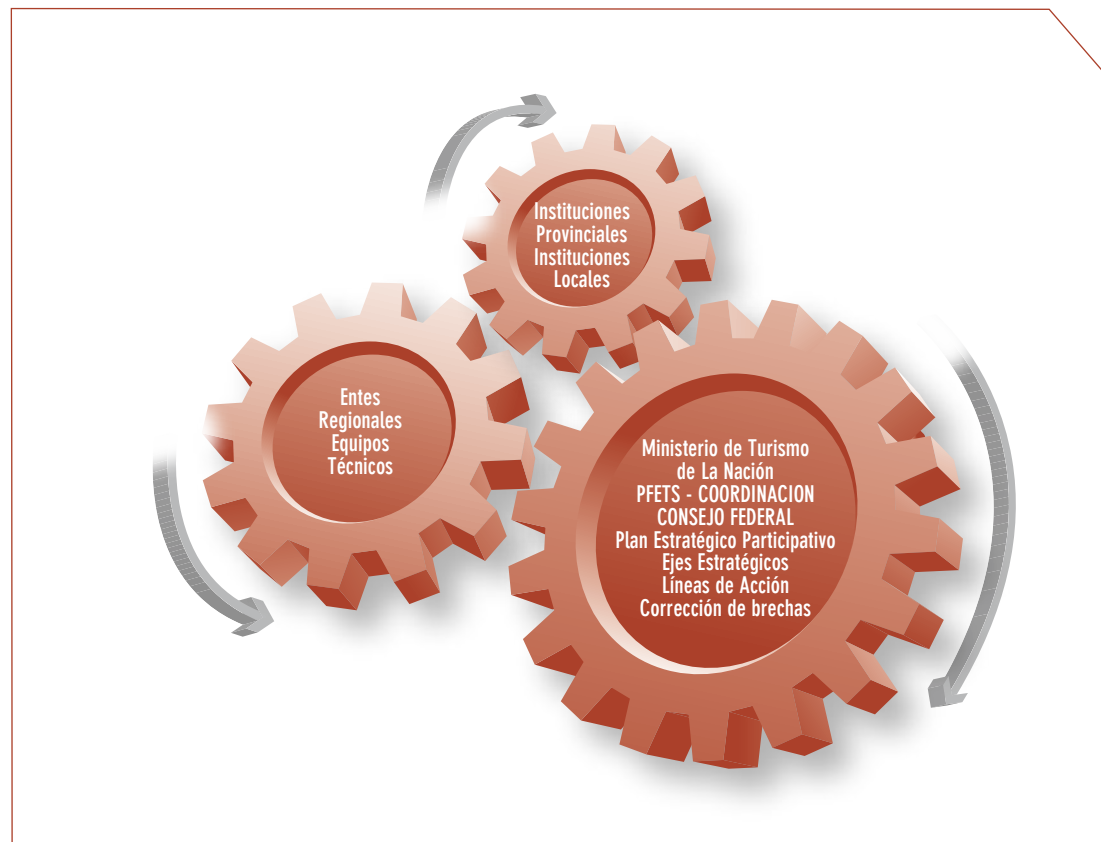
beneficio del conjunto, a la vez que preserva la identidad de las partes.

El diseño global del proceso de articulación federal, se focaliza en el fortalecimiento y autonomía de las regiones y de las provincias que componen el mapa turístico nacional, privilegiando los planes estratégicos y los acuerdos alcanzados por los referentes designados por las autoridades máximas del sector de cada provincia.

Como elemento fundamental de este proceso, cada equipo provincial, despliega una

metodología participativa hacia el interior de su territorio con todos los actores del turismo, operando como facilitadores permanentes de la comunicación intersectorial y como garantes de que la articulación se lleve a cabo. Recogiendo las expectativas, necesidades y aportaciones de los administradores de los municipios y destinos turísticos, los actores del sector empresario, las organizaciones no gubernamentales y las entidades académicas comprendidas en su territorio.

### Proceso de Articulación Comunicacional para la Toma de Decisiones



1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS.



Reunión Prov. de Buenos Aires.



Reunión Región Patagonia.



Reunión Región Cuyo.



Reunión Región Litoral.

### PROCESO DE ARTICULACION COMUNICACIONAL PARA LA TOMA DE DECISIONES.

De esta forma, hemos consolidado la base de sustentación del Plan, a través de la conformación de equipos de enlace compuestos por recursos técnicos calificados. Esto nos ha permitido gestionar la actualización del PFETS en forma participativa y federal. Estamos convencidos de que debemos profundizar el camino de las articulaciones regionales para sostener en el largo plazo, la planificación turística concertada a nivel nacional.

A partir de la implementación y puesta en funcionamiento de la RAF, hemos podido formular, junto con las regiones turísticas, los **Informes Estratégicos Regionales**, tal como se ha mencionado en el apartado anterior. La experiencia ha resultado sumamente enriquecedora para todos los actores involucrados, dado que desde el Ministerio de Turismo hemos articulado el trabajo con todas las provincias argentinas a fin de consensuar las bases para la consolidación del PFETS.

Es así que, como resultado de este proceso de coordinación federal, hemos concretado en junio de 2011 en la Unidad Turística de Embalse, Córdoba, la consolidación de los nuevos Mapas de Oportunidades Regionales en el **1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal de PFETS**, donde participaron los referentes técnicos de la RAF.

Como etapa previa a esta instancia nacional, se llevó a cabo en cada una de las regiones un trabajo sistémico de mapeo y cruce de información disponible. El equipo de enlace técnico de cada región ha pre-identificado las áreas de uso turístico actual y áreas con vocación turística, corredores turísticos, travesías y puertas actuales y potenciales, entre otros componentes. El criterio adoptado para la construcción de los



Reunión Región Norte.



1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS.



1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS.



1º Encuentro Nacional - Daniel Aguilera y Valeria Pettizza.



1º Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

Mapas de Oportunidades Regionales ha sido un análisis multivariado y de síntesis. Basado en la concentración en cantidad y calidad de variables del entorno y del sistema turístico propiamente dicho, como cantidad de habitantes de las comunidades receptoras, servicios básicos de infraestructura urbana, oferta turística (atractores, accesibilidad, conectividad, transporte y sistema de soporte) y distribución de la demanda. Asimismo, han sido tenidas en cuenta las inversiones públicas y privadas vinculadas al sec-

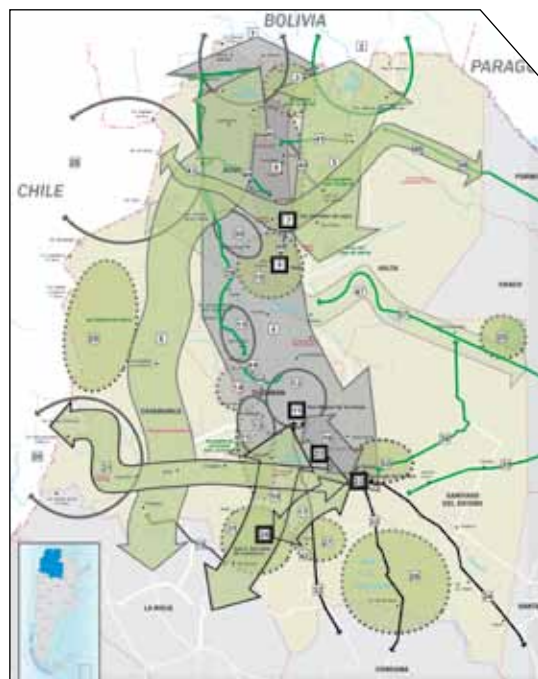
tor, y las actuales áreas con estudios de homologación regional del marco jurídico de la actividad turística. El trabajo desarrollado permitió una lectura integrada cuali-cuantitativa, para identificar espacios actuales o potenciales, por su oferta y su demanda, su accesibilidad y grado de desarrollo en los sistemas de soporte, por las inversiones que se estén haciendo, y por los incentivos u oportunidades de fomento de que se disponen. Como resultado se han obtenido mapas de

carácter propositivo, que consisten en una primera aproximación hacia las áreas turísticas con necesidad prioritaria de inversión, definidas como "áreas de oportunidad". Son aquellas áreas administrativas, operativas y funcionales donde es susceptible implementar acciones para fortalecer y/o mejorar el desempeño de ese espacio, a través de acciones públicas o privadas.

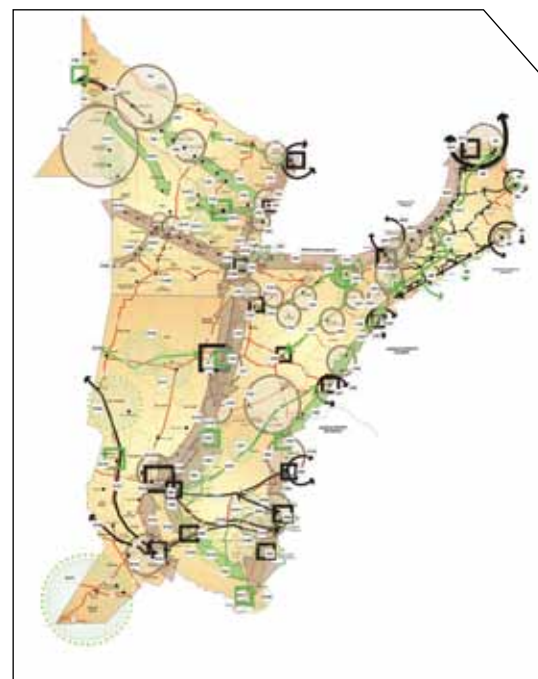
Estos mapas (que se incluyen a efecto ilustrativo más abajo) proporcionan una definición de componentes de escala regional. Si bien no todos los componentes fueron necesariamente considerados al momento de la integración del Mapa nacional, resultan muy valideros para impulsar actuaciones desde el conjunto regional o desde las provincias integrantes. La información en ellos contenida será revalidada en los trabajos de Planificación Estratégica Regional que hemos previsto encarar a partir de 2012, en conjunto con el Consejo Federal de Turismo.

Con estos mapas como base, llegamos a la Instancia de Concertación Nacional en el encuentro de Embalse, donde a través de una metodología participativa y federal, logramos consolidar los nuevos Mapas de Oportunidades Regionales y el Mapa Nacional Integrado, que se describen en el apartado siguiente.

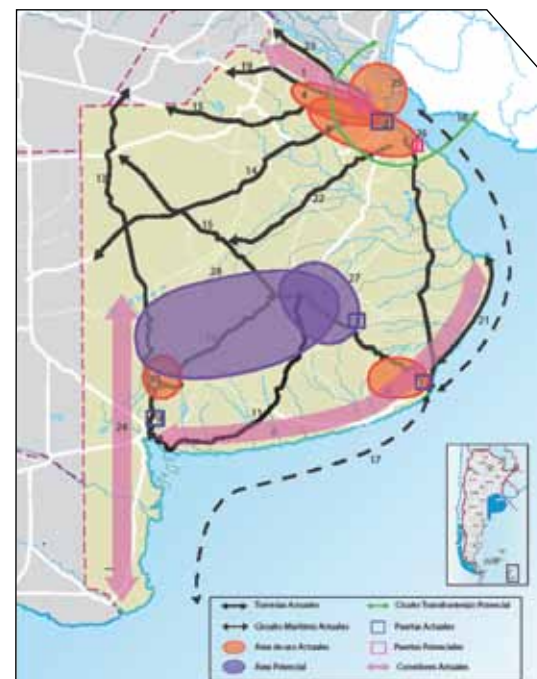
### ELABORACION DE MAPAS PRELIMINARES DE LOS INFORMES ESTRATEGICOS REGIONALES



Región Norte.



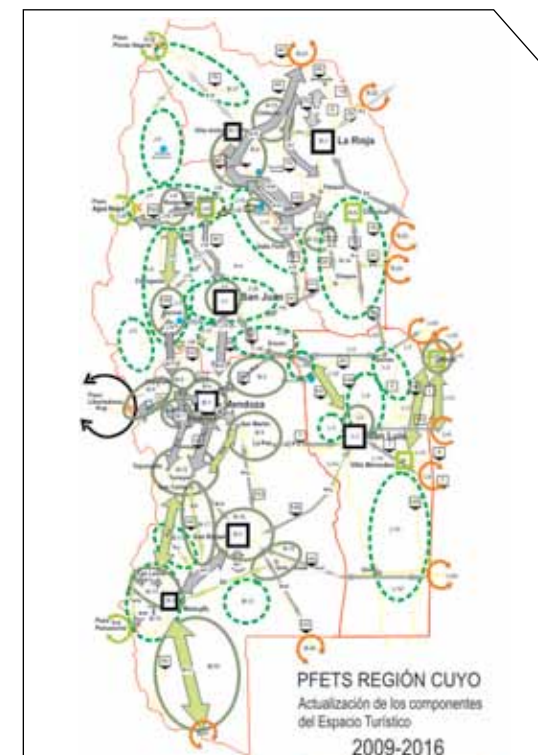
Región Litoral.



Región Buenos Aires.



Región Córdoba.



Región Cuyo.



Región Patagonia.



## 2.4. Turismo en el territorio: el nuevo Mapa Federal de Oportunidades Turísticas.

### DE LA MIRADA REGIONAL A LA MIRADA FEDERAL.

Así como se actualizaron los encuadres programáticos desde una escala regional, se procedió luego a actualizar el universo espacial adecuado para su implementación. En el mencionado proceso, el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) adquiere carácter instrumental y se convierte en una brújula cuyo objeto es profundizar los aspectos más tangibles del desarrollo turístico. El MFOT, considerado una síntesis gráfica de la realidad percibida por sus actores, permite visualizar -de una forma genérica y práctica - el modelo consensuado de actuación sobre los componentes del espacio turístico, resultantes de la reflexión interna de las regiones y de los acuerdos generados en el Taller de Embalse Río Tercero.

La actualización del PFETS constituye la base para reafirmar las políticas y estrategias de desarrollo del turismo sustentable -de manera consensuada y coherente-, con el compromiso de los actores políticos y técnicos para asumir los acuerdos de su implementación. Asimismo, constituye una herramienta de gestión que permite consolidar el Plan en su carácter de proceso orientador y articulador de las actuaciones en materia turística, para avanzar en la construcción de las condiciones de competitividad que el sector necesita para lograr sus máximos beneficios. Para la tarea de actualización del MFOT, se conservó la idea de oportunidad como indicativo de conveniencia de tiempo y de lugar. De modo concurrente con este criterio, se mantuvo desde lo conceptual, el menú de componentes del espacio turístico propuesto por el PFETS 2016: corredores, áreas de uso

turístico actual y áreas con vocación para el uso turístico, puertas, travesías, circuitos turísticos transfronterizos y circuitos marítimos -fluviales, fueron los elementos de referencia que se revisaron y ajustaron en la instancia de actualización. Se incorporan al MFOT, a modo de nuevos espacios turísticos, las "travesías con vocación turística". Las de condición actual son aquellas que responden a ejes viales destacados por contener una concentración importante de atractivos turísticos de media a alta importancia y servicios a lo largo de su recorrido, susceptibles de convertirse en el mediano y largo plazo en corredores turísticos. Y las de condición potencial, que contienen sólo atractivos turísticos, de media a alta importancia.

### ¿COMO SE ABORDO LA ACTUALIZACION DE LOS MAPAS?

En su rol de liderazgo, el Ministerio de Turismo arma en el año 2010 una comisión ad hoc para encarar la primera actualización del PFETS 2016. Este trabajo de actualización dio un gran protagonismo a las regiones, que abrazaron la tarea de revisar sus resultados, ajustar y reformular sus encuadres programáticos y revisar -como uno de los objetivos- la porción regional del MFOT, a los efectos de aportar a la actualización de dicho Mapa y a la obtención de un mapa de mayor detalle, que les diera pie a iniciar una tarea de planificación de escala regional.

El criterio técnico planteado por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico -a quien el equipo de coordinación recurrió para la actualización de los mapas- partió de umbrales razonables de crecimiento y/o expansión, desde la base ofrecida por el primer MFOT. Desde esta perspectiva, se acordó que la propuesta original sumaría en su actualización, una cantidad acotada de espacios nuevos, en un porcentaje acorde al tiempo transcurrido. De modo complementario, se definieron como criterios de marco incorporar también al Mapa Federal de Oportunidades Turísticas nuevo, los cambios de condición identificados por las regiones -de potencial a actual-, las modificaciones de extensión y denominación, así como también las eliminaciones debidamente justificadas.

Cabe aclarar que la propuesta mencionada se basa en haber realizado una completa y exhaustiva identificación de la condición turística de todo el territorio nacional (escenario de partida heredado), por la cual los espacios turísticos -en su dimensión espacial- no son susceptibles de cambios sustantivos en períodos acotados de tiempo.

Esta tarea de actualización del MFOT implicó, necesariamente, contemplar condiciones de coherencia referidas a la continuidad, viabilidad, previsión, racionalidad y flexibilidad. Es importante diferenciar las distintas escalas de trabajo que pueden ser abordadas en los procesos de planificación: en este caso, se utilizó como insumo para la actualización del MFOT, los aportes del trabajo realizado en las regiones que tuvieron como marco una escala absolutamente regional, portadores de una riqueza y nivel de detalle que excedía, el de la escala federal. Para la generación del trabajo de síntesis, se realizó el encuentro nacional de Embalse, referido en el apartado anterior, al que fueron invitados los principales referentes técnicos del ámbito público de cada una de las provincias.

Durante el encuentro de referencia, se utilizaron como principal insumo los mapas regionales actualizados. Este material fue sujeto a una tarea de observación comparativa con los mapas regionales originales ofrecidos por el PFETS 2016. A partir de allí, se logró identificar los cambios de condición, extensión y denominación, así como también los espacios nuevos y eliminados que quedaron plasmados en la Matriz de reconocimiento (Anexo Metodológico 6.3.5.b). En una segunda instancia se valorizaron los espacios nuevos, utilizando como recurso una Matriz con nueve variables que se presentan en detalle en el Anexo Metodológico 6.3.5.b. Los espacios identificados como más valiosos en una proporción que se movió en un rango de entre el 5 y el 10 % del total de componentes de la región, fueron incorporados al MFOT nuevo.

La actualización del MFOT ocurre entonces al momento en que el Mapa del 2005 asume en su estructura los aportes regionales cuya trascendencia y proyección fueron conside-

rados susceptibles de ser absorbidos por la escala federal en un umbral de crecimiento razonable, determinado por el carácter perenne de los componentes del espacio turístico identificados por el PFETS en su versión original. Aquí se verifica claramente, la flexibilidad del PFETS 2016 que procura conservar la estructura tramada y proporcionalidad de base, pero es a igual tiempo permeable a la incorporación de cambios emanados de la visión territorial surgida de la mirada de actores regionales, que dan completitud, riqueza y correspondencia con la realidad al MFOT, revigorizando y rejuveneciendo el proceso vivo de planificación.

Por otro lado, en el marco de la fuerte dependencia que el Turismo mantiene con las bases económicas y territoriales donde se asienta, es oportuno recordar que el PFETS 2016 presentado en el año 2005, fue construido teniendo como referencia los valores y consignas emanados del Plan Estratégico Territorial -PET- del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, en las versiones preliminares de aquel momento, que luego alcanzaron su madurez con las presentaciones del año 2008 y 2010, respectivamente.

Al respecto el PET enuncia los "lineamientos fundamentales al que aspira el país en relación con el reconocimiento de las problemáticas y oportunidades actuales de cada región" y en el marco de los lineamientos de la Política Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, se plantean tres objetivos principales que, articulados entre sí, constituyen los fundamentos para la construcción de una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa. Las estrategias específicas en las que se desagrega, permiten la especialización geográfica de los objetivos, y dan cuenta de la

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

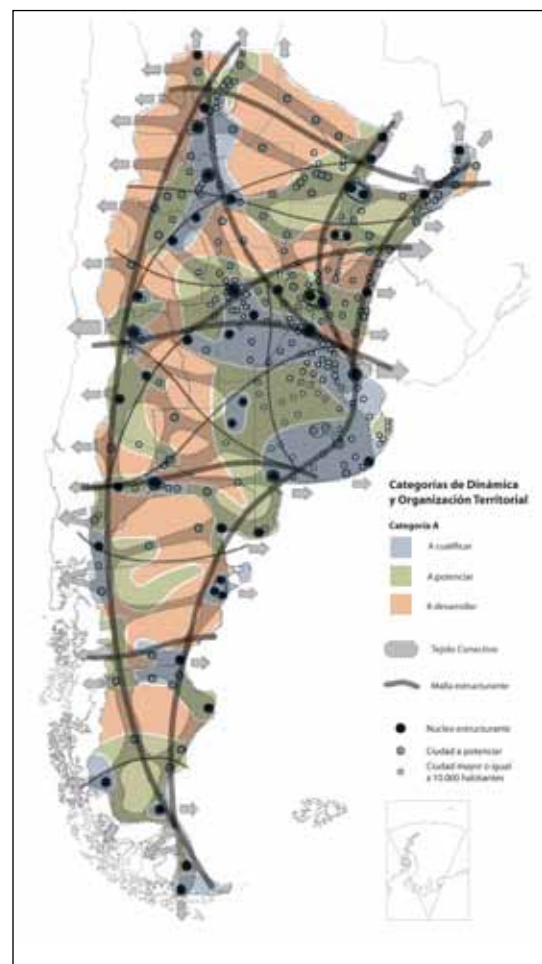
perspectiva integral que supone reconocer la interdependencia de los fenómenos que ocurren en el territorio y de las políticas sectoriales que allí se aplican.

- Mejorar y sostener el crecimiento de la producción, en forma equilibrada, mediante la construcción de infraestructura y equipamiento.
- Garantizar el acceso de la población a los bienes y servicios básicos, promoviendo el desarrollo equitativo de las regiones y el arraigo de sus habitantes.
- Contribuir a la valorización de nuestro patrimonio natural y cultural a través de una gestión integrada y responsable.

Como se puede observar, existe una interdependencia y coherencia interna con la planificación macro ofrecida por el Ministerio de Planificación, que resulta medular y se erige como un criterio a preservar en el momento de la actualización del PFETS, pues da coherencia interna al desarrollo turístico en relación con el devenir territorial donde se asientan todos los demás sectores productivos con los cuales el Turismo se interrelaciona y se complementa de modo permanente.



PFETS 2005  
Mapa Federal de Oportunidades.



PET 2008  
Mapa Escenario deseado.



PET 2008  
Mapa de integración sudamericana.

El resultado del encuentro de Embalse da cuenta de un Mapa Federal de Oportunidades Turísticas que crece en espacios turísticos, no sólo en cantidad de espacios totales, sino en algunos cambios de condición -de actual a potencial- que se pudieron verificar en base a criterios prefigurados ad hoc para esta tarea (**Anexo Metodológico 6.3.5.b**).

En cuanto al Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (**MFOT**) a nivel nacional -2005- estaba compuesto por 258 componentes del espacio turístico, mientras que en el **MFOT** -actualizado- se visualizan un total de 266. En relación a los **T1** y **T2** se observaban 33 y 27 espacios respectivamente, mientras que en los **T2** y **T3** del Mapa de Priorización Consolidado (**MPC**) se han priorizado 47 y 36 espacios.

A continuación se comentan los aportes más destacados de la actualización por región:

**NORTE:** refuerzan la conectividad transversal con dos corredores nuevos transversales bioceánicos: Jama y Sico, uniendo de este modo la región Litoral con la República de Chile. El redireccionamiento del Corredor Central une cuatro de las cinco puertas capitales: San Salvador de Jujuy, Salta, San Miguel de Tucumán y Santiago del Estero.

**LITORAL:** unificación del Corredor Paraná (medio y bajo), subsumiendo el Corredor Iguazú Posadas en el Corredor Alto Paraná, refuerzan su esquema horizontal, con el cambio de naturaleza de la travesía RN 81, a Corredor Potencial Eje Capricornio, que conecta con el Corredor Bioceánico Paso Jama, uniéndose de este modo con la región Norte y Chile.

**BUENOS AIRES:** se mantuvieron los ejes dados por la costa atlántica y por el fluvial, que conecta con el Litoral, a través del Río Paraná. Se crearon las áreas Salamone, del Delta del Río Paraná y Area Escapadas Buenos Aires; además se incorporó la puerta Ciudad de La Plata.

**CORDOBA:** la región en general conservó su fisonomía, sin embargo cambió la denominación regional de región "Centro" a región "Córdoba". Entre los aportes más significativos, figuran la incorporación de dos puertas, el Area Noroeste y el Corredor Sierras del Sur. Se ajustó la condición de actual a potencial del Area Mar Chiquita y el Corredor de la Historia.

**PATAGONIA:** refuerza su esquema horizontal con la suma de dos corredores transversales: Corredor Central de La Pampa y el Corredor de la RN 23. Aparecen áreas con vocación turística en zonas de meseta, tales como Meseta de Somuncurá, Piedra Parada y de los Bosques Petrificados. Se agrega la Puerta Barrancas como conexión intra-regional.

En el caso de **CUYO** se decidió la aplicación de una metodología de actualización particularizada, debido a que el equipo de trabajo regional observó que el Mapa original de Cuyo difería considerablemente de las expectativas de la región. Esto quedó oportunamente evidenciado en la notable diferencia entre el resultado del mapa actualizado elaborado por la región durante el trabajo de construcción de su Informe Estratégico Regional, y el Mapa regional de base (**PFETS 2016**) utilizado por todas las regiones; motivo por el cual no fue posible tomarlo como punto de partida para la actualización.



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO



Salinas Grandes - Foto: Ministerio de Turismo.

La solución que se encontró fue la construcción de un mapa regional de síntesis nuevo, para lo cual se acordó entre el equipo técnico coordinador y los representantes regionales, utilizar como insumo los componentes del espacio turístico documentados en el trabajo de actualización regional, así como también mantener el número y diversidad de componentes del Mapa del 2005.

### UNA MIRADA REGIONAL DE REVISION Y AJUSTE HACIA EL 2020.

#### Priorización de los componentes del espacio turístico:

**El análisis y la evaluación de la dinámica territorial de oportunidades turísticas -distribuidas a lo largo y ancho del país- permite mostrar la evolución y la consolidación de los escenarios temporales de actuación definidos en el Mapa de oportunidades inicial, con respecto a la configuración de un nuevo escenario, transcurridos cinco años desde el inicio de proceso de planificación.**

El MFOT basa su construcción en una estructura de trama figurada vertical y horizontal, que une todos los puntos del país bajo una visión sistémica con proporcionalidad y empleo de la idea de oportunidad. Asimismo, los criterios de priorización de base para los escenarios temporales de actuación, facilitan la lectura de todos sus componentes y sirven de base para la planificación concertada federal y la descentralización de la misma hacia las regiones correspondientes.

La revisión y ajuste de los escenarios temporales de actuación para el corto y mediano plazo, son una tarea sustantiva en esta instancia de actualización. Esta tarea está estrechamente ligada a la actualización del MFOT y reviste gran trascendencia, pues hace foco en la revisión de un menú de componentes de los espacios turísticos regionales cuyo desarrollo es considerado prioritario y sobre el cual cabe un compromiso diferenciado de actuación en inversiones y de distinta índole. No obstante ello, al igual que el MFOT, el mapa de priorizaciones tiene carácter instrumental y su función es guiar la concentración de esfuerzos de

gestión turística en el territorio.

El PFETS 2016 propone dos escenarios temporales de inversión: el Tiempo 1, con un conjunto de 33 espacios priorizados distribuidos en todas las regiones del país, de modo proporcionado, con dominancia de los espacios de carácter emergente, en un todo de acuerdo con el modelo de desarrollo turístico inclusivo, de desarrollo equilibrado y desconcentrador de la oferta y la demanda. Luego, propone un Tiempo 2, con 27 espacios priorizados. Ambos escenarios sumados, concentran una cuarta parte del total de los espacios del MFOT. La actualización de este tramo del PFETS 2016, se concentró en revisar lo ocurrido con los espacios del T1 y T2 en su conjunto. Para ello, se definió una propuesta metodológica que consolida el T2, año 2012 a 2016 y construye un T3, que extiende naturalmente el horizonte temporal del proceso de planificación turística hacia el año 2020. El objetivo de este tramo de actualización fue llevar el menú de espacios priorizados de una cuarta parte del MFOT a una tercera parte.

El nuevo Mapa Federal de Oportunidades, re-significado con los aportes de la actualización, permite orientar las estrategias de actuación en el territorio, así como también optimizar el uso de los recursos dando respuesta a las necesidades de inversión pública y privada en horizontes temporales acordados colectivamente. Dichas necesidades de inversión implican, desde obras físicas, hasta acciones de capacitación, promoción, programas de calidad, fortalecimiento institucional, entre otras.

Por otro lado, la actualización del Mapa de Priorización de espacios consolidado nuevo y su desdoblamiento en dos escenarios temporales de actuación, tuvo como criterio marco que se integrara en un 50% por espacios de

condición emergente, la equidad en el número de espacios prioritarios por Provincia, la admisión de un 20% de incorporaciones a los conjuntos originales y considerando inclusive un porcentaje similar de reemplazos no obligatorios.

La dinámica propuesta para el Taller de Embalse Río Tercero fue generar una discusión e intercambio intra-regional a los efectos de revisar y ajustar el menú de espacios ofrecido por el Mapa de Priorización Consolidado (MPC) del 2005 (T1+T2) teniendo en cuenta los criterios de marco fijados para la tarea. Cabe destacar, que debido a que estas definiciones son de un fuerte contenido político y estratégico, se acordó en el taller que los equipos técnicos armaran una hipótesis de conjunto a ser aprobada luego por las máximas autoridades provinciales.

En la mayoría de las regiones el debate fue muy interesante e intenso, pero el acuerdo y fijación de estrategias generales sobre qué espacios priorizar, llegó naturalmente. En otros casos, fue necesario recurrir a una Matriz de priorización (Anexo Metodológico 6.3.5.b) para facilitar la objetivación respecto al peso específico del espacio en cuestión para su priorización.

Como resultado de lo expuesto anteriormente, se obtuvo la actualización del Mapa de Priorización Consolidado (T2+T3) habiéndose alcanzado el objetivo propuesto de crecimiento sobre los espacios incluidos en el citado MPC del 2005. A continuación se realizó la selección de aquellos componentes del espacio que conformarían el T2 y el T3, permitiendo la construcción de los nuevos MPC regionales.

Entre los aportes más destacados de la actualización para cada región se pueden mencionar:

**NORTE:** en el MPC T2 se priorizaron 11 componentes, 1 área, 2 puertas, 2 travesías y 6 corredores, de los cuales 5 son de condición actual y 6 potenciales. Se destaca la ampliación del Corredor Central del Norte y la incorporación del Corredor Transversal Bioceánico Jama. Para el T3 se seleccionaron 8 espacios, 3 áreas, 2 travesías, 2 circuitos transfronterizos y el Corredor Transversal Bioceánico Sico, que optimizan la oferta turística y la conectividad de la región, de los cuales 5 son actuales y 3 potenciales.

**LITORAL:** del total de los 9 componentes del espacio que conforman el MPC T2, 7 son corredores potenciales, 1 travesía correspondiente a la ruta de la Yerba Mate y el Circuito Transfronterizo Paso de Los Libres-Uruguayana. El MPC T3 queda compuesto por 6 espacios, 3 de condición actual y 3 potencial.

**BUENOS AIRES:** en el MPC T2 se observan 4 espacios, 3 actuales y 1 potencial, manteniéndose una distribución equilibrada de la región, con 3 corredores y 1 puerta. En cuanto al T3, el mapa muestra 4 espacios priorizados de los cuales 3 son potenciales y 1 actual. De estos espacios 2 son áreas, 1 corredor y 1 puerta.

**CORDOBA:** la región presenta un mapa de priorizaciones bastante similar al original, quedando en el T2 3 componentes priorizados en total, de los cuales uno es 1 área potencial y el resto 2 corredores, uno actual y uno potencial. Para el MPC T3 seleccionó 3 compo-

nentes, 2 corredores y 1 área, de igual condición al lo expresado en el T2.

**PATAGONIA:** esta región conformó un MPC T2 con 10 componentes del espacio de los cuales 8 son de condición potencial y 2 actuales, representados por 7 corredores, 2 áreas y 1 puerta, destacándose los corredores de la Costa Patagónica Sur, Central de La Pampa y de la RN 23. Por último, el MPC T3 quedó compuesto por 8 espacios, 6 potenciales y 2 actuales, de los cuales 3 son corredores, 3 áreas y 2 circuitos transfronterizos.

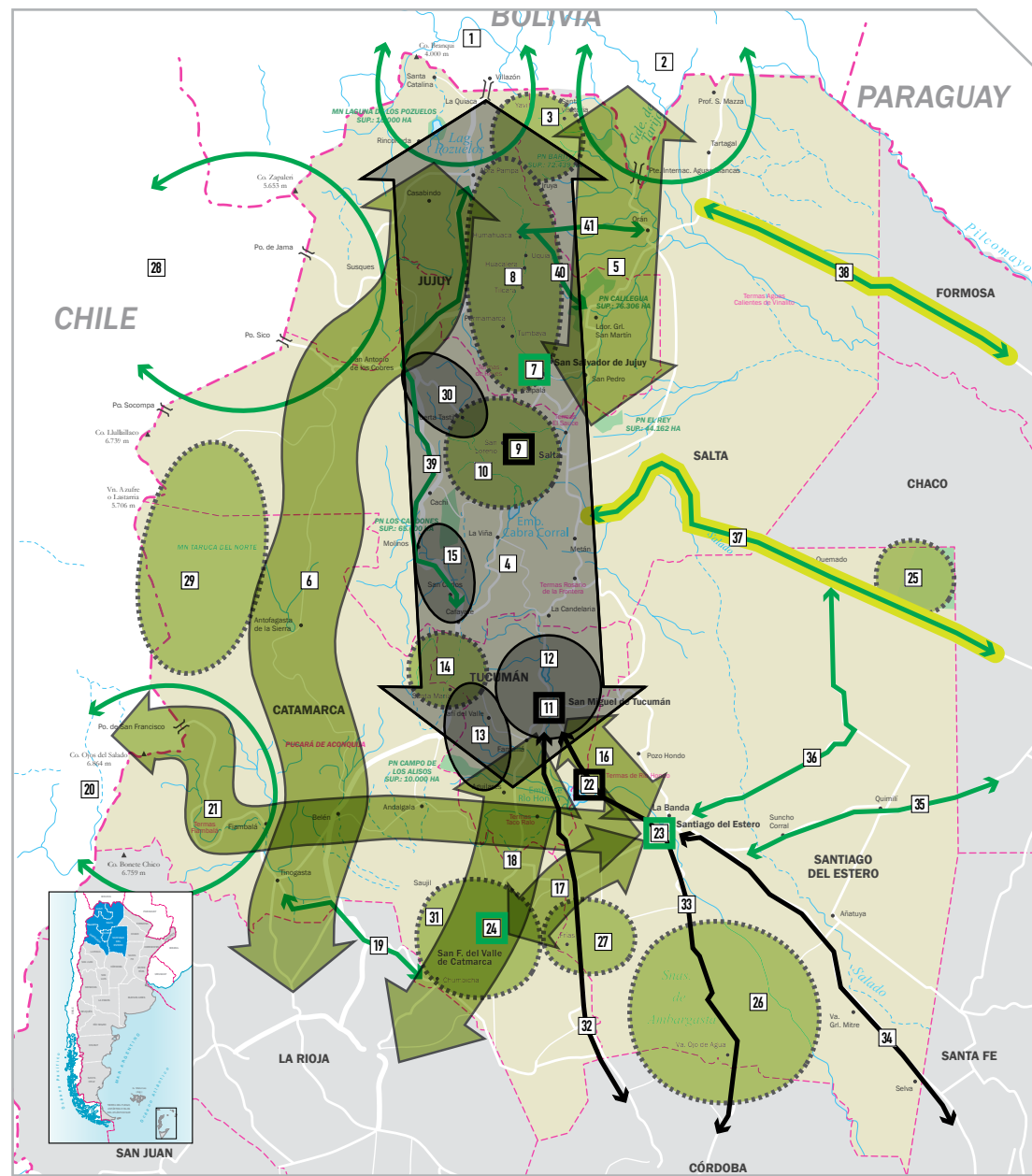
**CUYO:** en este caso se decidió que el MPC T2 esté conformado por 10 espacios, 3 potenciales y 7 actuales, representados a través de 5 corredores y 5 áreas, en ellos se puede mencionar el Area Laguna Brava-Reserva de la Biósfera San Guillermo y el Corredor Villa Unión-Valle Fértil (que contiene el Sitio Patrimonio de la Humanidad conformado por el Parque Provincial Ischigualasto y el Parque Nacional Talampaya). En el caso MPC T3, los 8 espacios seleccionados son de condición potencial, tal es el caso del Area Tierras del Este y el Corredor Ischigualasto - Agua Negra.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

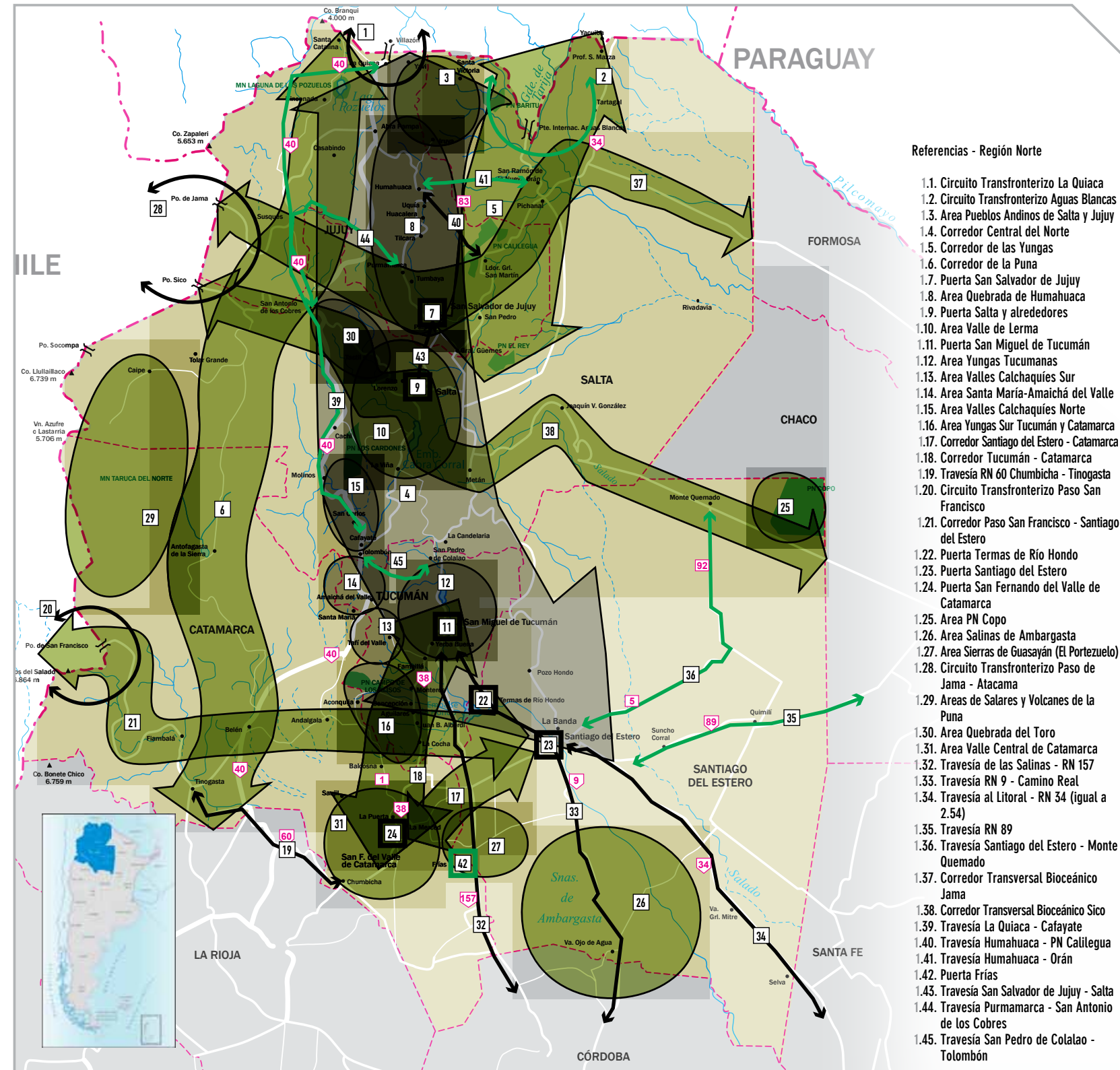
**Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2005: Región Norte**



**Referencias - Región Norte**

1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
2. Circuito Transfronterizo Aguas Blancas
3. Area Pueblos Andinos de Salta y Jujuy
4. Corredor Central del Norte
5. Corredor de las Yungas
6. Corredor de la Puna
7. Puerta San Salvador de Jujuy
8. Area Quebrada de Humahuaca
9. Puerta Salta y alrededores
10. Area Valle de Lerma
11. Puerta San Miguel de Tucumán
12. Area Yungas Tucumanas
13. Area Valles Calchaquies Sur
14. Area Santa María - Amaicha
15. Area Valles Calchaquies Norte
16. Corredor Tucumán - Santiago del Estero
17. Corredor Santiago del Estero - Catamarca
18. Corredor Tucumán - Catamarca - La Rioja
19. Travesía RN 60 (Chumbicha - Tinogasta)
20. Circuito Transfronterizo Paso San Francisco
21. Corredor San Francisco - Santiago del Estero
22. Puerta Termas de Río Hondo
23. Puerta Santiago del Estero
24. Puerta San Fernando del Valle de Catamarca
25. Area PN Copo
26. Area Salinas de Ambargasta
27. Area Sierras de Guasayán (El Portezuelo)
28. Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama
29. Areas Salares y Volcanes de la Puna
30. Area Quebrada del Toro
31. Area Valle Central de Catamarca
32. Travesía de las Salinas (RN 157)
33. Travesía RN 9
34. Travesía al Litoral (RN 34)
35. Travesía RN 89
36. Travesía Santiago del Estero - Monte Quemado
37. Travesía RN 16
38. Travesía RN 81
39. Travesía Abra Pampa - Cafayate
40. Travesía Humahuaca - PN Calilegua
41. Travesía Humahuaca - Orán

**Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Norte**



**Referencias - Región Norte**

- 1.1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
- 1.2. Circuito Transfronterizo Aguas Blancas
- 1.3. Area Pueblos Andinos de Salta y Jujuy
- 1.4. Corredor Central del Norte
- 1.5. Corredor de las Yungas
- 1.6. Corredor de la Puna
- 1.7. Puerta San Salvador de Jujuy
- 1.8. Area Quebrada de Humahuaca
- 1.9. Puerta Salta y alrededores
- 1.10. Area Valle de Lerma
- 1.11. Puerta San Miguel de Tucumán
- 1.12. Area Yungas Tucumanas
- 1.13. Area Valles Calchaquies Sur
- 1.14. Area Santa María - Amaichá del Valle
- 1.15. Area Valles Calchaquies Norte
- 1.16. Area Yungas Sur Tucumán y Catamarca
- 1.17. Corredor Santiago del Estero - Catamarca
- 1.18. Corredor Tucumán - Catamarca
- 1.19. Travesía RN 60 Chumbicha - Tinogasta
- 1.20. Circuito Transfronterizo Paso San Francisco
- 1.21. Corredor Paso San Francisco - Santiago del Estero
- 1.22. Puerta Termas de Río Hondo
- 1.23. Puerta Santiago del Estero
- 1.24. Puerta San Fernando del Valle de Catamarca
- 1.25. Area PN Copo
- 1.26. Area Salinas de Ambargasta
- 1.27. Area Sierras de Guasayán (El Portezuelo)
- 1.28. Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama
- 1.29. Areas de Salares y Volcanes de la Puna
- 1.30. Area Quebrada del Toro
- 1.31. Area Valle Central de Catamarca
- 1.32. Travesía de las Salinas - RN 157
- 1.33. Travesía RN 9 - Camino Real
- 1.34. Travesía al Litoral - RN 34 (igual a 2.54)
- 1.35. Travesía RN 89
- 1.36. Travesía Santiago del Estero - Monte Quemado
- 1.37. Corredor Transversal Bioceánico Jama
- 1.38. Corredor Transversal Bioceánico Sico
- 1.39. Travesía La Quiaca - Cafayate
- 1.40. Travesía Humahuaca - PN Calilegua
- 1.41. Travesía Humahuaca - Orán
- 1.42. Puerta Frías
- 1.43. Travesía San Salvador de Jujuy - Salta
- 1.44. Travesía Purmamarca - San Antonio de los Cobres
- 1.45. Travesía San Pedro de Colalao - Tolombón



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Norte

La Región Norte se caracteriza por la presencia de un eje de encadenamiento de atractores de alto valor patrimonial actual, denominado **Corredor Central del Norte (único corredor actual)**. Se desarrolla desde la localidad de **La Quiaca** hasta **Santiago del Estero**, logrando una ampliación hacia el sur de la región, modificando su extensión original, por lo que se elimina el Corredor Tucumán - Santiago del Estero.

Este sistema se ve jerarquizado con la **Quebrada de Humahuaca** (declarada Patrimonio de la Humanidad en la categoría de Paisaje Cultural Mundial por la UNESCO, de condición **actual**), los **Valles Calchaquíes**, los alrededores de los centros urbanos de **Jujuy, Salta, San Miguel de Tucumán y Santiago del Estero**; y los componentes históricos del Camino Real en **Santiago del Estero**, reafirmando el eje central de las capitales provinciales.

Otro gran Corredor que domina la visión estratégica de esta región es el **Corredor de la Puna (potencial)**. Tiene como eje la RN 40 desde La Quiaca (según nuevo trazado en la provincia de Jujuy), pasando por San Antonio de los Cobres y luego desviándose hacia el oeste por la RP 17 hacia Antofagasta de la Sierra, Belén y Tinogasta en Catamarca.

Al este del Corredor Central Norte, se extiende el **Corredor de las Yungas (potencial)**, entre las localidades de **General Güemes, Aguas Blancas y Tartagal** y alrededores, sufriendo así una ampliación hacia el este y sur del corredor (incorporando el Parque Nacional El Rey). Su principal riqueza se basa en la biodiversidad de sus parques nacionales (Baritú, Calilegua y El Rey) y las reservas provinciales. Presenta conexión con Bolivia a través

de 2 pasos fronterizos (Aguas Blancas y Prof. Salvador Mazza), lo que permite la articulación entre la Reserva de Biosfera de yungas (Argentina) y la Reserva Nacional de Flora y Fauna de Tariquia (Bolivia).

Enriquecen esta situación **4 corredores transversales potenciales** que optimizan la comunicación interregional este-oeste, reafirman su desarrollo espacial y mejoran su conectividad con la región Litoral. Dos de ellos, son incorporaciones nuevas que surgen de la eliminación de las travesías potenciales RN 81 y RN 16, estos son el **Corredor Transversal Bioceánico Jama (Jujuy)** y el **Corredor Transversal Bioceánico Sico (Salta)**. Ambos son co-

nectores con los principales puertos del norte de Chile. Tanto el corredor que comunica el **Paso San Francisco** con **Belén** y **Santiago del Estero**, y el Corredor de **San Fernando del Valle de Catamarca** y **Santiago del Estero**, conservan su extensión original.

Esta red de corredores tiene una densidad y una calidad superior; basta pensar que se pasa de corredores en el altiplano de la Puna (entre 3.000 y 5.000 msnm), a corredores de interfase entre la Precordillera y el Bosque Chaqueño (entre 1.500 y 500 msnm).

La región presenta un sistema de soporte de buen nivel de consolidación, con la existencia de **puertas actuales** como las ciudades de



Ruta 52 - Foto: Ministerio de Turismo.



Juramento, rafting - Foto: Ministerio de Turismo.

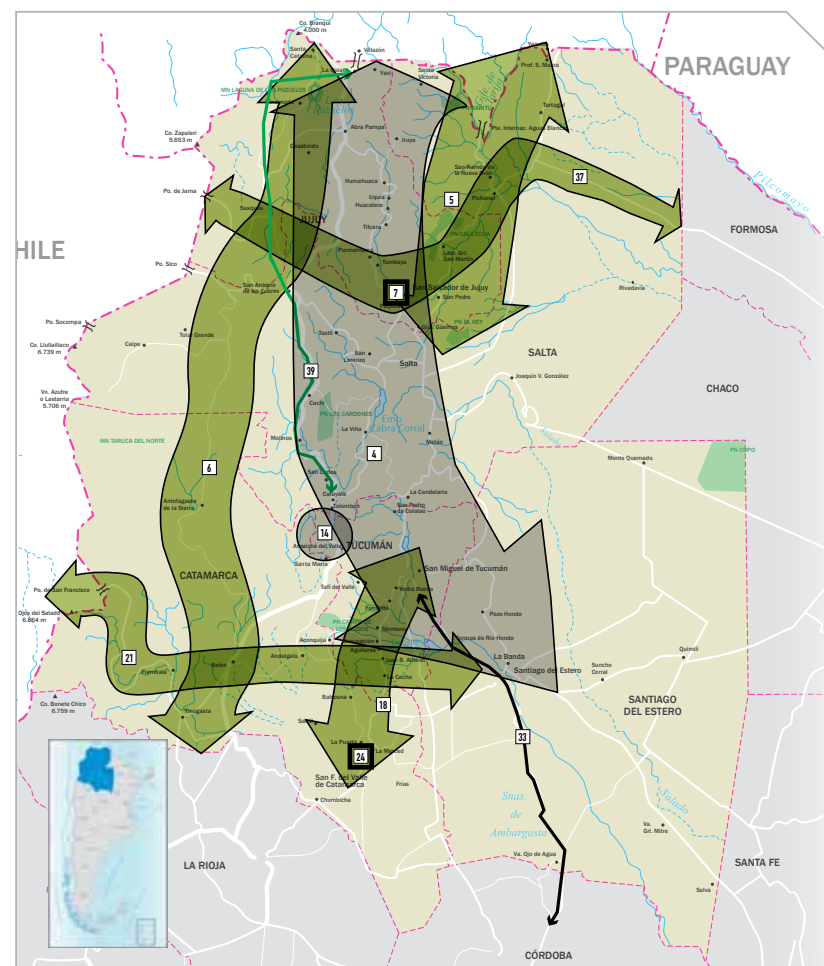


Antofagasta Campo de Piedra Pomez - Lag. blanca. Foto: Ministerio de turismo.

**San Salvador de Jujuy, Salta, San Fernando del Valle de Catamarca, San Miguel de Tucumán, Santiago del Estero, Termas de Río Hondo**, y otra **nueva puerta potencial Frías**.

Cabe destacar, los **cuatro circuitos transfronterizos**, tres actuales y uno potencial, que comunican la Región con Chile y Bolivia, así como travesías actuales y potenciales que ofician de conectores regionales e intrarregionales. Dos de ellas se modificaron en su denominación, la travesía RN 9 por **Travesía RN 9-Camino Real (actual)** y la **Travesía La Quiaca-Cafayate (potencial)**, debido a la reubicación del trazado de la Ruta Nacional 40.

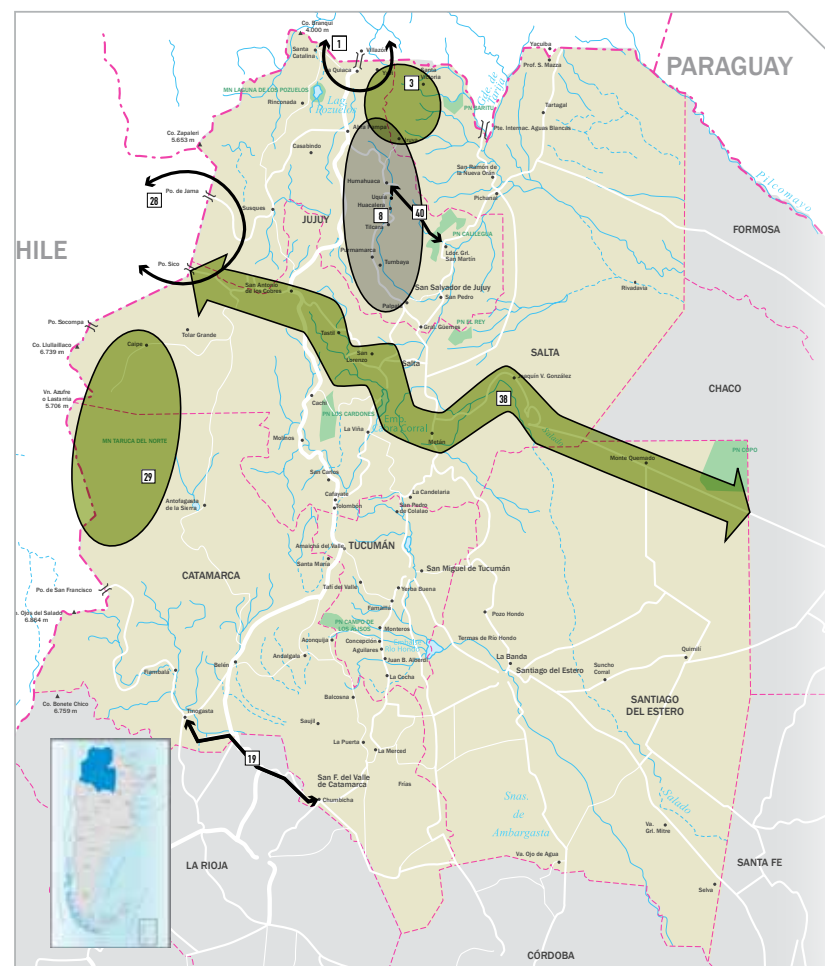
### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2: Región Norte



Región Norte: Espacios del T2

- 1.4. Corredor Central del Norte
- 1.5. Corredor de las Yungas
- 1.6. Corredor de la Puna
- 1.7. Puerta San Salvador de Jujuy
- 1.14. Área Santa María - Amaichá del Valle
- 1.18. Corredor Tucumán - Catamarca
- 1.21. Corredor Paso San Francisco - Santiago del Estero
- 1.24. Puerta San Fernando del Valle de Catamarca
- 1.33. Travesía RN 9 - Camino Real
- 1.37. Corredor Transversal Bioceánico Jama
- 1.39. Travesía La Quiaca - Cafayate

### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3: Región Norte



Región Norte: Espacios del T3

- 1.1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
- 1.3. Área Pueblos Andinos de Salta y Jujuy
- 1.8. Área Quebrada de Humahuaca
- 1.19. Travesía RN 60 Chumbicha - Tinogasta
- 1.28. Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama
- 1.29. Área de Salares y Volcanes de la Puna
- 1.38. Corredor Transversal Bioceánico Sico
- 1.40. Travesía Humahuaca - PN Calilegua

### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2 y T3: Región Norte

La Región Norte consta de **45 componentes del espacio turístico**, que poseen las características que a continuación se mencionan: según tipología (8 corredores, 14 áreas, 7 puertas, 12 travesías, 4 circuitos transfronterizos), y según condición (22 potenciales y 23 actuales).

Para el mapa del **Tiempo 2** de inversión (hasta 2016), se priorizaron los espacios que estructuran la región de norte a sur, como el **Corredor Central del Norte** (actual, extendido hasta Santiago del Estero), el **Corredor de Las Yungas** (ampliándose hacia el este incluyendo Tartagal y alrededores) y el **Corredor de La Puna** (coincidiendo su inicio en La Quiaca, Provincia de Jujuy, según el nuevo trazado de la RN 40, pasando por San Antonio de los Cobres y luego desviándose hacia el oeste por la RP 17), ambos de condición potencial. En este eje norte-sur también se prioriza el **Área Santa María - Amaichá Del Valle**, de condición actual.

Para optimizar la comunicación interregional hacia el sur, se priorizaron el **Corredor Tucumán - Catamarca** (potencial) y la **Travesía RN 9 - Camino Real** (actual). En cuanto a la comunicación con la Región Litoral y con Chile, se incorpora un nuevo espacio potencial, el **Corredor Transversal Bioceánico Jama**.

Respecto de la conexión interna regional, los espacios seleccionados fueron la **Travesía La Quiaca-Cafayate** y el **Corredor Paso de San Francisco - Santiago del Estero**, ambos potenciales.

Como núcleos urbanos proveedores de servicios turísticos de condición actual se seleccionan las puertas extremas de la región, **Puerta San Salvador de Jujuy** y **Puerta San Fernando del Valle de Catamarca**.

Para el mapa del **Tiempo 3** de inversión, se destaca la diversidad de componentes (3 áreas, 2 travesías, 2 circuitos transfronterizos y el Corredor Transversal Bioceánico Sico) que optimizan la oferta turística y la conectividad de la región, 5 de ellos son actuales y 3 potenciales.

Se priorizaron el desarrollo de las áreas **Quebrada de Humahuaca** (actual), **Pueblos Andinos de Salta y Jujuy** y **Salares y Volcanes de La Puna**, ambas potenciales.

Se afianza la comunicación con Chile con el **Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama** (actual) y el **Corredor Transversal Bioceánico Sico**, nuevo espacio potencial. Asimismo, con Bolivia se prioriza el **Circuito Transfronterizo La Quiaca**, de condición actual.

Para la comunicación interna se seleccionaron dos travesías actuales, al norte de la región, la **Travesía Humahuaca - PN Calilegua** y al sur, la **Travesía RN 60 Chumbicha - Tinogasta**.



Casa de gobierno, Tucumán. Foto: Ministerio de Turismo.



Mujer a caballo.. Foto: Ministerio de Turismo.



Llamas de la Puna. Foto: Ministerio de Turismo.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
1.1	Circuito Transfronterizo La Quiaca	x			x	Importantisimo para la Articulación con Bolivia y el circuito andino (Bolivia, Perú). Así mismo este circuito permite fortalecer los circuitos regionales internacionales y potenciar un área con una fuerte historia nacional y una cultura viva trascendente.
1.2	Circuito Transfronterizo Aguas Blancas		x			
1.3	Area Pueblos Andinos de Salta y Jujuy		x		x	Se consideran prioritarios por su valor y articulación con el Corredor del Norte, Corredor de la Puna y Area Quebrada de Humahuaca.
1.4	Corredor Central del Norte	x		x		Se considera que este corredor tiene dinámica propia de flujos de inversiones, ya sean públicas y/o privadas, nacionales o internacionales, o bien mixtas. A través de diversas estrategias de gestión institucional, créditos, incentivos, etc., se promoverá su fortalecimiento. Valorado por el área que abarca.
1.5	Corredor de las Yungas		x	x		Se prioriza la mejora de la RN34 y la articulación entre los Parques Nacionales, y con Bolivia. Asimismo la apertura definitiva de la ruta RP 83 potenciará fuertemente este sector al unir dos destinos con reconocimiento internacional por la UNESCO como lo son la Quebrada de Humahuaca - Patrimonio de la Humanidad y la región de Las Yungas - Reserva de Biosfera.
1.6	Corredor de la Puna		x	x		Priorizado por la autenticidad de sus atractivos. Estructuración a través de la RN40 y RP17 dinamizando esta región particular por sus paisajes alto andinos y generando un nuevo polo de desarrollo turístico para todo el corredor de los andes.
1.7	Puerta San Salvador de Jujuy	x		x		Priorizadas por potencial, oportunidades de inversión y su vinculación con otros componentes. Es clave generar centros de distribución a lo largo de toda la región, en los que se pueda concentrar gran cantidad de servicios y a partir de allí poder recorrer los diferentes circuitos y alternativas.
1.8	Area Quebrada de Humahuaca	x			x	Se considera priorizado por el valor y originalidad de sus recursos y atractivos (Patrimonio de la Humanidad). Es un atractivo del tipo N° 1 por sus características culturales, paisajísticas etc. que hicieron que la UNESCO lo declare Patrimonio de la Humanidad. Es el principal motor movilizador de turistas hacia la región.
1.9	Puerta Salta y alrededores	x				
1.10	Area Valle de Lerma		x			
1.11	Puerta San Miguel de Tucumán	x				
1.12	Area Yungas Tucumanas	x				
1.13	Area Valles Calchaquies Sur	x				
1.14	Area Santa Maria - Amaicha del Valle	x		x		Importantisima en si misma y por la complementariedad con los Valles Calchaquies Norte y Sur.
1.15	Area Valles Calchaquies Norte	x				
1.16	Area Yungas Sur Tucumán y Catamarca	x				
1.17	Corredor Santiago del Estero - Catamarca		x			
1.18	Corredor Tucumán - Catamarca		x	x		Importante por las áreas que vincula.
1.19	Travesía RN 60 Chumbicha - Tinogasta	x			x	Articula el Corredor Tucumán Catamarca con el Corredor de la Puna.
1.20	Circuito Transfronterizo Paso San Francisco	x				
1.21	Corredor Paso San Francisco - Santiago del Estero		x	x		Importantisimo porque articula la región este - oeste y con Chile central.
1.22	Puerta Termas de Río Hondo	x				
1.23	Puerta Santiago del Estero	x				

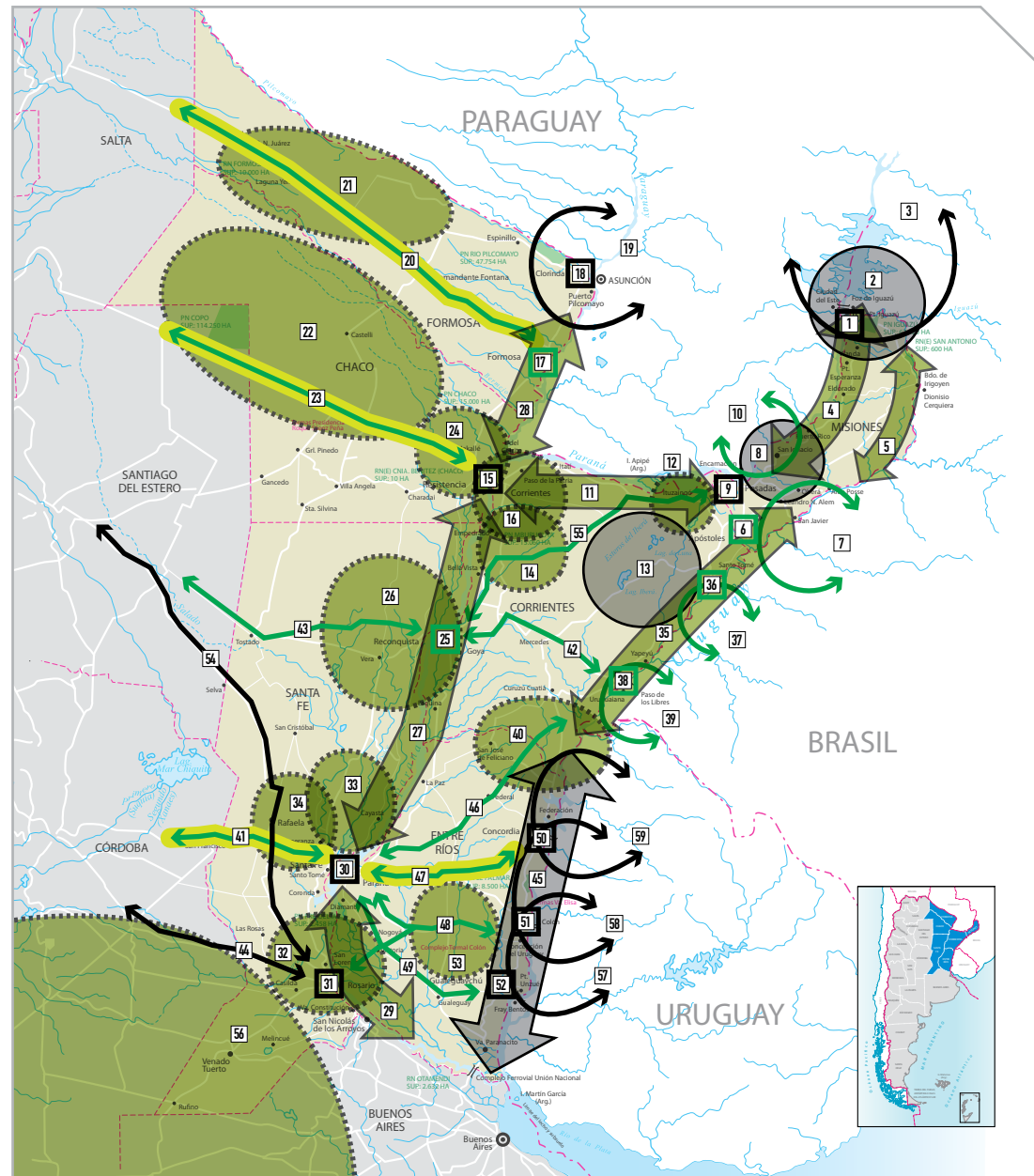
MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
1.24	Puerta San Fernando del Valle de Catamarca	x		x		Priorizada por sus valores y su asociación con los Valles Calchaquies.
1.25	Area Parque Nacional Copo		x			
1.26	Area Salinas de Ambargasta		x			
1.27	Areas Sierras de Guasayan (El Portezuelo)		x			
1.28	Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama	x			x	Paso más importante con Chile y parte del Corredor Bioceánico Jama. Importante por su articulación con el circuito andino (Chile) y el comercio regional. Clave para la integración de las regiones Norte Argentino y Chileno, en el que por las proximidades y las excelentes condiciones de las rutas se debe fortalecer e incentivar su uso.
1.29	Area de salares y volcanes de la Puna		x		x	Importante por su valor y originalidad y articulación sinérgica al Corredor de la Puna y al Corredor del Norte.
1.30	Area Quebrada del Toro	x				
1.31	Area Valle Central de Catamarca		x			
1.32	Travesía de las Salinas - RN157	x				
1.33	Travesía RN 9 - Camino Real	x		x		Se considera que esta travesía tiene dinámica propia de flujos de inversiones, ya sean públicas y/o privadas, nacionales o internacionales, o bien mixtas. A través de diversas estrategias de gestión institucional, créditos, incentivos, etc., se promoverá su fortalecimiento. Valorado por la conectividad que propone con el Centro y su potencial.
1.34	Travesía al Litoral - RN34	x				
1.35	Travesía RN 89		x			
1.36	Travesía Santiago del Estero - Monte Quemado		x			
1.37	Corredor Transversal Bioceánico Jama		x	x		Corredor potencial más importante de la región por su transversalidad y áreas que conecta (dentro y fuera de la región del Norte) y su conexión con los puertos del Norte Chileno y zonas de influencia como el sur de Perú y suroeste de Bolivia. Importantisimo por la articulación que genera con el Corredor de las Yungas, Central del Norte, de la Puna y con la Región del Litoral argentino, área Quebrada de Humahuaca y los Circuitos Transfronterizos de Atacama-Paso de Jama y Aguas Blancas.
1.38	Corredor Transversal Bioceánico Sico		x		x	Corredor potencial importante por el área que abarca, su conexión con el Litoral y las áreas que articula (Corredor de la Puna, Central Norte, Area Valle de Lerma, Area Quebrada del Toro y Area PN Copo). Valorado por su conexión con el norte chileno. Se prioriza la mejora de la RN 51.
1.39	Travesía La Quiaca - Cafayate		x	x		Valorado por la articulación que genera entre la Puna y los Valles Calchaquies.
1.40	Travesía Humahuaca - PN Calilegua	x			x	Inmejorable vinculación entre el Area Quebrada de Humahuaca y Corredor de las Yungas. Importante por su recorrido del Camino del Inca y la originalidad de sus recursos.
1.41	Travesía Humahuaca - Orán		x			
1.42	Puerta Frías		x			
1.43	Travesía San Salvador de Jujuy - Salta	x				
1.44	Travesía Purmamarca - San Antonio de los Cobres		x			
1.45	Travesía San Pedro de Colalao - Tolombón		x			
<b>Totales</b>		<b>23</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

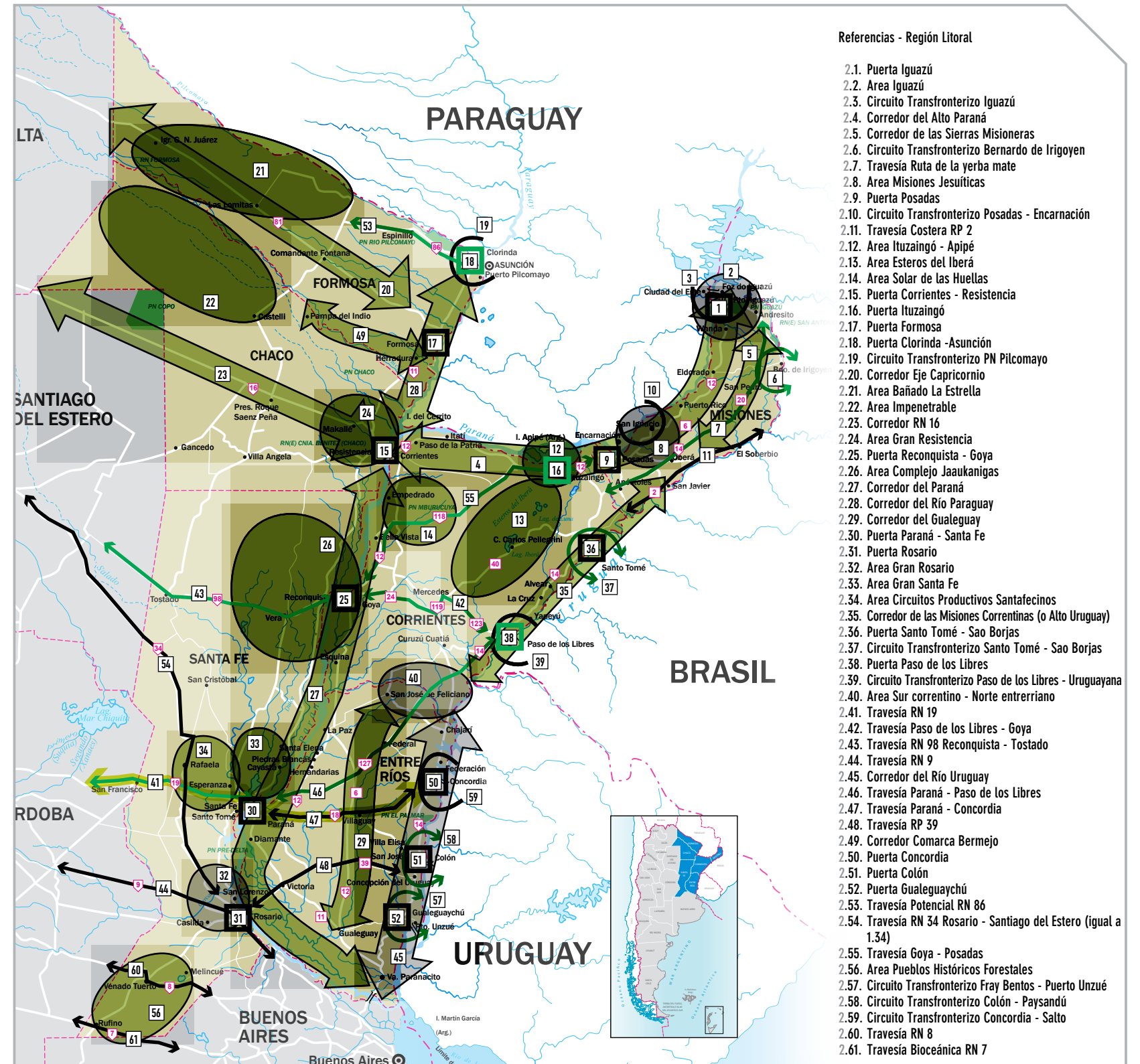
### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2005: Región Litoral



#### Referencias - Región Litoral

1. Puerta Iguazú
2. Area influencia Iguazú
3. Circuito Transfronterizo Tripartito
4. Corredor Iguazú - Posadas
5. Corredor de las Sierras Misioneras
6. Puerta Apóstoles
7. Circuito Transfronterizo Apóstoles
8. Area Misiones Jesuíticas
9. Puerta Posadas
10. Circuito Transfronterizo Posadas - Encarnación
11. Corredor del Alto Paraná
12. Area Ituzaiingó
13. Area de los Esteros del Iberá
14. Area Solar de las Huellas
15. Puerta Corrientes - Resistencia
16. Area del Gran Corrientes
17. Puerta Ciudad de Formosa
18. Puerta Clorinda - Asunción
19. Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo
20. Travesía RN 81
21. Area del Bañado de la Estrella
22. Area El Impenetrable
23. Travesía RN 16
24. Area Gran Resistencia
25. Puerta Reconquista - Goya
26. Area Complejo Nacional Jaaukanigas
27. Corredor del Paraná Medio
28. Corredor del Paraguay
29. Corredor del Paraná Inferior
30. Puerta Paraná - Santa Fe
31. Puerta Rosario
32. Area Gran Rosario
33. Area Gran Santa Fe - Cayastá
34. Area Circuitos Productivos Santafesinos
35. Corredor de las Misiones Correntinas
36. Puerta Santo Tomé
37. Circuito Transfronterizo Santo Tomé
38. Puerta Paso de los Libres
39. Circuito Transfronterizo Paso de los Libres
40. Area de la Microrregión del Sur Correntino y el Norte Entrerriano
41. Travesía RN 19
42. Travesía Paso de los Libres - Goya
43. Travesía RN 98 Reconquista - Tostado
44. Travesía RN 9 Rosario - Córdoba
45. Corredor del Uruguay
46. Travesía RN 127
47. Travesía RN 18
48. Travesía RP 39
49. Travesía RP 11
50. Puerta Concordia
51. Puerta Colón
52. Puerta Gualaguaychú
53. Area de Circuitos Productivos de las Colonias Entrerrianas
54. Travesía Rosario - Santiago del Estero
55. Travesía Goya - Posadas
56. Area Lagunas y Fortines
57. Circuito Transfronterizo Fray Bentos - Puerto Unzué
58. Circuito Transfronterizo Colón - Paysandú
59. Circuito Transfronterizo Concordia - Salto

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Litoral



#### Referencias - Región Litoral

- 2.1. Puerta Iguazú
- 2.2. Area Iguazú
- 2.3. Circuito Transfronterizo Iguazú
- 2.4. Corredor del Alto Paraná
- 2.5. Corredor de las Sierras Misioneras
- 2.6. Circuito Transfronterizo Bernardo de Irigoyen
- 2.7. Travesía Ruta de la yerba mate
- 2.8. Area Misiones Jesuíticas
- 2.9. Puerta Posadas
- 2.10. Circuito Transfronterizo Posadas - Encarnación
- 2.11. Travesía Costera RP 2
- 2.12. Area Ituzaiingó - Apipé
- 2.13. Area Esteros del Iberá
- 2.14. Area Solar de las Huellas
- 2.15. Puerta Corrientes - Resistencia
- 2.16. Puerta Ituzaiingó
- 2.17. Puerta Formosa
- 2.18. Puerta Clorinda - Asunción
- 2.19. Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo
- 2.20. Corredor Eje Capricornio
- 2.21. Area Bañado La Estrella
- 2.22. Area Impenetrable
- 2.23. Corredor RN 16
- 2.24. Area Gran Resistencia
- 2.25. Puerta Reconquista - Goya
- 2.26. Area Complejo Jaaukanigas
- 2.27. Corredor del Paraná
- 2.28. Corredor del Río Paraguay
- 2.29. Corredor del Gualeguay
- 2.30. Puerta Paraná - Santa Fe
- 2.31. Puerta Rosario
- 2.32. Area Gran Rosario
- 2.33. Area Gran Santa Fe
- 2.34. Area Circuitos Productivos Santafesinos
- 2.35. Corredor de las Misiones Correntinas (o Alto Uruguay)
- 2.36. Puerta Santo Tomé - Sao Borjas
- 2.37. Circuito Transfronterizo Santo Tomé - Sao Borjas
- 2.38. Puerta Paso de los Libres
- 2.39. Circuito Transfronterizo Paso de los Libres - Uruguayana
- 2.40. Area Sur correntino - Norte entrerriano
- 2.41. Travesía RN 19
- 2.42. Travesía Paso de los Libres - Goya
- 2.43. Travesía RN 98 Reconquista - Tostado
- 2.44. Travesía RN 9
- 2.45. Corredor del Río Uruguay
- 2.46. Travesía Paraná - Paso de los Libres
- 2.47. Travesía Paraná - Concordia
- 2.48. Travesía RP 39
- 2.49. Corredor Comarca Bermejo
- 2.50. Puerta Concordia
- 2.51. Puerta Colón
- 2.52. Puerta Gualaguaychú
- 2.53. Travesía Potencial RN 86
- 2.54. Travesía RN 34 Rosario - Santiago del Estero (igual a 1.34)
- 2.55. Travesía Goya - Posadas
- 2.56. Area Pueblos Históricos Forestales
- 2.57. Circuito Transfronterizo Fray Bentos - Puerto Unzué
- 2.58. Circuito Transfronterizo Colón - Paysandú
- 2.59. Circuito Transfronterizo Concordia - Salto
- 2.60. Travesía RN 8
- 2.61. Travesía Bioceánica RN 7



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Litoral

La región Litoral está conformada por las provincias de Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Misiones y Santa Fe. Los imponentes ríos Paraná y Uruguay que recorren el territorio regional como ejes fluviales integradores, contribuyen a posicionarla como un destino turístico vinculado a la naturaleza y a la cultura.

Entre los espacios turísticos potenciales identificados en el mapa regional, se destacan: el **Corredor del Paraná**, que recorre el río homónimo y ambas riberas desde la puerta Corrientes-Resistencia hasta la desembocadura en el Río de la Plata, constituye un escenario natural que muestra la belleza de sus barrancas, ofreciendo como unos de sus principales productos, la pesca deportiva de surubíes y dorados, entre otras especies. Asimismo, el **Corredor del Río Paraguay**, con base territorial en la Provincia de Formosa sobre eje natural al río Paraguay, es una importante conexión con este país vecino y con la Provincia de Chaco por la RN 11. El **Corredor de las Misiones Jesuíticas Correntinas**, al que se accede por la RN N° 14, refleja la belleza y el esplendor jesuítico en esta provincia, y el nuevo **Corredor Eje de Capricornio** en Formosa, que reemplaza la ex travesía RN 81.

La región presenta ambientes diversos representados en áreas turísticas potenciales. Entre ellas, se encuentra el **Área de los Esteros del Iberá**, declarada Monumento Natural de la Provincia de Corrientes, paraíso natural que alberga una variada avifauna; el **Area del Impenetrable**, ubicado al norte de la Provincia de Chaco, presenta una agreste e inhóspita vegetación y la fascinación de los

ambientes no explorados; el **Area del Bañado la Estrella**, donde se puede observar la única muestra protegida de bosque de palo santo y una gran variedad de aves y mamíferos, y el **Área Iguazú**, que posee uno de los principales atractores de la región y a nivel nacional: las Cataratas del Iguazú, declaradas Sitio de Patrimonio Mundial por UNESCO.

La cercanía de los principales centros emisores del país, junto con el crecimiento del mercado brasileño, brinda a la región una excelente oportunidad para seguir desarrollando actividades turísticas sobre la margen del Río Uruguay. Claro ejemplo de esto es el **Corredor del Uruguay**, de creciente consolidación como destino de sol y playa, y del producto turismo termal, y la **travesía costera N° 2**, que se extiende desde los Saltos de Moconá hasta el límite de la Provincia de Corrientes, ofreciendo atractivos naturales espléndidos, altas serranías y hermosas vistas panorámicas del río.

Los circuitos transfronterizos que se encuentran en el Litoral, constituyen oportunidades de crecimiento conjunto con los países vecinos de Paraguay, Uruguay y Brasil. Es el caso del **Circuito Transfronterizo de Bernardo de Irigoyen**, punto más oriental de la Argentina continental, ubicado en la conocida frontera seca, que junto a las ciudades brasileñas de Dionisio Cerqueira y Barracão, convierten a este circuito en un importante punto de ingreso y egreso de personas al país. El **Circuito Transfronterizo Iguazú**, en cambio, está ubicado en el extremo norte de la provincia de Misiones y ciudad limítrofe con Paraguay y Brasil, su puerto tiene un movimiento comercial intenso y gran desplazamiento de personas.

Entre las travesías potenciales identificadas en la región se destaca la **Travesía RN 19**, que se caracteriza por su vocación turística,

es decir, que cuenta con alta concentración de atractivos y servicios, y es susceptible de convertirse en el mediano y largo plazo en corredor turístico.



Isla del Cerrito. Foto: Ministerio de Turismo.



Monumento a la Bandera. Foto: Ministerio de Turismo.



Cataratas del Iguazú. Foto: Ministerio de Turismo.

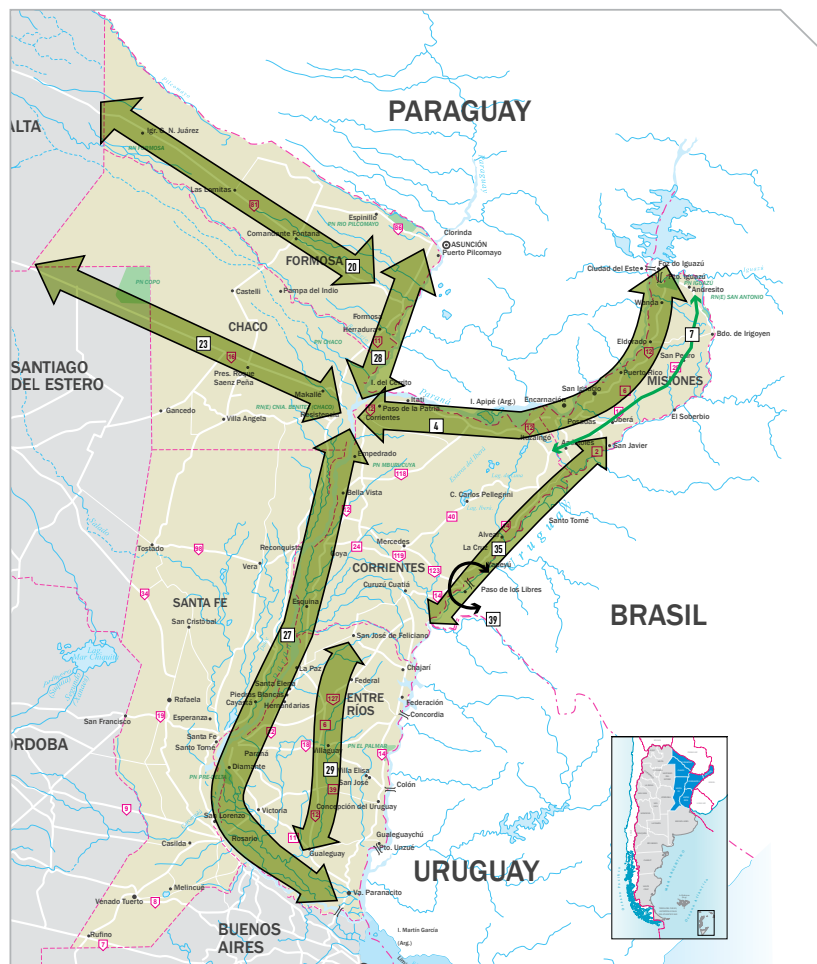


PN El Palmar. Foto: Ministerio de Turismo.

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

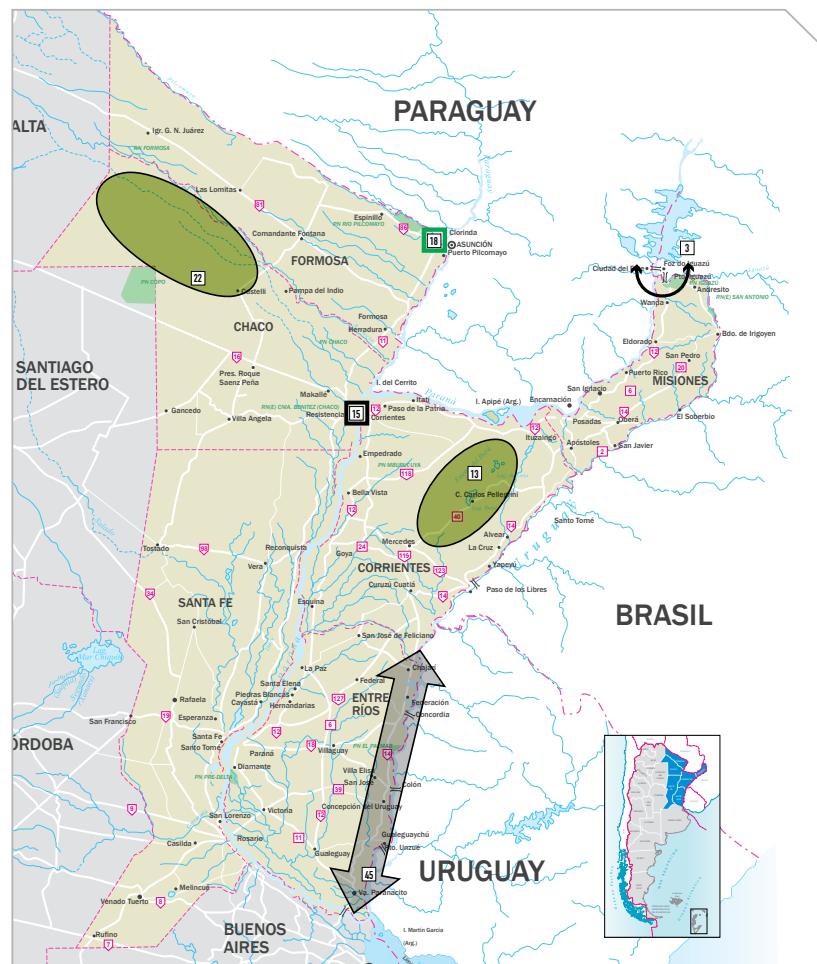
### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2: Región Litoral



#### Región Litoral: Espacios del T2

- 2.4. Corredor del Alto Paraná
- 2.7. Travesía Ruta de la Yerba Mate
- 2.20. Corredor Eje Capricornio
- 2.23. Corredor RN 16
- 2.27. Corredor del Paraná
- 2.28. Corredor del Río Paraguay
- 2.29. Corredor del Gualaguay
- 2.35. Corredor de las Misiones Correntinas
- 2.39. Circuito Transfronterizo Paso de los Libres - Uruguayana

### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3: Región Litoral



#### Región Litoral: Espacios del T3

- 2.3. Circuito Transfronterizo Iguazú
- 2.13. Área Esteros de Iberá
- 2.15. Puerta Corrientes - Resistencia
- 2.18. Puerta Clorinda - Asunción
- 2.22. Área Impenetrable
- 2.45. Corredor del Río Uruguay

### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2 y T3: Región Litoral

La Región Litoral consta de **61 componentes** del espacio turístico que se **distribuyen equilibradamente entre las seis provincias** que la integran y que poseen las características que a continuación se mencionan: según tipología (10 corredores, 14 áreas, 14 puertas, 14 travesías y 9 circuitos transfronterizos), según condición (29 actuales y 32 potenciales).

En primera instancia, y para conformar el mapa T2, se seleccionaron el **Circuito Transfronterizo actual Paso de los Libres-Uruguayana**, el **Corredor potencial de las Misiones Correntinas (o Alto Uruguay)**, **Corredor potencial Alto Paraná**, **Corredor potencial del Paraná**, **Corredor potencial del Río Paraguay** y los nuevos corredores potenciales de **Eje Capricornio**, en la Provincia de Formosa, conectando con la región del norte a través de la ruta 81 con el **Corredor Transversal Bioceánico Jama**, **Corredor Potencial de la RN16**, que une a las provincias de Cha-

co, Corrientes y Santiago del Estero, atraviesa el corazón de la Provincia de Chaco, articulando atractivos muy importantes como el Parque Nacional Chaco, Sáenz Peña, e Impenetrable y, por último, el **Corredor Gualaguay** en el centro de la Provincia de Entre Ríos. También se seleccionó la **Travesía potencial de la Yerba Mate**.

Para el Mapa del T3 fueron seleccionados:

**Circuito Transfronterizo Iguazú:** ubicado en el extremo norte de la Provincia de Misiones y la ciudad limítrofe de Paraguay y Brasil. Su puerto tiene un movimiento intenso con Puerto Meira (Brasil), en una zona típica de frontera con afluencia de personas. Concentra una importante red de servicios turísticos.

**Área potencial Esteros del Iberá:** conforma uno de los circuitos de turismo de aventura más atractivos de la Argentina, sobre la RP 40.

**Puerta Corrientes - Resistencia:** importante vía de comunicación y traslado de personas entre estas dos provincias.

**Puerta Clorinda - Asunción:** importante vía de acceso internacional con Paraguay, con gran movimiento comercial.

**Área potencial del Impenetrable:** abarca alrededor de 4 millones de hectáreas de agreste e inhóspita naturaleza. Contiene la fascinación de los ambientes no explorados en su totalidad.

**Corredor del Río Uruguay:** se ubica a lo largo de todo el territorio de la Provincia de Entre Ríos. Es un corredor de gran tradición turística y presenta productos que hoy se encuentran posicionados en el mercado turístico nacional.



Bañado de la Estrella. Foto: Ministerio de Turismo.



Esteros del Iberá. Foto: Ministerio de Turismo.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
2.1	Puerta Iguazú	x				
2.2	Area actual Iguazú	x				
2.3	Circuito Transfronterizo Iguazú	x			x	"Su puerto tiene un movimiento intenso con Puerto Meira (Brasil), en una zona típica de frontera con afluencia de personas. Puerto Iguazú está vinculado a través del Puente Internacional Tancredo Neves con Brasil y la Ciudad del Este en la República del Paraguay. Concentra una importante red de servicios turísticos a escala internacional. El aeropuerto internacional de Iguazú que se encuentra a 17 km. Hay variada oferta hotelera, casinos, restaurantes, camping, confiterías y servicios completos para el viajero."
2.4	Corredor del Alto Paraná		x	x		Corredor Actual Alto Paraná: Por la RN 12 unificando numerosos destinos cuya base es la pesca deportiva, Fiestas Nacionales en dicha temática como la del Dorado en Paso de la Patria, de la Boga en Ita Ibate, la del Surubí en Ituzáingua. También sol y playa, y deportes náuticos. Desde Corrientes capital hasta Puerto Iguazú en Misiones.
2.5	Corredor de las Sierras Misioneras		x			
2.6	Circuito Transfronterizo Bernardo de Irigoyen		x			
2.7	Travesía Ruta de la Yerba Mate		x	x		"Existen por el momento seis circuitos turísticos relacionados con la ruta de la yerba mate en Argentina. son los siguientes: 1- Circuito Sur de Misiones / 2- Circuito Caraguatay, Monte Carlo, El dorado Victoria, Andresito (Misiones) / 3- Circuito Oberá - Aristóbulo Del Valle (Misiones) / 4- Circuito San Ignacio - Capióvi (Misiones) / 5- Circuito Colonia Unión - Cnía. Liebig - Gob. Virasoro (Corrientes) / 6- Posadas - San Ignacio (Misiones)"
2.8	Area actual Misiones Jesuíticas	x				
2.9	Puerta Posadas	x				
2.10	Circuito Transfronterizo Posadas - Encarnación	x				
2.11	Travesía Costera RP 2	x				
2.12	Area Ituzáingó- Apipé x					
2.13	Area de los Esteros del Iberá		x		x	Ubicado en el centro de la provincia de Corrientes. La Reserva Natural del Iberá, o agua brillante en guaraní, contiene lagunas y espejos de aguas menores, abarcando cientos de miles de hect. Áreas, conformando uno de los circuitos de turismo aventura más atractivos de la Argentina. Sobre RP 40 a 120 Km. de Mercedes esta Colonia Pellegrini que tiene todos los servicios que el turista requiere. Además existen otras entradas para conocer y vivir los Esteros del Iberá Paraje Galarza sobre RP 41. También por San Miguel e Ituzáingua.
2.14	Area Solar de las Huellas		x			
2.15	Puerta Corrientes - Resistencia	x			x	Corrientes y Resistencia por su cercanía 24 km de distancia con buena infraestructura y comunicación conforman puertas de entradas estratégicas para ambas provincias. En su radio de influencia tiene dos aeropuertos internacionales que son ejes de inter conexión con lugares de gran valor turístico dentro y fuera de la Provincia. Resistencia es moderna y Corrientes es la Ciudad mas antigua de la Región Litoral ambas conforman una buena opción para el turismo y los negocios
2.16	Puerta Ituzáingó		x			
2.17	Puerta Formosa	x				
2.18	Puerta Clorinda - Asunción		x		x	Esta puerta permite conocer la localidad de Clorinda en Formosa y antigua capital del Paraguay Asunción de gran movimiento comercial el tramo es de 45 km por RN 11 hasta Asunción. A 4 km del centro de Clorinda se ingresa al Centro Fronterizo donde, además de Migraciones, Aduana y Gendarmería, también hay bares, pequeños negocios y sanitarios cruzando el puente San Ignacio de Loyola sobre el río Pilcomayo ya esta en territorio paraguayo.
2.19	Circuito Transfronterizo Parque Nacional Pilcomayo	x				
2.20	Corredor Eje Capricornio		x	x		"El corredor turístico del norte argentino "Eje Capricornio", constituido en su mayor parte (700 km) por la RN Nº 81, que es parte de la extraordinaria transformación en materia de infraestructura vial, de educación, salud, recursos hídricos y energía, que ha cambiado a la provincia para seguridad y comodidad del turista. Su ubicación estratégica, permite unir dos océanos: Atlántico y Pacífico; distintas provincias y países, es factor fundamental para el desarrollo productivo y turístico"
2.21	Area Bañado la Estrella	x				
2.22	Area Impenetrable	x		x		Ubicado al norte de la Provincia de Chaco y ocupando los departamentos de Almirante Brown y General Güemes. El Impenetrable abarca alrededor de 4 millones de hect. Áreas de agreste e inhóspita naturaleza. Con la fascinación de los ambientes no explorados en su totalidad. Pronto tendrá el rango de Parque Nacional.
2.23	Corredor Turístico Potencial RN 16		x	x		La RN 16 es una carretera argentina, que une las provincias de Corrientes, Chaco, Santiago del Estero y Salta. Se encuentra totalmente asfaltada y su extensión es de 707 km. Atraviesa el corazón de la Provincia de Chaco uniendo atractivos muy importantes como el Parque Nacional Chaco, Sdenz Peña, e Impenetrable. Es una importante vía de comunicación entre la Región Litoral y el Noroeste Argentino.
2.24	Area Gran Resistencia		x			
2.25	Puerta Reconquista - Goya	x				
2.26	Area Complejo Jaaukanigas		x			
2.27	Corredor del Paraná		x	x		Abarca ambas márgenes del Río Paraná y tiene como eje de conectividad a las RN 11 y 12. Provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Corrientes y Chaco cuya oferta son Pesca Deportiva, teniendo grandes referencias a nivel nacional e internacional como lo son Las Fiestas del Surubí en Goya y Reconquista, del Pacu en Esquina, también en La Paz.

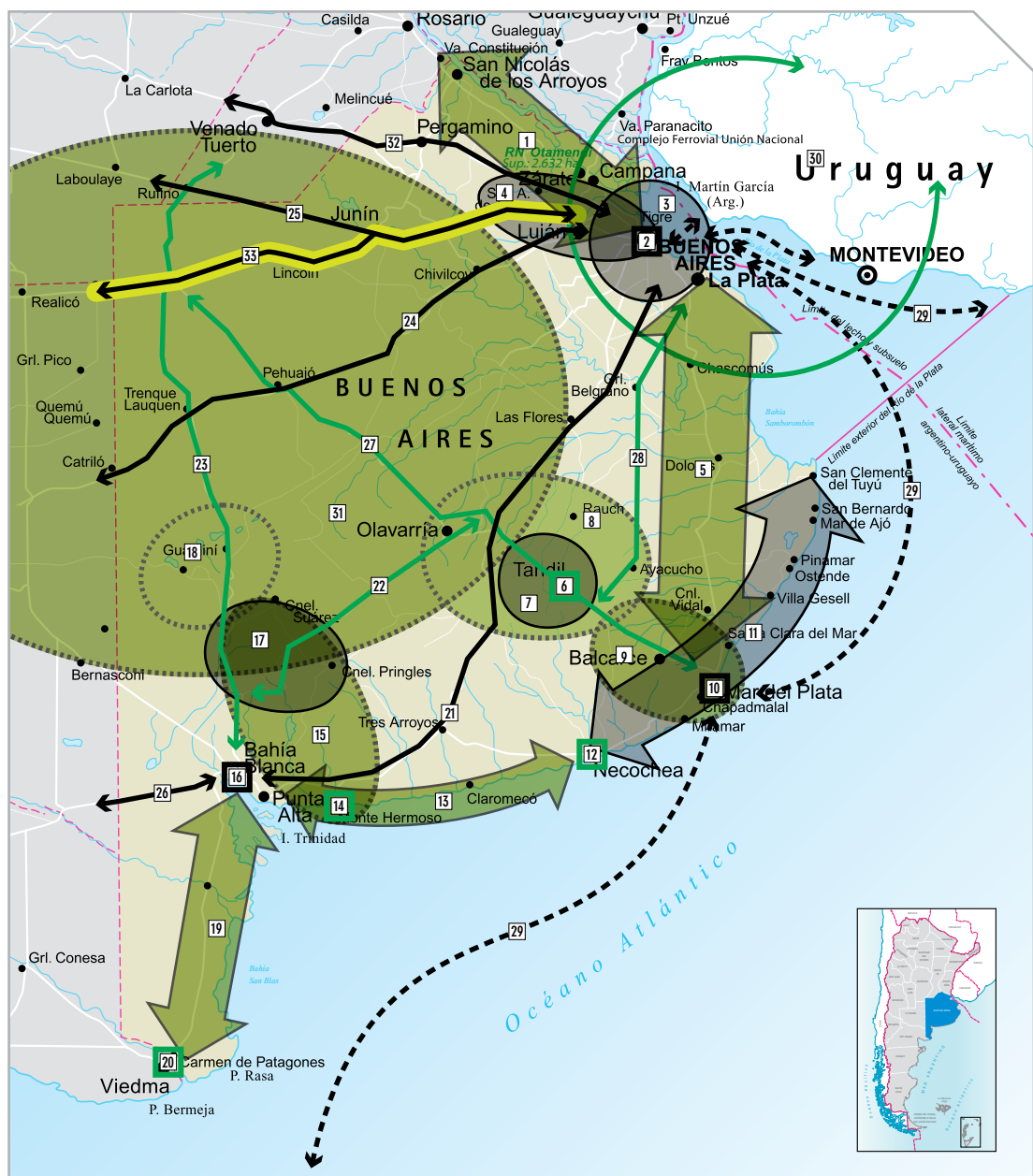
MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
2.28	Corredor del Río Paraguay		x	x		Tiene como base a la localidad de Formosa y eje natural al río Paraguay, es una importante conexión con Paraguay y con la Provincia del Chaco por la RN 11 hasta Clorinda. Importantes atractores como Herradura, Mision Lashi y Tacaagle, Reserva Silvestre Guaycolec entre otros. Productos pesca deportiva, observación de aves y un marco de naturaleza imponente.
2.29	Corredor del Gualeguay		x	x		"Este constituye el espacio propicio para realizar avistaje de aves, cabalgata, observación de flora y fauna. También son muy importantes las propuestas culturales que reflejan la tradición de la provincia."
2.30	Puerta Paraná - Santa Fé	x				
2.31	Puerta Rosario	x				
2.32	Area Gran Rosario	x				
2.33	Area Gran Santa Fe		x			
2.34	Area Circuitos Productivos Santafesinos		x			
2.35	Corredor de las Misiones Correntinas (o Alto Uruguay)		x	x		Corredor Jesuítico Correntino: En este Corredor, al que se accede por RN Nº14, se reflejan la grandeza del esplendor jesuítico en ésta provincia, como testimonio de su apogeo cultural e histórico.
2.36	Puerta Santó Tomé- Sao Borjas	x				
2.37	Circuito Transfronterizo Santo Tomé- Sao Borjas		x			
2.38	Puerta Paso de los Libres		x			
2.39	Circuito Transfronterizo Paso de los Libres - Uruguiana	x		x		"Desde la construcción del puente fue facilitador del flujo turístico internacional y fronterizo para la región. Fuerte lazo de vinculación y localización estratégica en el MERCOSUR con una gran afluencia de turistas de Brasil hacia Argentina. Conecta Paso de los Libres Corrientes Argentina con Uruguayana Brasil"
2.40	Area sur correntino-norte entrerriano	x				
2.41	Travesía RN 19		x			
2.42	Travesía Paso de los Libres - Goya		x			
2.43	Travesía RN 98 Reconquista - Tostado		x			
2.44	Travesía RN 9 Rosario - Córdoba	x				
2.45	Corredor del Río Uruguay	x			x	"Este corredor de gran tradición turística. Las extensas playas de Colón, Concepción del Uruguay, Gualeguaychú, San José, Concordia y Federación, se complementan con otras tantas actividades que para los distintos segmentos de turistas que recorren la provincia. En cuanto al turismo cultural se ha transformado en un producto en continuo crecimiento, sumado a aquellos sitios como el Palacio San José, el Molino Forclaz, el Castillo San Carlos y la Vieja Federación, los cuales ya se encuentran instalados en el mercado. Por último la naturaleza, posee un posicionamiento destacada, a través de las distintas actividades al aire libre."
2.46	Travesía Paraná- Paso de los Libres		x			
2.47	Travesía Paraná- Concordia	x				
2.48	Travesía RP 39	x				
2.49	Corredor Comarca Bermejo		x			
2.50	Puerta Concordia	x				
2.51	Puerta Colón	x				
2.52	Puerta Gualeguaychú	x				
2.53	Travesía RN 86		x			
2.54	Travesía RN 34 Rosario - Santiago del Estero	x				
2.55	Travesía Goya - Posadas		x			
2.56	Area Pueblos Históricos Forestales		x			
2.57	Circuito Transfronterizo Fray Bentos - Puerto Unzué		x			
2.58	Circuito Transfronterizo Colón - Paysandú		x			
2.59	Circuito Transfronterizo Concordia - Salto	x				
2.60	Travesía RN 8	x				
2.61	Travesía Bioceánica RN7	x				
<b>Totales</b>		<b>29</b>	<b>32</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

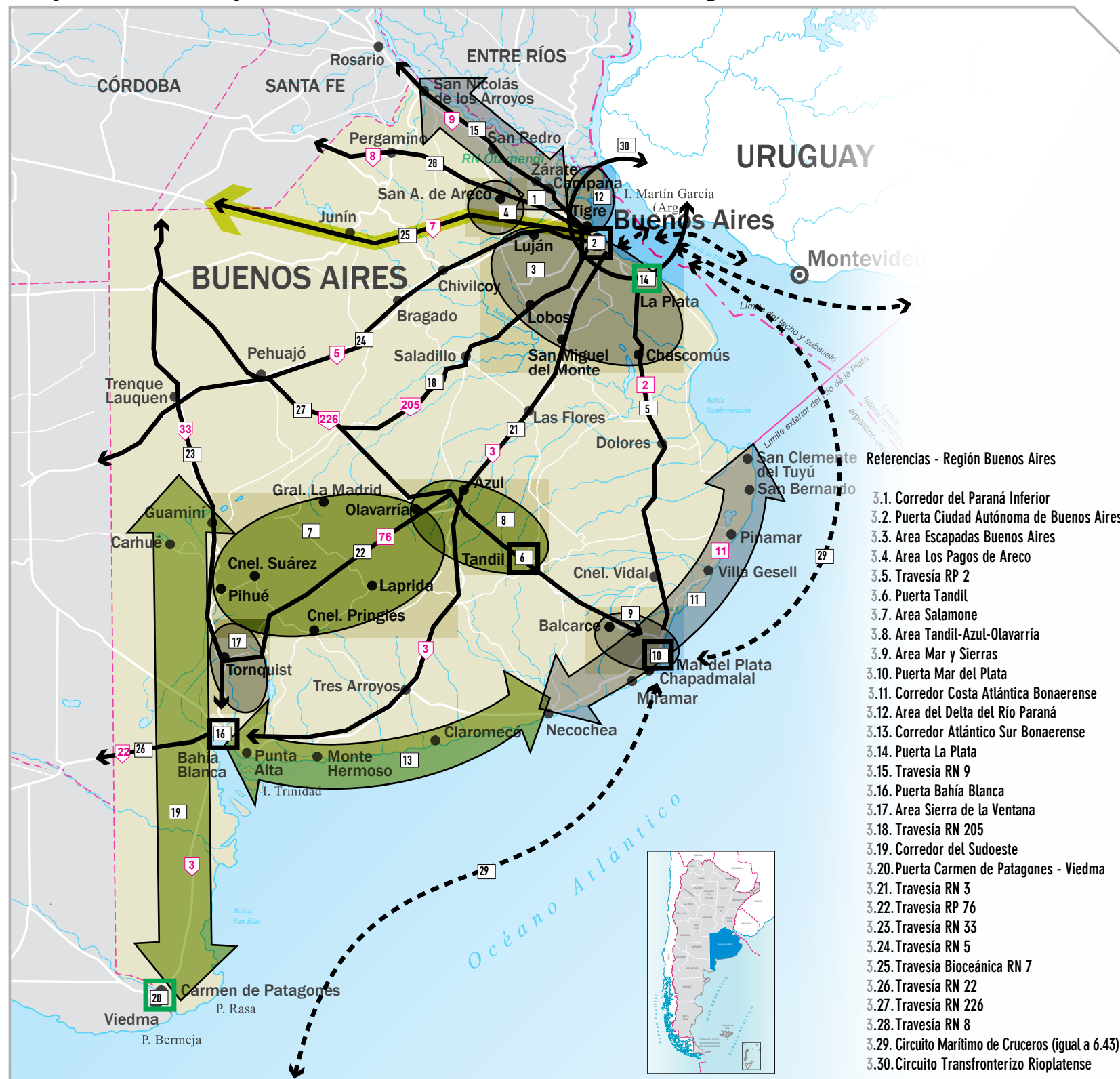
Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2005: Región Buenos Aires



Referencias - Región Buenos Aires

1. Corredor del Paraná Inferior
2. Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires
3. Área Metropolitana de Buenos Aires
4. Área Los Pagos de Areco
5. Corredor Camino del Gaucho
6. Puerta Ciudad de Tandil
7. Área Sierras de Tandil
8. Área Tandilia
9. Área Mar y Sierras
10. Puerta Ciudad de Mar del Plata
11. Corredor Costa Atlántica Bonaerense
12. Puerta Necochea
13. Corredor Atlántico Sur Bonaerense
14. Puerta Monte Hermoso
15. Área Ventana al Mar
16. Puerta Bahía Blanca
17. Área Sierra de la Ventana
18. Área Carhué - Guaminí
19. Corredor San Blas
20. Puerta Carmen de Patagones - Viedma
21. Travesía RN 3
22. Travesía RP 51 - 76
23. Travesía RN 33
24. Travesía RN 5
25. Travesía RN 7
26. Travesía RN 22
27. Travesía RN 226
28. Travesía RP 29
29. Circuito Marítimo de Cruceros
30. Circuito Transfronterizo Rioplatense
31. Área de Lagunas y Fortines
32. Travesía RN 8
33. Travesía RN 188

Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Buenos Aires



Referencias - Región Buenos Aires

- 3.1. Corredor del Paraná Inferior
- 3.2. Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 3.3. Área Escapadas Buenos Aires
- 3.4. Área Los Pagos de Areco
- 3.5. Travesía RP 2
- 3.6. Puerta Tandil
- 3.7. Área Salamone
- 3.8. Área Tandil-Azul-Olavarría
- 3.9. Área Mar y Sierras
- 3.10. Puerta Mar del Plata
- 3.11. Corredor Costa Atlántica Bonaerense
- 3.12. Área del Delta del Río Paraná
- 3.13. Corredor Atlántico Sur Bonaerense
- 3.14. Puerta La Plata
- 3.15. Travesía RN 9
- 3.16. Puerta Bahía Blanca
- 3.17. Área Sierra de la Ventana
- 3.18. Travesía RN 205
- 3.19. Corredor del Sudoeste
- 3.20. Puerta Carmen de Patagones - Viedma
- 3.21. Travesía RN 3
- 3.22. Travesía RP 76
- 3.23. Travesía RN 33
- 3.24. Travesía RN 5
- 3.25. Travesía Bioceánica RN 7
- 3.26. Travesía RN 22
- 3.27. Travesía RN 226
- 3.28. Travesía RN 8
- 3.29. Circuito Marítimo de Cruceros (igual a 6.43)
- 3.30. Circuito Transfronterizo Rioplatense



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Buenos Aires

Esta Región está constituida por la Provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Entre sus principales corredores se destaca el de la **Costa Atlántica Bonaerense** de carácter actual, que se constituye como el principal destino de sol y playa del país, teniendo a Mar del Plata como su puerta de ingreso; y el **Corredor del Paraná Inferior**, también de condición actual y que teniendo como eje a la RN 9, permite articular a la Ciudad y Provincia de Buenos Aires con la Región Litoral.

Son de destacar dos espacios turísticos potenciales: el **Corredor Atlántico Sur Bonaerense**, que permite prolongar el Corredor Atlántico Actual hacia el sur; y el **Corredor del Sudoeste**, antiguamente llamado Corredor San Blas, que montado sobre las RN 3 y 33 permite unir Carmen de Patagones con las Lagunas de Carhué y Guaminí.

A nivel de áreas de uso turístico actual, las más relevantes son: el **Area Escapadas Buenos Aires**, con su oferta heterogénea de atractivos naturales y culturales; el **Área del Delta del Río Paraná** destacado por su rica diversidad biológica; **Area Los Pagos de Areco**, característica por su gran importancia cultural relacionada a lo gauchesco; **Area Sierras de la Ventana**, comarca enmarcada en las imponentes Sierras del sistema de Ventania; y el **Area Mar y Sierras**, que ha cambiado su condición de potencial a actual y comprende el área entre Mar del Plata y Balcarce.

Entre los espacios turísticos de condición potencial se destacan el **Area Tandil-Azul-Olavarría**, llamada anteriormente Área Tandilia, que combina el producto sierras con una importante oferta de turismo rural; y el **Area**

**Salamone** que sigue la ruta del patrimonio arquitectónico trazado por la obra del ingeniero y arquitecto Francisco Salamone, quien dejó plasmado su particular estilo en una veintena de municipios.

Haciendo epicentro en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se encuentra el **Circuito Transfronterizo Rioplatense**, que posee un intenso flujo turístico con la República de Uruguay. Así como también las ciudades de Buenos Aires y Mar del Plata representan los principales puertos del **Circuito Marítimo de Cruceros**, de carácter actual, que permite recorrer la costa patagónica argentina, e incluso el litoral chileno y las playas de Brasil.

Cabe una mención muy especial a los siguientes componentes del espacio: la **Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires**, con su importante patrimonio cultural; **Puerta Mar del Plata**, principal destino de sol y playa y con gran proyección como centro de turismo de reuniones; **Puerta Bahía Blanca**, punto de partida hacia la Patagonia; y **Puerta Tandil**,

centro turístico más tradicional vinculado a las sierras de la Provincia de Buenos Aires, que ha cambiado su condición de potencial a actual.

Como espacios potenciales se han detectado la **Puerta La Plata**, que se encuentra en un proceso de crecimiento en cuanto a servicios y puesta en valor de sus atractivos; y la **Puerta Carmen de Patagones – Viedma** que permite conectar a la Provincia de Buenos Aires con la Región Patagónica.

Entre las travesías actuales identificadas en la región se destacan, por un lado, la **Travesía Bioceánica de la RN 7** que se caracteriza por su vocación turística, es decir, que cuenta con alta concentración de atractivos y servicios, y es susceptible de convertirse en el mediano y largo plazo en corredor turístico, y por otro, la **Travesía de la RP 2**, anteriormente Corredor Camino del Gaucho, principal autovía de acceso a la costa atlántica y zona de lagunas, uniendo dos de los principales centros turísticos del país como son la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Mar del Plata.



Izq.: Mar del Plata, espigón.  
Ab.: Teatro Colón.  
Der.: Puerto de San Clemente.  
Fotos: Ministerio de Turismo.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización



### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2: Región Buenos Aires



Región Buenos Aires: Espacios del T2

- 3.1. Corredor del Paraná Inferior
- 3.2. Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 3.10. Corredor de la Costa Atlántica Bonaerense
- 3.13. Corredor Atlántico Sur Bonaerense

### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3: Región Buenos Aires



Región Buenos Aires: Espacios del T3

- 3.3. Area Escapadas Buenos Aires
- 3.8. Area Tandil - Azul - Olavarría
- 3.19. Corredor del Sudoeste
- 3.20. Puerta Carmen de Patagones - Viedma

### Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2 y T3: Región Buenos Aires

La Región Buenos Aires consta de **30 componentes del espacio turístico**, que poseen las características que a continuación se mencionan: según tipología (4 corredores, 7 áreas, 6 puertas, 11 travesías, 1 circuito transfronterizo y 1 circuito marítimo), según condición (24 actuales y 6 potenciales).

Para priorizar la intervención en el denominado T2 (hasta el 2016) y el T3 (hasta el 2020), se tuvieron en cuenta algunos criterios tales como: la planificación del espacio territorial previsto a través del PET en general y la turística en curso; las inversiones y las acciones de fortalecimiento efectivamente realizadas por los diferentes niveles de gobierno en las zonas valoradas.

De los espacios identificados en el mapa regional se evaluó que 3 corredores y 1 puerta fueron incluidos en el T2, tres son actuales y uno potencial. En el caso del T3 son 1 corredor, 2 áreas y 1 puerta, tres potenciales y uno actual.

Para el **Tiempo 2** fueron priorizados los siguientes espacios:

El **Corredor del Paraná Inferior**, importante por sus atractivos naturales y culturales que unidos a través de la RN 9, permite articular a la Ciudad y a la Provincia de Buenos Aires con la Región Litoral. El mismo ha registrado un gran crecimiento en materia de infraestructura de servicios al turista.

El **Corredor de la Costa Atlántica Bonaerense**, principal destino de sol y playa a nivel nacional, con la ciudad de Mar del Plata como su puerta de ingreso.

El **Corredor Atlántico Sur Bonaerense** que permite prolongar el Corredor Atlántico actual hacia el sur donde se encuentran amplias playas y menor densidad demográfica.

**La Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires**, capital nacional y principal centro financiero y administrativo del país, que concentra una gran oferta de servicios turísticos, y atrae importantes flujos de demanda por su patrimonio histórico, cultural y arquitectónico.

Para el **Tiempo 3** se detectaron como prioritarios:

El **Corredor del Sudoeste** que sobre el eje de las RN 3 y 33, une Carmen de Patagones con las Lagunas de Carhué y Guaminí, destinos destacados por sus

termas y pesca deportiva. El **Area Tandil-Azul-Olavarría** que combina las sierras de la ciudad de Tandil, con la riqueza cultural de Azul y la ciudad de Olavarría, todas con una importante oferta de turismo rural.

El **Area Escapadas Buenos Aires** que se caracteriza por una oferta heterogénea de atractivos turísticos culturales, rurales, de aventura, ecoturismo y turismo de la fe, destacándose las localidades de Luján, Lobos, Chascomús y San Miguel del Monte.

La **Puerta Carmen de Patagones - Viedma** que permite conectar a la Provincia de Buenos Aires con la Región Patagónica.



Jockey Club - Buenos Aires - Foto: Ministerio de Turismo.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Condición de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
3.1	Corredor del Paraná Inferior	x		x		Es un corredor importante en cuanto a sus atractivos naturales e históricos, donde además se están registrando importantes inversiones desde el sector privado. Por otra parte, es un corredor donde el MINTUR también se encuentra trabajando con varios de sus Programas.
3.2	Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires	x		x		La importancia y magnitud de la ciudad de Buenos Aires como destino turístico.
3.3	Area escapadas Buenos Aires	x			x	Constituye la principal oferta turística y recreativa de fin de semana para el principal mercado emisor nacional.
3.4	Area Los Pagos de Areco	x				
3.5	Travesía RP 2	x				
3.6	Puerta Tandil	x				
3.7	Area Salamone		x			
3.8	Area Tandil - Azul - Olavarría		x		x	Es un área con atractivos naturales, culturales y gastronómicos de magnitud, además de servicios turísticos de importancia, y que precisaría de una mayor integración entre los destinos para sumar valor regional.
3.9	Area Mar y Sierras	x				
3.10	Puerta Mar del Plata	x				
3.11	Corredor Costa Atlántica Bonaerense	x		x		Principal destino de sol y playa a nivel nacional, concentra la mayor cantidad de infraestructura y equipamiento turístico de la provincia.
3.12	Area del Delta del Río Paraná	x				
3.13	Corredor Atlántico Sur Bonaerense		x	x		Parte del Corredor Atlántico que registra menor equipamiento e infraestructura, aunque innegables atractivos naturales.
3.14	Puerta La Plata		x			
3.15	Travesía RN 9	x				
3.16	Puerta Bahía Blanca	x				
3.17	Area Sierra de la Ventana	x				
3.18	Travesía RN 205	x				
3.19	Corredor del Sudoeste		x		x	El corredor combina una importante diversidad de atractivos que precisaría de una mayor interacción para potenciar la Región.
3.20	Puerta Carmen de Patagones – Viedma		x		x	Puerta de una gran importancia estratégica, en cuanto une Buenos Aires con la Patagonia.
3.21	Travesía RN 3	x				
3.22	Travesía RP 76	x				
3.23	Travesía RN 33	x				
3.24	Travesía RN 5	x				
3.25	Travesía Bioceánica RN 7	x				
3.26	Travesía RN 22	x				
3.27	Travesía RN 226	x				
3.28	Travesía RN 8	x				
3.29	Circuito Marítimo de Cruceros	x				
3.30	Circuito Transfronterizo Rioplatense	x				
<b>Totales</b>		<b>24</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	



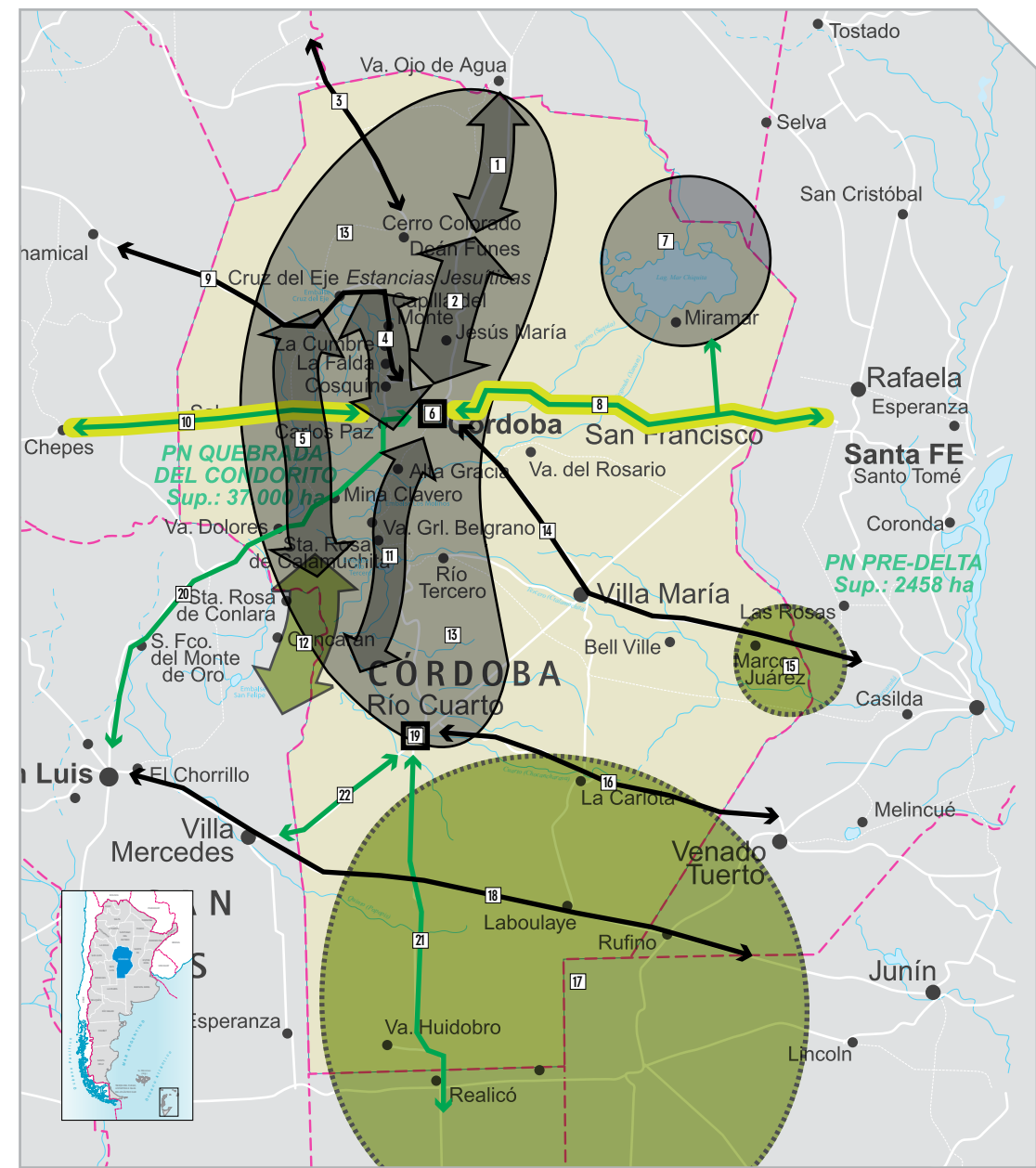
San Antonio de Areco - Buenos Aires - Foto: Florian von der Fecht.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

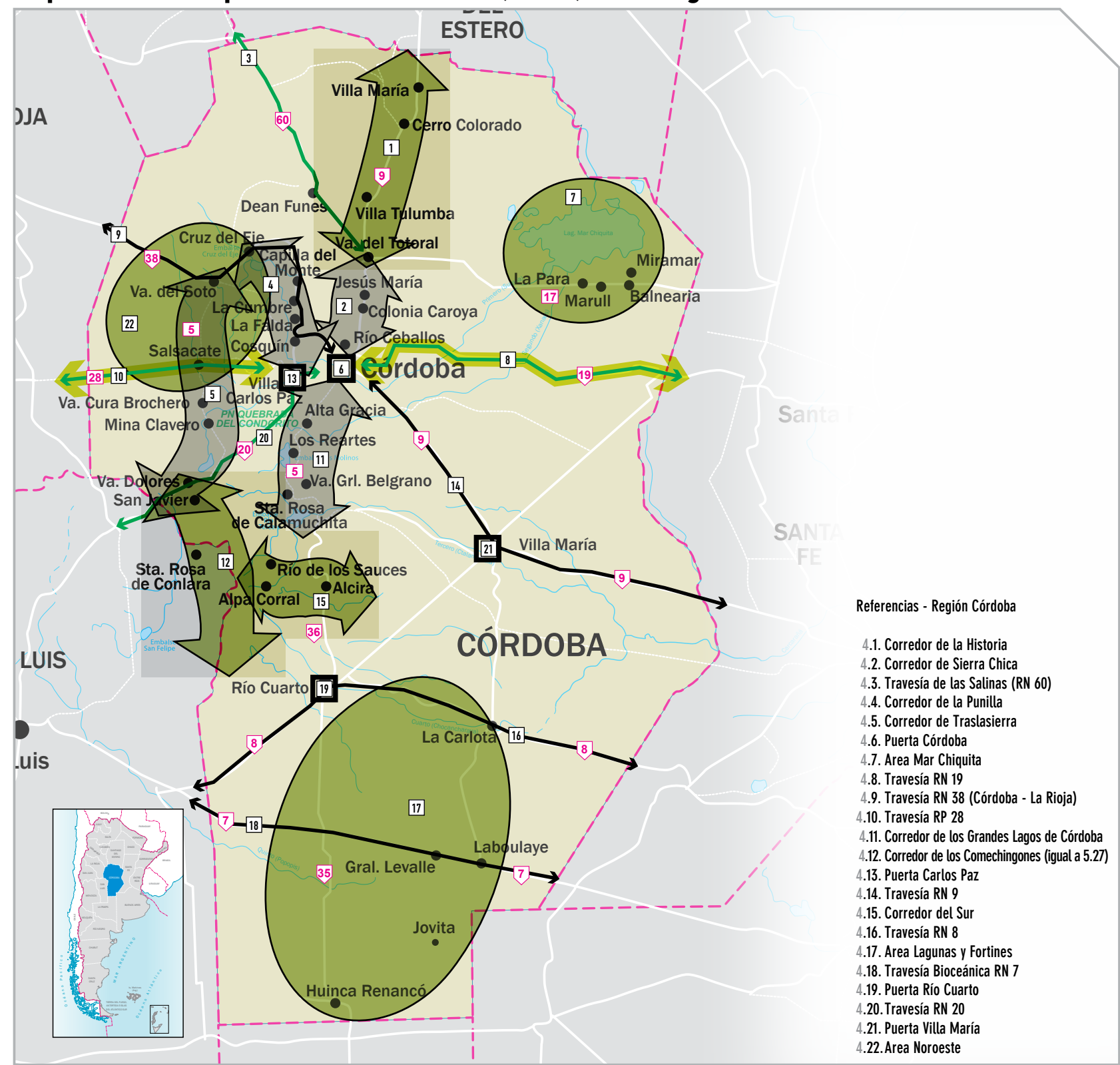
## Justificación y Alcances de la Actualización

**Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2005: Región Córdoba**



- Referencias - Región Córdoba
1. Corredor de la Historia
  2. Corredor de Sierra Chica
  3. Travesía de las Salinas
  4. Corredor de la Punilla
  5. Corredor de Traslasierra
  6. Puerta Córdoba
  7. Area Mar Chiquita
  8. Travesía RN 19
  9. Travesía RN 38 Córdoba - La Rioja
  10. Travesía RP 28
  11. Corredor de los Grandes Lagos de Córdoba
  12. Corredor de los Comechingones
  13. Area de Sierras y Valles de Córdoba
  14. Travesía RN 9
  15. Area Carcarañá
  16. Travesía RN 8
  17. Area Lagunas y Fortines
  18. Travesía RN 7
  19. Puerta Río Cuarto
  20. Travesía RN 20
  21. Travesía RN 35
  22. Travesía RN 8

**Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Córdoba**



- Referencias - Región Córdoba
- 4.1. Corredor de la Historia
  - 4.2. Corredor de Sierra Chica
  - 4.3. Travesía de las Salinas (RN 60)
  - 4.4. Corredor de la Punilla
  - 4.5. Corredor de Traslasierra
  - 4.6. Puerta Córdoba
  - 4.7. Area Mar Chiquita
  - 4.8. Travesía RN 19
  - 4.9. Travesía RN 38 (Córdoba - La Rioja)
  - 4.10. Travesía RP 28
  - 4.11. Corredor de los Grandes Lagos de Córdoba
  - 4.12. Corredor de los Comechingones (igual a 5.27)
  - 4.13. Puerta Carlos Paz
  - 4.14. Travesía RN 9
  - 4.15. Corredor del Sur
  - 4.16. Travesía RN 8
  - 4.17. Area Lagunas y Fortines
  - 4.18. Travesía Bioceánica RN 7
  - 4.19. Puerta Río Cuarto
  - 4.20. Travesía RN 20
  - 4.21. Puerta Villa María
  - 4.22. Area Noroeste



## Justificación y Alcances de la Actualización | UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Córdoba

La región está conformada exclusivamente por la provincia de Córdoba. Cuenta con espacios turísticos actuales y potenciales localizados, en su gran mayoría, en la zona de sierras y valles, destacándose el **Corredor de Sierra Chica, de la Punilla, de los Grandes Lagos de Córdoba y de Traslasierra**, y las **puertas Córdoba, Villa Carlos Paz y Río Cuarto**.

En las sierras también se encuentran el **Corredor de los Comechingones**, el **Corredor del Sur** y el **Corredor de la Historia**, todos ellos de carácter potencial. En el Corredor de Sierra Chica, el de los Grandes Lagos, de Traslasierra y en la puerta Córdoba se destaca la presencia de atractivos turísticos de jerarquía internacional, como la Manzana y las Estancias Jesuíticas declaradas sitios de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y el Parque Nacional Quebrada del Condorito.

El **Área Mar Chiquita**, espacio de condición potencial, tiene como atractivo principal a la laguna homónima, que en otras épocas de esplendor se consagró como un destino de sol y playa, y vinculado a turismo salud con presencia de aguas termales. Actualmente, esta microrregión también denominada localmente "región de Ansenúza", está en la búsqueda de actualizar su oferta de productos y servicios turísticos vinculados con el disfrute de la naturaleza como la observación de aves, pesca deportiva y senderismo, entre otros.

El **Área Noroeste** constituye un espacio con vocación turística potencial, con presencia de vestigios de patrimonio cultural de origen jesuítico y también, un variado paisaje natural donde se destacan cordones montañosos, formaciones volcánicas, quebradas, pampa

de altura con laguna, ríos, arroyos, y la llanura occidental cubierta por el bosque chaqueño.

Al sureste de la provincia se ubica el **Área Lagunas y Fortines**, que comprende el paisaje de la llanura pampeana, atravesado por numerosos ríos y arroyos que han dado origen a un importante sistema de humedales y lagunas dispersas en el territorio. Vinculada históricamente al desarrollo de la pampa húmeda, esta zona contó con una importante línea defensiva de fortines de los cuales se conservan vestigios en la ciudad de La Carlota.

Finalmente, atraviesan la provincia travesías (de condición actual) que constituyen ejes viales este-oeste, como la **Travesía RN 9**, que

une a la región con la Ciudad de Buenos Aires, Rosario y la Región Norte del país, así como también la **Travesía Bioceánica RN 7, Travesía RN 8 y Travesía RN 38**.

Entre las travesías potenciales identificadas en la región, cabe hacer una mención especial a aquellas con vocación turística, es decir, aquellas con concentración de atractivos y servicios susceptibles de convertirse en el mediano y largo plazo en corredores turísticos, como la **Travesía RP 28 y Travesía RN 19**.



Villa Carlos Paz. Foto: Ministerio de Turismo.

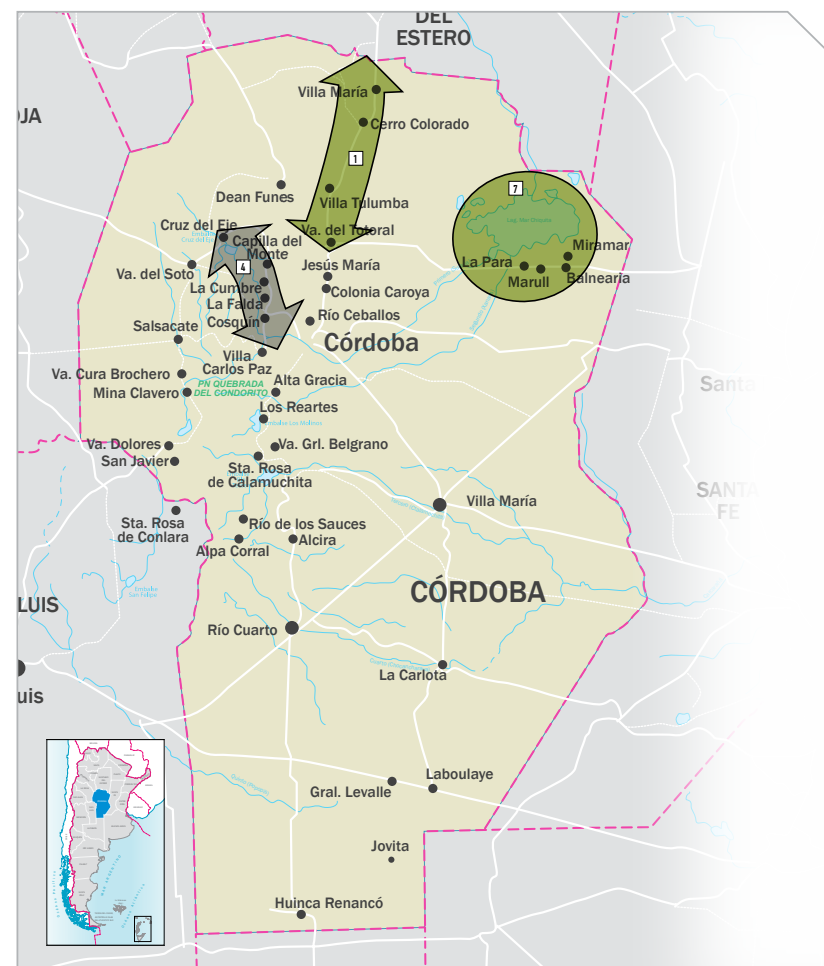


Candonga, iglesia. Foto: Ministerio de Turismo.



Río Ceballos. Foto: Ministerio de Turismo.

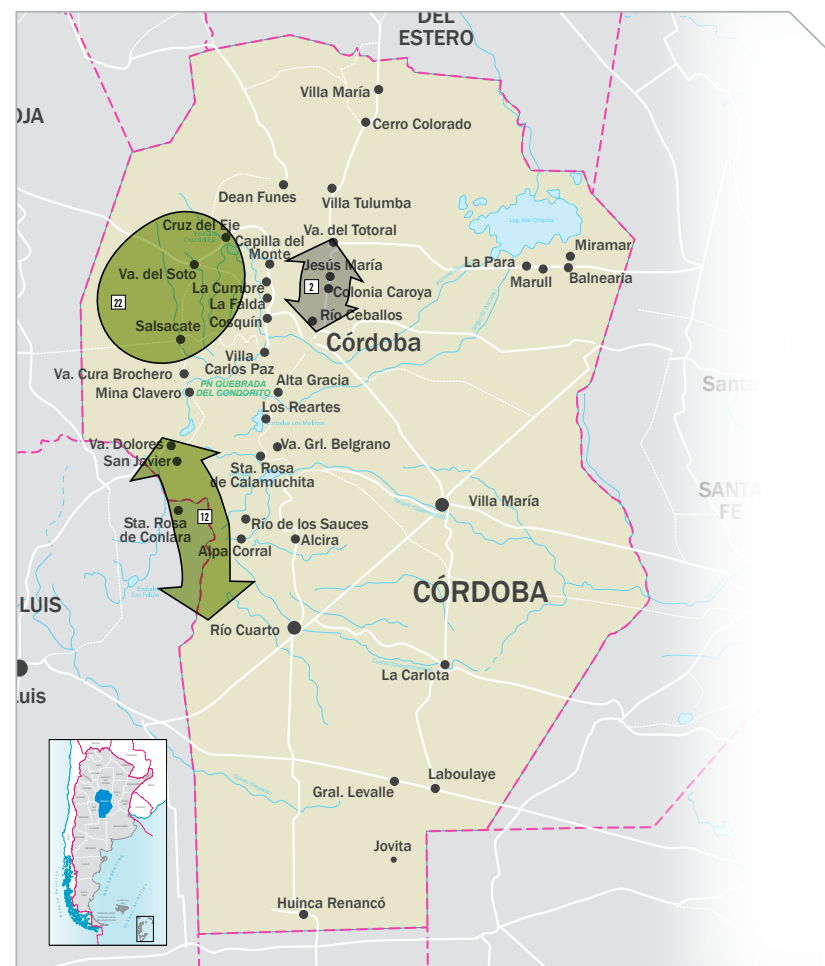
**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2: Región Córdoba**



Región Córdoba: Espacios del T2

- 4.1. Corredor de la Historia
- 4.4. Corredor de la Punilla
- 4.7. Area Mar Chiquita

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3: Región Córdoba**



Región Córdoba: Espacios del T3

- 4.2. Corredor Sierra Chica
- 4.12. Corredor de los Comechingones
- 4.22. Area Noroeste

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2 y T3: Región Córdoba**

La Región Córdoba consta de **22 componentes del espacio turístico** que se distribuyen equilibradamente en la provincia que la integra y que poseen las características que a continuación se mencionan: según tipología (7 corredores, 3 áreas, 4 puertas y 8 travesías), según condición (12 actuales y 10 potenciales).

Para priorizar la intervención en el denominado T2 (hasta el 2016) y el T3 (hasta el 2020), se tuvieron en cuenta algunos criterios tales como: la planificación del espacio territorial, previsto a través del PET en general y la turística en curso, las inversiones y las acciones de fortalecimiento efectivamente realizadas por los diferentes niveles de gobierno en las zonas valoradas.

De los espacios identificados en el mapa regional se evaluó que 2 corredores y 1 área fueran incluidos en el T2, el **Corredor de la Punilla**, el **Corredor de la Historia** y el **Area Mar Chiquita**. En el caso del T3, son 2 corredor y 1 área, el **Corredor de Sierra Chica**, el **Corredor de los Comechingones** y el **Area Noroeste**.

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Condición de los espacios		Tiempo 2012-2020	
		Actual	Potencial	T2	T3
4.1	Corredor de la Historia		x	x	
4.2	Corredor de Sierra Chica	x			x
4.3	Travesía de las Salinas (RN 60)		x		
4.4	Corredor de la Punilla	x		x	
4.5	Corredor de Traslasierra	x			
4.6	Puerta Córdoba	x			
4.7	Area Mar Chiquita		x	x	
4.8	Travesía RN 19		x		
4.9	Travesía RN 38 (Córdoba - La Rioja)	x			
4.10	Travesía RP 28		x		
4.11	Corredor de los Grandes Lagos de Córdoba	x			
4.12	Corredor de los Comechingones		x		x
4.13	Puerta Carlos Paz	x			
4.14	Travesía Ruta Nacional 9	x			
4.15	Corredor del Sur		x		
4.16	Travesía RN 8	x			
4.17	Area Lagunas y Fortines		x		
4.18	Travesía Bioceánica RN 7	x			
4.19	Puerta Río Cuarto	x			
4.20	Travesía RN 20		x		
4.21	Puerta Villa María	x			
4.22	Area Noroeste		x		x
<b>Totales</b>		<b>12</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>3</b>



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Cuyo

En Cuyo se identificaron tres ejes ordenadores del espacio turístico, considerando los principales productos integradores y rutas de mayor interés turístico de la región, es decir, las RN 7 y 40 y 20. Se trata del **Corredor RN 40 - Cuyo** que atraviesa toda la región de norte a sur, y el **Corredor Bioceánico RN 7 - Cuyo** que recorre de este -oeste las provincias de San Luis y Mendoza, y en el mismo sentido, el **Corredor San Juan - Merlo**, que une las provincias de San Luis y San Juan.

El primero de ellos comprende las localidades de Guandacol, Villa Unión, Chilecito, Famatina, San Blas de Los Sauces y Arauco, en territorio riojano. A su vez, el Corredor de la RN 40 actúa en esta provincia como un componente integrador con el **Corredor de La**



Tupungato, cabalgata - Foto: Ministerio de Turismo.

Producción y el **Corredor de La Costa**, que contiene destinos y productos consolidados, como Talampaya, Cordillera de los Andes, Cuesta de Miranda, Cable Carril, Ruta del Vino, circuitos de Iglesias y Turismo en espacios rurales, entre otros.

Uniendo las provincias de San Juan y La Rioja, el denominado **Corredor Villa Unión-Valle Fértil** presenta un atractivo de relevancia internacional dado por el Sitio Ischigualasto - Talampaya declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO, conformado por el Parque Nacional de Talampaya y el Parque Provincial Ischigualasto. En los extremos del corredor, se encuentran las **puertas de Villa Unión y Valle Fértil** consignadas como de condición potencial.

Otro espacio con vocación turística potencial, que incluye atractivos turísticos de jerarquía, es el **Área Laguna Brava- Reserva de la Biósfera San Guillermo**, que integra la Reserva Natural Laguna Brava (declarada Sitio Ramsar y reserva protectora de la fauna silvestre de la provincia de La Rioja), y el Parque Nacional San Guillermo, localizado en la provincia de San Juan, importante reserva de la biósfera que preserva intacto el bioma de monte.

En el este de la Provincia de San Luis, el **Corredor de Comechingones** propone la articulación inter-regional con la región Córdoba, incluyendo a la **Puerta Merlo**, de condición potencial, como centro turístico distribuidor.

En la región se destacan espacios de uso turístico actual los cuales conjugan atractivos y productos turísticos de relevancia a nivel regional y nacional. Entre ellos, se encuentra el **Área Valle de Uco** que contiene la Ruta del Vino; y el **Corredor de Hualtarán, Corredor Merlo - San Juan**, y el **Corredor San Juan - Valle Fértil** que integran la denominada Ruta

de los Dinosaurios de Cuyo.

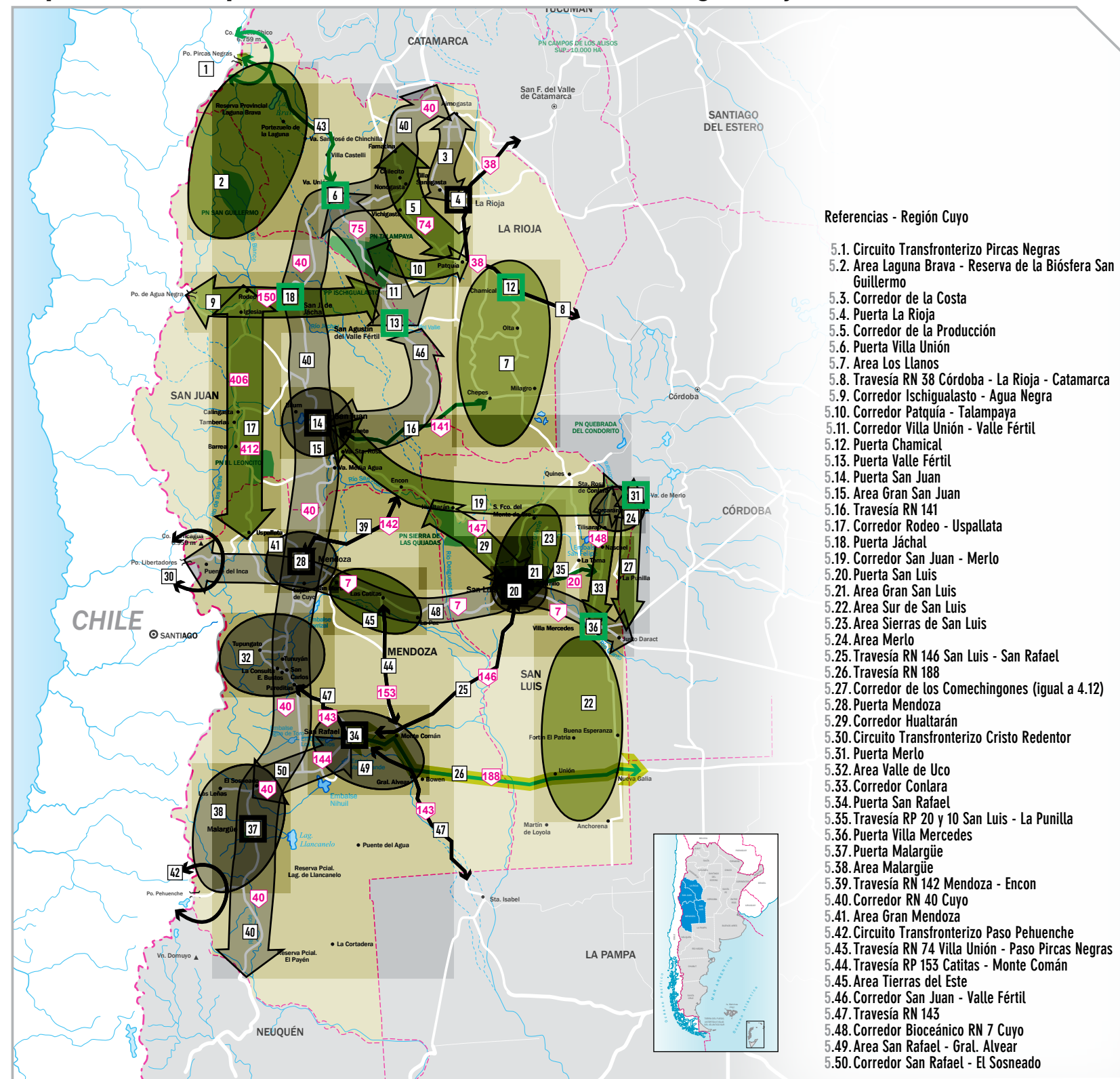
Además, se identificaron como áreas de uso turístico actual, al territorio que rodea las ciudades capitales de San Juan, Mendoza y San Luis, denominadas **Gran San Juan, Gran Mendoza y Gran San Luis**, y asimismo, las **Áreas San Rafael-General Alvear, Malargüe y Merlo**.

Se valoró como puertas actuales a las capitales de provincia al igual que aquellas ciudades que tuvieron un gran crecimiento en los últimos años, como por ejemplo **San Rafael y Malargüe**.

Entre las travesías identificadas en la región se destaca la **Travesía actual de la RN 38**, que conecta a la ciudad de La Rioja con San Fernando del Valle de Catamarca hacia el norte y con la ciudad de Córdoba hacia el sur, significando una conexión directa con las regiones Norte y Córdoba. Asimismo, la **Travesía RN 188** se caracteriza por su vocación turística, es decir, que cuenta con alta concentración de atractivos y servicios, y es susceptible de convertirse en el mediano a largo plazo en corredor turístico.

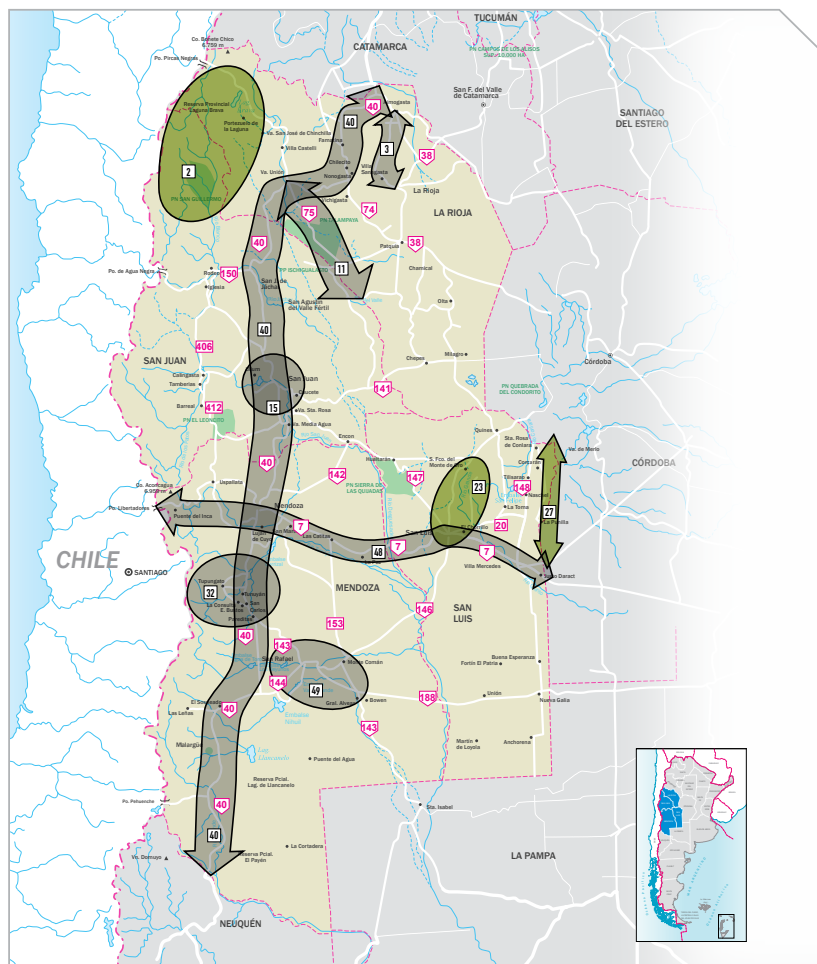
En la región Cuyo hay dos espacios turísticos actuales y uno potencial que conectan a la Argentina con la vecina República de Chile. Se trata de los **Circuitos Transfronterizos Pircas Negras** (potencial) en La Rioja, el de **Cristo Redentor** y el de **Paso Pehuenche**, ambos ubicados en la provincia de Mendoza y de condición actual.

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Cuyo



- Referencias - Región Cuyo
- 5.1. Circuito Transfronterizo Pircas Negras
  - 5.2. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo
  - 5.3. Corredor de la Costa
  - 5.4. Puerta La Rioja
  - 5.5. Corredor de la Producción
  - 5.6. Puerta Villa Unión
  - 5.7. Área Los Llanos
  - 5.8. Travesía RN 38 Córdoba - La Rioja - Catamarca
  - 5.9. Corredor Ischigualasto - Agua Negra
  - 5.10. Corredor Patuquia - Talampaya
  - 5.11. Corredor Villa Unión - Valle Fértil
  - 5.12. Puerta Chemical
  - 5.13. Puerta Valle Fértil
  - 5.14. Puerta San Juan
  - 5.15. Área Gran San Juan
  - 5.16. Travesía RN 141
  - 5.17. Corredor Rodeo - Uspallata
  - 5.18. Puerta Jáchal
  - 5.19. Corredor San Juan - Merlo
  - 5.20. Puerta San Luis
  - 5.21. Área Gran San Luis
  - 5.22. Área Sur de San Luis
  - 5.23. Área Sierras de San Luis
  - 5.24. Área Merlo
  - 5.25. Travesía RN 146 San Luis - San Rafael
  - 5.26. Travesía RN 188
  - 5.27. Corredor de los Comechingones (igual a 4.12)
  - 5.28. Puerta Mendoza
  - 5.29. Corredor Hualtarán
  - 5.30. Circuito Transfronterizo Cristo Redentor
  - 5.31. Puerta Merlo
  - 5.32. Área Valle de Uco
  - 5.33. Corredor Conlara
  - 5.34. Puerta San Rafael
  - 5.35. Travesía RP 20 y 10 San Luis - La Punilla
  - 5.36. Puerta Villa Mercedes
  - 5.37. Puerta Malargüe
  - 5.38. Área Malargüe
  - 5.39. Travesía RN 142 Mendoza - Encon
  - 5.40. Corredor RN 40 Cuyo
  - 5.41. Área Gran Mendoza
  - 5.42. Circuito Transfronterizo Paso Pehuenche
  - 5.43. Travesía RN 74 Villa Unión - Paso Pircas Negras
  - 5.44. Travesía RP 153 Catitas - Monte Comán
  - 5.45. Área Tierras del Este
  - 5.46. Corredor San Juan - Valle Fértil
  - 5.47. Travesía RN 143
  - 5.48. Corredor Bioceánico RN 7 Cuyo
  - 5.49. Área San Rafael - Gral. Alvear
  - 5.50. Corredor San Rafael - El Sosneado

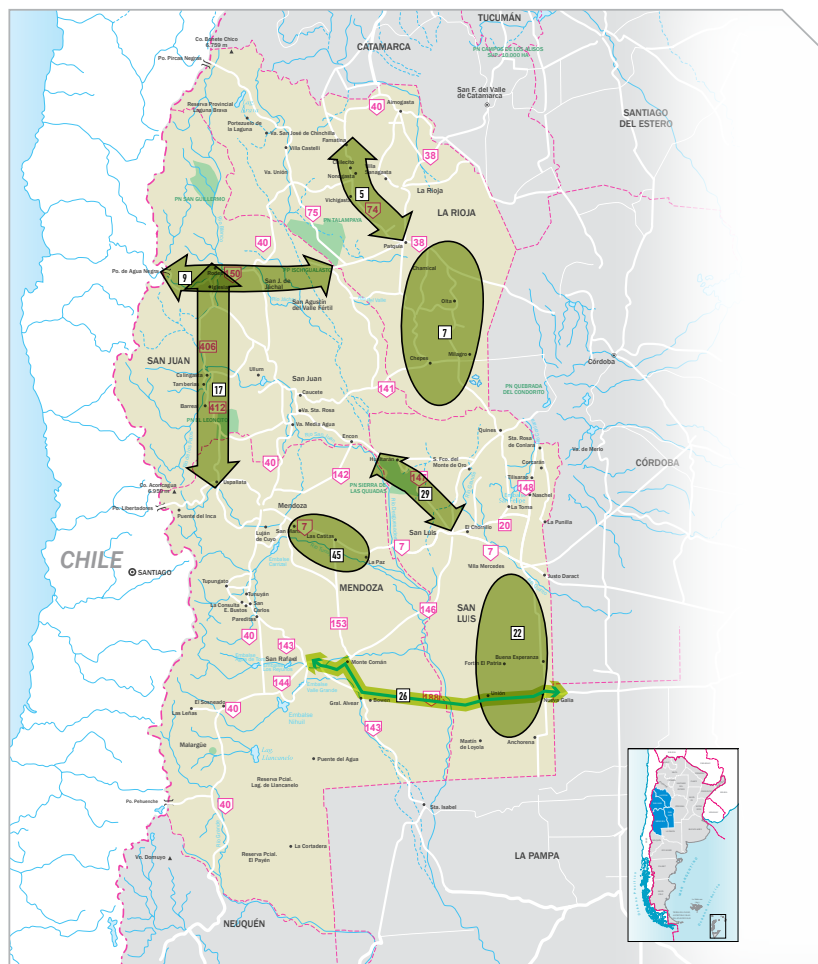
**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2: Región Cuyo**



Región Cuyo: Espacios del T2

- 5.2. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo
- 5.3. Corredor de la Costa
- 5.11. Corredor Villa Unión - Valle Fértil
- 5.15. Área Gran San Juan
- 5.23. Área Sierras de San Luis
- 5.27. Corredor de los Comechingones
- 5.32. Área Valle de Uco
- 5.40. Corredor RN 40 Cuyo
- 5.48. Corredor Bioceánico RN 7 Cuyo
- 5.49. Área San Rafael - Gral. Alvear

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3: Región Cuyo**



Región Cuyo: Espacios del T3

- 5.5. Corredor de la Producción
- 5.7. Área Los Llanos
- 5.9. Corredor Ischigualasto - Agua Negra
- 5.17. Corredor Rodeo - Uspallata
- 5.22. Área Sur de San Luis
- 5.26. Travesía RN 188
- 5.29. Corredor Hualtarán
- 5.45. Área Tierras del Este

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2 y T3: Región Cuyo**

El mapa regional consta de **50 componentes del espacio turístico** que se distribuyen equitativamente entre las cuatro provincias que la integran y que poseen las características que a continuación se mencionan: según tipología (14 corredores, 12 áreas, 12 puertas, 9 travesías y 3 circuitos transfronterizos), según condición (26 actuales y 24 potenciales).

Para priorizar la intervención en el denominado T2 (hasta el 2016) y el T3 (hasta el 2020), se tuvieron en cuenta algunos criterios tales como: la planificación del espacio territorial previsto a través del PET en general y la turística en curso, las inversiones y las acciones de fortalecimiento efectivamente realizadas por los diferentes niveles de gobierno en las zonas valoradas.

De los espacios identificados en el mapa regional se incluyen en el **T2** los siguientes cinco corredores y cinco áreas turísticas, de los cuales tres son potenciales y siete actuales: **Corredor de la Costa, Corredor RN 40 Cuyo, Corredor Villa Unión-Valle Fértil, Corredor de los Comechingones y Corredor Bioceánico RN7; Área Laguna Brava-Reserva de la Biósfera San Guillermo, Área Gran San Juan, Área Sierras de San Luis, Área Valle de Uco y Área San Rafael-Gral. Alvear.**

En el caso del **T3** los ocho espacios seleccionados son considerados potenciales, es decir que presentan características vinculadas a la actividad turística que, de ser mejoradas aportarían a diversificar la oferta existente en la región. Se trata del **Corredor de la Producción, Corredor Ischigualasto-Agua Negra, el Corredor de Rodeo-Uspallata y el Corredor de Hualtarán; las Áreas de los Llanos, la del Sur de San Luis y la de Tierras del Este** junto con la Travesía del RN 188.



Cañon de Talampaya - Foto: Ministerio de Turismo.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización



MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020	
		Actual	Potencial	T2	T3
5.1	Circuito Transfronterizo Pircas Negras		x		
5.2	Area Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo		x	x	
5.3	Corredor de la Costa	x		x	
5.4	Puerta La Rioja	x			
5.5	Corredor de la Producción		x		x
5.6	Puerta Villa Unión		x		
5.7	Area Los Llanos		x		x
5.8	Travesía RN 38 Córdoba - La Rioja - Catamarca	x			
5.9	Corredor Ischigualasto - Agua Negra		x		x
5.10	Corredor Patquía - Talampaya		x		
5.11	Corredor Villa Unión - Valle Fértil	x		x	
5.12	Puerta Chamental		x		
5.13	Puerta Valle Fértil		x		
5.14	Puerta San Juan	x			
5.15	Area Gran San Juan	x		x	
5.16	Travesía RN 141		x		
5.17	Corredor Rodeo - Uspallata		x		x
5.18	Puerta Jáchal		x		
5.19	Corredor San Juan - Merlo		x		
5.20	Puerta San Luis	x			
5.21	Area Gran San Luis	x			
5.22	Area Sur de San Luis		x		x
5.23	Area Sierras de San Luis		x	x	
5.24	Area Merlo	x			
5.25	Travesía RN 146 San Luis - San Rafael	x			
5.26	Travesía RN 188		x		x

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020	
		Actual	Potencial	T2	T3
5.27	Corredor de Los Comechingones		x	x	
5.28	Puerta Mendoza	x			
5.29	Corredor Hualtarán		x		x
5.30	Circuito Transfronterizo Cristo Redentor	x			
5.31	Puerta Merlo		x		
5.32	Area Valle de Uco	x		x	
5.33	Corredor Conlara		x		
5.34	Puerta San Rafael	x			
5.35	Travesía RP 20 y 10 San Luis - La Punilla		x		
5.36	Puerta Villa Mercedes		x		
5.37	Puerta Malargüe	x			
5.38	Area Malargüe	x			
5.39	Travesía RN 142 Mendoza - Encon	x			
5.40	Corredor RN 40 Cuyo	x		x	
5.41	Area Gran Mendoza	x			
5.42	Circuito Transfronterizo Paso Pehuenche	x			
5.43	Travesía RN 74 Villa Unión - P. Pircas Negras		x		
5.44	Travesía RP 153 Catitas - Monte Comán	x			
5.45	Area Tierras del Este		x		x
5.46	Corredor San Juan - Valle Fértil	x			
5.47	Travesía RN 143	x			
5.48	Corredor Bioceánico RN 7 Cuyo	x		x	
5.49	Area San Rafael - Gral. Alvear	x		x	
5.50	Corredor San Rafael - El Sosneado	x			
<b>Totales</b>		<b>26</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>8</b>



Der.: Toneles. Izq.: Carrovelismo  
Ab.: P.N. Sierra de las Quijadas.  
Fotos: Ministerio de Turismo.

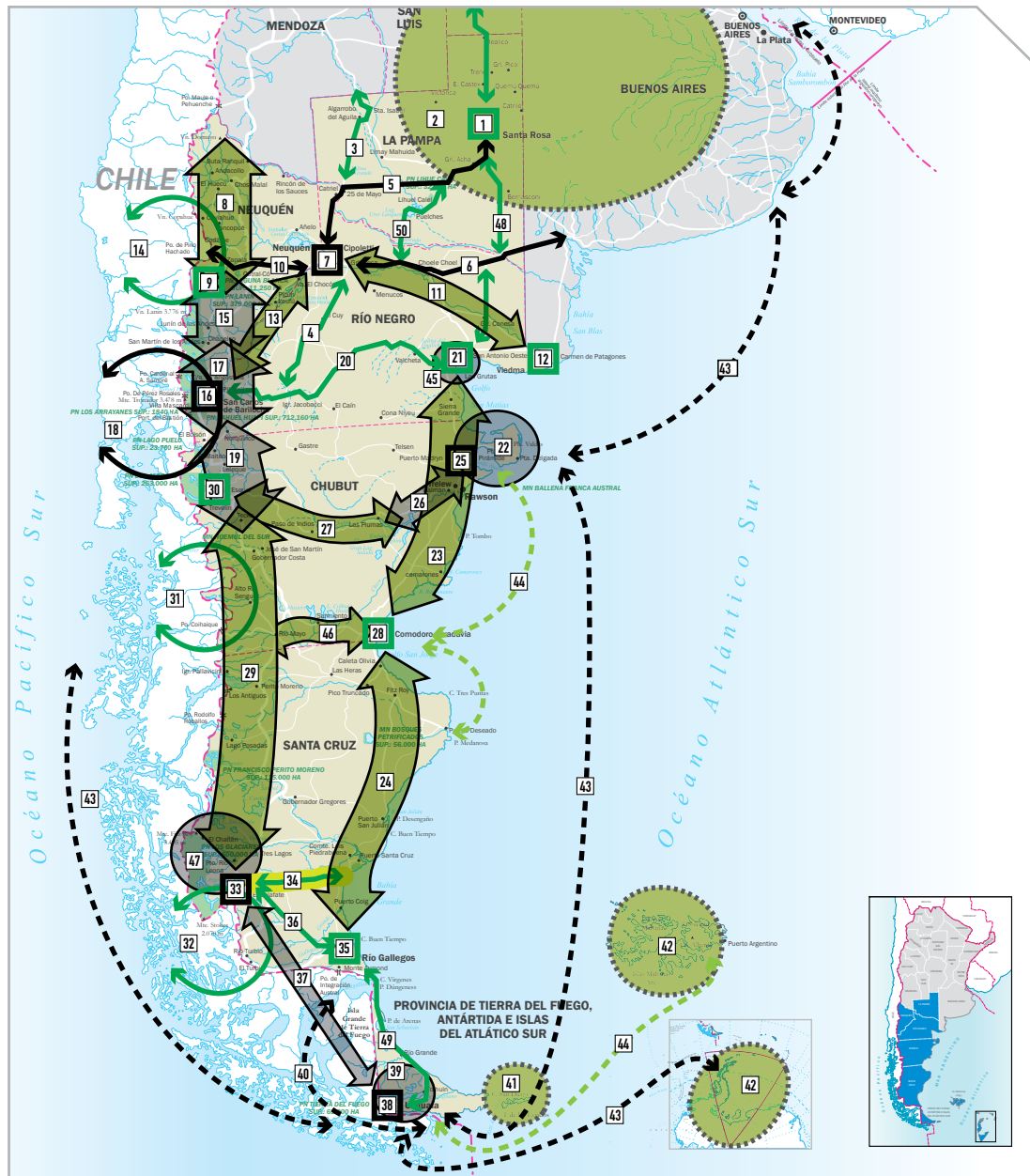




# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

Justificación y Alcances de la Actualización

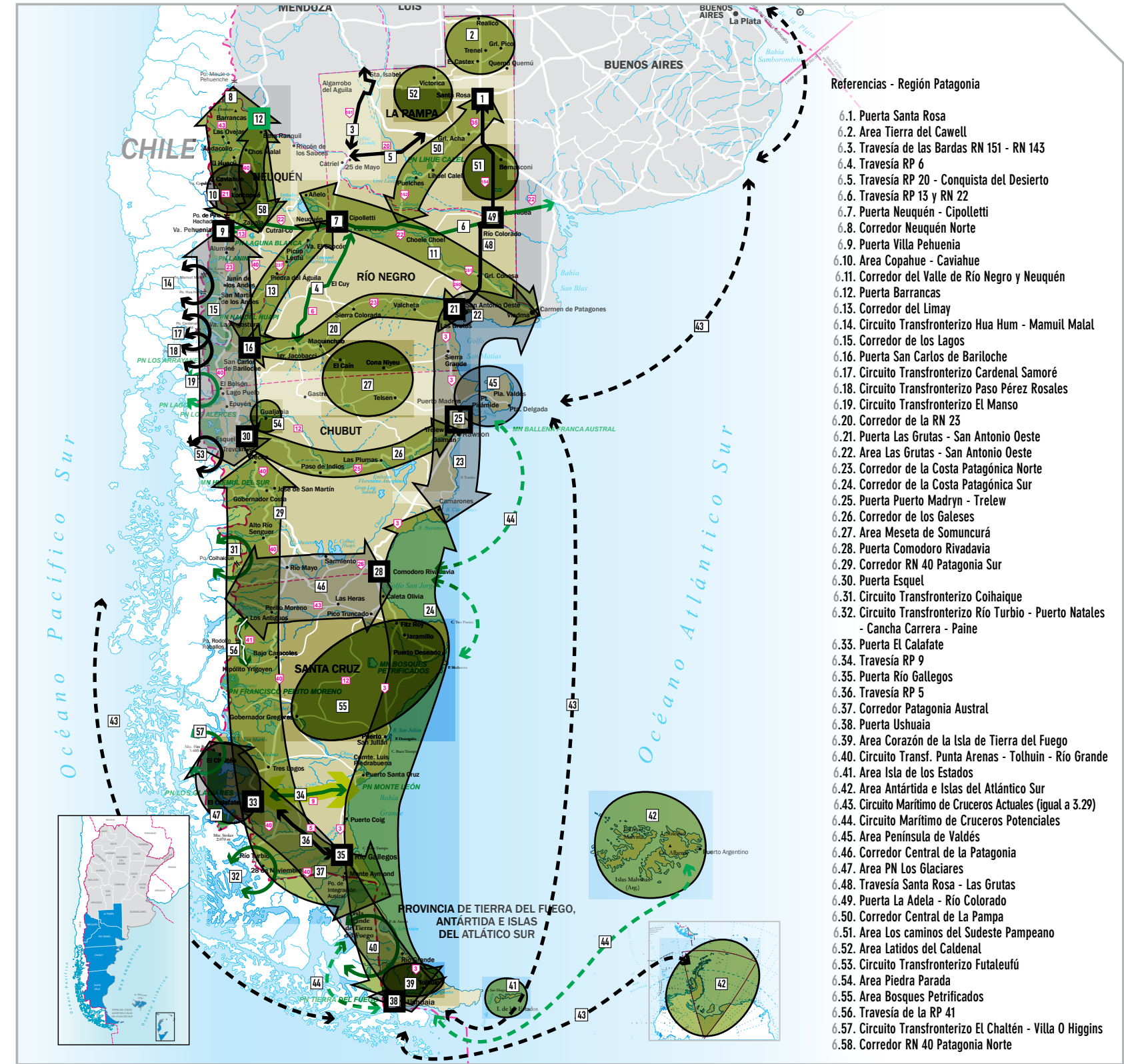
## Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2005: Región Patagonia



### Referencias - Región Patagonia

1. Puerta Santa Rosa
2. Área de Lagunas y Fortines
3. Travesía Oeste (RN 151)
4. Travesía RP 6
5. Travesía Conquistadores del Desierto (RN 152-35)
6. Travesía RN 22
7. Puerta Neuquén
8. Corredor Neuquén Norte
9. Puerta Villa Pehuenia
10. Travesía RP 103 - RN 22
11. Corredor del Valle
12. Puerta Viedma - Carmen de Patagones
13. Corredor del Limay
14. Circuito Transfronterizo Pino Hachado
15. Corredor de los Lagos del Norte
16. Puerta San Carlos de Bariloche
17. Corredor de los Lagos del Centro
18. Circuito Transfronterizo Paso Pérez Rosales
19. Corredor de los Lagos del Sur
20. Travesía RN 23
21. Puerta Las Grutas - San Antonio
22. Área Península Valdés
23. Corredor de la Costa Patagónica Norte
24. Corredor de la Costa Patagónica Sur
25. Puerta Puerto Madryn
26. Corredor de los Galeses
27. Corredor Las Plumas - Tecka
28. Puerta Comodoro Rivadavia
29. Corredor RN 40
30. Puerta Esquel
31. Circuito Transfronterizo Coihaique
32. Circuito Transfronterizo Río Turbio - Puerto Natales
33. Puerta El Calafate
34. Travesía RP 9
35. Puerta Río Gallegos
36. Travesía RP 5
37. Corredor Austral (aéreo)
38. Puerta Ushuaia
39. Área Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
40. Circuito Marítimo de los Glaciares
41. Área Isla de los Estados
42. Área Antártida e Islas del Atlántico Sur
43. Circuito Marítimo de Cruceros Actuales
44. Circuito Mar. de Cruceros Potenciales
45. Área Las Grutas - San Antonio Oeste
46. Corredor Central de la Patagonia
47. Área PN Los Glaciares
48. Travesía Santa Rosa - Las Grutas
49. Travesía del Estrecho de Magallanes
50. Travesía Lihué Calef

## Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Patagonia



### Referencias - Región Patagonia

- 6.1. Puerta Santa Rosa
- 6.2. Área Tierra del Cawell
- 6.3. Travesía de las Bardas RN 151 - RN 143
- 6.4. Travesía RP 6
- 6.5. Travesía RP 20 - Conquista del Desierto
- 6.6. Travesía RP 15 y RN 22
- 6.7. Puerta Neuquén - Cipolletti
- 6.8. Corredor Neuquén Norte
- 6.9. Puerta Villa Pehuenia
- 6.10. Área Copahue - Cavihúe
- 6.11. Corredor del Valle de Río Negro y Neuquén
- 6.12. Puerta Barrancas
- 6.13. Corredor del Limay
- 6.14. Circuito Transfronterizo Hua Hum - Mamuil Malal
- 6.15. Corredor de los Lagos
- 6.16. Puerta San Carlos de Bariloche
- 6.17. Circuito Transfronterizo Cardenal Samoré
- 6.18. Circuito Transfronterizo Paso Pérez Rosales
- 6.19. Circuito Transfronterizo El Manso
- 6.20. Corredor de la RN 23
- 6.21. Puerta Las Grutas - San Antonio Oeste
- 6.22. Área Las Grutas - San Antonio Oeste
- 6.23. Corredor de la Costa Patagónica Norte
- 6.24. Corredor de la Costa Patagónica Sur
- 6.25. Puerta Puerto Madryn - Trelew
- 6.26. Corredor de los Galeses
- 6.27. Área Meseta de Somuncurá
- 6.28. Puerta Comodoro Rivadavia
- 6.29. Corredor RN 40 Patagonia Sur
- 6.30. Puerta Esquel
- 6.31. Circuito Transfronterizo Coihaique
- 6.32. Circuito Transfronterizo Río Turbio - Puerto Natales - Cancha Carrera - Paine
- 6.33. Puerta El Calafate
- 6.34. Travesía RP 9
- 6.35. Puerta Río Gallegos
- 6.36. Travesía RP 5
- 6.37. Corredor Patagonia Austral
- 6.38. Puerta Ushuaia
- 6.39. Área Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
- 6.40. Circuito Transfr. Punta Arenas - Tolhuin - Río Grande
- 6.41. Área Isla de los Estados
- 6.42. Área Antártida e Islas del Atlántico Sur
- 6.43. Circuito Marítimo de Cruceros Actuales (igual a 3.29)
- 6.44. Circuito Marítimo de Cruceros Potenciales
- 6.45. Área Península de Valdés
- 6.46. Corredor Central de la Patagonia
- 6.47. Área PN Los Glaciares
- 6.48. Travesía Santa Rosa - Las Grutas
- 6.49. Puerta La Adela - Río Colorado
- 6.50. Corredor Central de La Pampa
- 6.51. Área Los caminos del Sudeste Pampeano
- 6.52. Área Latidos del Caldenal
- 6.53. Circuito Transfronterizo Futaleufú
- 6.54. Área Piedra Parada
- 6.55. Área Bosques Petrificados
- 6.56. Travesía de la RP 41
- 6.57. Circuito Transfronterizo El Chaltén - Villa O'Higgins
- 6.58. Corredor RN 40 Patagonia Norte



## Justificación y Alcances de la Actualización

# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Patagonia

La Región Patagonia se encuentra organizada en torno a grandes corredores que se extienden de norte a sur a lo largo de la Cordillera de los Andes y del Litoral Atlántico, y una serie de travesías, áreas y corredores transversales que recorren la meseta, conformando finalmente una red articulada de espacios turísticos de distinta condición.

Sobre el eje de la Cordillera de los Andes existe un encadenamiento de corredores actuales y potenciales, entre los que se destaca el **Corredor de los Lagos** que se extiende desde Villa Pehuenia al norte hasta Esquel en el sur, con las **puertas actuales de San Carlos de Bariloche, Esquel y Villa Pehuenia**. El **Corredor Neuquén Norte** subsume al **Corredor de la RN 40 Patagonia Norte** en la provincia del Neuquén, articulándose con la Región Cuyo en el norte, a través de **Barrancas**, que se incorpora al espacio como nueva puerta potencial. Este corredor tiene su continuidad en el **Corredor RN 40 Patagonia Sur** articulándose con el **Corredor Patagonia Austral**, que integra en su recorrido a los atractivos turísticos de la Isla Grande de Tierra del Fuego.

Todo este grupo de espacios atesora tres de los ocho sitios de Patrimonio Mundial declarados por la UNESCO con los que cuenta el país (Cueva de las Manos del Alto Río Pinturas, Parque Nacional Los Glaciares y Península Valdés), algunos de los Parques Nacionales más antiguos de la Argentina (Nahuel Huapi, Los Alerces, Lanín, Lago Puelo, Tierra del Fuego), bellezas escénicas extraordinarias y muchos productos de alto interés para el mercado internacional.

El **Area Caviahue y Copahue** en el extremo norte de la región, el **Area PN Los Glaciares** y las **puertas El Calafate y Ushuaia** en el extremo

austral de la cordillera, conforman importantes espacios de uso turístico actual en expansión.

Sobre la costa atlántica se articulan dos grandes corredores con la RN 3 como único eje vial. Se trata del **Corredor de la Costa Patagónica Norte**, que se extiende desde la ciudad de Viedma hasta Camarones; y el **Corredor de la Costa Patagónica Sur**, que abarca el territorio comprendido entre Comodoro Rivadavia hasta la ciudad de Ushuaia, en el extremo más austral del país. Se debe destacar el **Área Península Valdés**, uno de los destinos más emblemáticos de la Patagonia argentina, destacado también internacionalmente por la posibilidad de observación de fauna marina única en el mundo.

En el extremo sur o fin del mundo, el **Area Corazón de la Isla de Tierra del Fuego** aparece como un espacio con vocación turística que se vincula con el **Corredor Patagonia Austral**, que permite conectar Ushuaia con El Chaltén, pasando por Río Gallegos y El Calafate.

Los corredores transversales de la meseta patagónica, dan la posibilidad de un enlace océano – cordillera sumando diversos atractores: culturales, naturales, arqueológicos y paleontológicos, que optimizan la conexión este-oeste. De norte a sur se localizan: **Corredor del Valle**, que abarca las provincias de Río Negro y Neuquén extendiéndose desde Viedma hasta la localidad de Añelo; el nuevo **Corredor de la RN 23**, se ubica sobre la traza de la mencionada ruta, uniendo las ciudades de San Antonio Oeste-Las Grutas y San Carlos de Bariloche, atravesando la región sur rionegrina; el **Corredor de los Galeeses**, que parte de Trelew y se amplía hasta la localidad de Tecka atravesando toda la meseta, y el **Corredor Central de la Patagonia**, único de uso turístico actual.

También se definieron en la meseta patagónica tres espacios nuevos: el **Area Meseta de Somuncurá**, el **Area Piedra Parada** y el **Area Bos-**

**ques Petrificados**, conformadas por atractivos naturales y culturales de gran potencialidad.

En relación a la integración intra-regional, se incorpora el **Corredor Central de La Pampa**, que abarca la traza de las RN 35 y 152 como ejes importantes de comunicación uniendo la ciudad de Santa Rosa, la Reserva Provincial Parque Luro, el Parque Nacional Lihue Calel y Casa de Piedra, los hitos turísticos más relevantes de este espacio turístico. La Provincia de La Pampa incorpora también el **Area Latidos del Caldenal**, sector cubierto por el bosque de caldén más importante del mundo; el **Area Caminos del Sudoeste Pampeano**, conformada por los destinos turísticos más consolidados de la provincia, recibiendo año tras año un número creciente de visitantes y por último, el **Area Tierra del Cawell**.

En cuando a las **puertas actuales**, se destacan: la **puerta Santa Rosa y Río Colorado-La Adela**. La **Puerta Puerto Madryn-Trelew**, la **Puerta Comodoro Rivadavia** y la **Puerta Río Gallegos**, para mejorar el **Corredor Atlántico** y las transversalidades, como así también la **puerta Neuquén-Cipolletti**.

Por último, los **circuitos marítimos** y los **nueve circuitos transfronterizos andinos**, aseguran la integración de los atractivos a ambos lados de la Cordillera. Las **Areas Antártida e Islas del Atlántico Sur y la Isla de los Estados**, se integran al territorio por medio de circuitos marítimos actuales y potenciales.

Dos travesías particularmente destacables, de cara al mediano o largo plazo, son la **RP 9**, que agrega a sus atractivos la condición de parte de ser corredor bioceánico y la **travesía RN 22-RP 13**, que permite el acceso a la región desde la Provincia de Buenos Aires hasta unirla con la vecina República de Chile.



Arr. der.: Buceo. Foto: Ministerio de Turismo.  
Ab. izq.: Villa Traful. Foto: Cecilia C. Morales.



# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

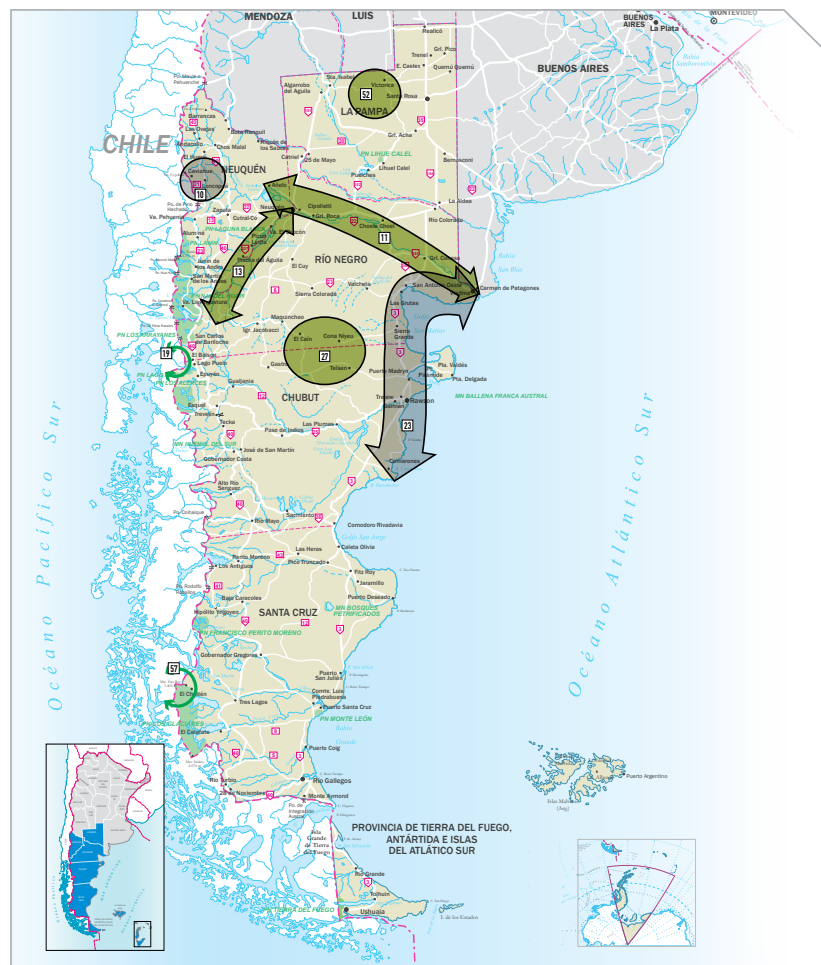
**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2: Región Patagonia**



Región Patagonia: Espacios del T2

- 6.8. Corredor Neuquén Norte
- 6.15. Corredores de los Lagos
- 6.20. Corredor RN 23
- 6.24. Corredor de la Costa Patagónica Sur
- 6.29. Corredor RN 40 Patagonia Sur
- 6.38. Puerta Ushuaia
- 6.39. Area Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
- 6.50. Corredor Central de La Pampa
- 6.51. Area del Sudeste Pampeano
- 6.58. Corredor RN 40 Patagonia Norte

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3: Región Patagonia**



Región Patagonia: Espacios del T3

- 6.10. Area Caviahue - Copahue
- 6.11. Corredor del Valle de Río Negro y Neuquén
- 6.13. Corredor del Limay
- 6.19. Circuito Transtronterizo El Manso
- 6.23. Corredor de la Costa Patagónica Norte
- 6.27. Area Meseta de Somuncurá
- 6.52. Area Latidos del Caldenal
- 6.57. Circuito Transtronterizo Chaltén - Villa O'Higgins

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2 y T3: Región Patagonia**

La Región Patagonia obtuvo como resultado un mapa regional que consta de **58 componentes del espacio turístico** que se distribuyen equilibradamente entre las seis provincias que la integran y que poseen las características que a continuación se mencionan: según tipología (13 corredores, 13 áreas, 13 puertas, 8 travesías, 9 circuitos transfronterizos y 2 circuitos marítimos), según condición (29 actuales y 29 potenciales).

La priorización del **T2**, obedeció a la necesidad de dar continuidad a las acciones que se vienen desarrollando en el norte de la Patagonia, extendiendo su impacto a todo el eje cordillerano. Como así también, dar un impulso a la Patagonia austral incluyendo en este concepto a la porción argentina de la Isla Grande de Tierra del Fuego. En función de lo mencionado, se seleccionaron: **Corredor de los Lagos, Corredor de la Costa Patagónica Sur, Corredor RN 40 Patagonia Sur, Area Corazón de la Isla y Puerta Ushuaia**. Luego, se completó el mapa con el **Corredor Neuquén Norte**, que subsume el **Corredor RN 40 Patagonia Norte**, y el cual ha comenzado a recibir acciones que permitan el fortalecimiento de la actividad turística. Por último, se seleccionaron los **corredores Central de La Pampa, RN 23** y el **Area del Sudeste Pampeano**. De los diez espacios priorizados, ocho son de condición potencial y dos de condición actual.

Para la priorización del **T3**, fueron selec-

cionados como prioritarios, los **corredores de la Costa Patagónica Norte, del Valle de Río Negro y Neuquén, y del Limay**; las **Areas Caviahue-Copahue, Meseta de Somuncurá y Latidos del Caldenal**, los **Circuitos Transtronterizos Chaltén-Villa O'Higgins y El Manso**. Del total de espacios priorizados, seis son de condición potencial y dos actuales.



Arr.: Punta Tombo.  
Foto: Cecilia C. Morales.  
Der.: Usuhaia, Lapataia.  
Ab.: Esquiadores.  
Fotos: Ministerio de Turismo.





# UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

## Justificación y Alcances de la Actualización

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
6.1	Puerta Santa Rosa	x				
6.2	Área Tierra del Cawell		x			
6.3	Travesía de las Bardas - RN 151 - RN 143	x				
6.4	Travesía RP 6		x			
6.5	Travesía RP 20	x				
6.6	Travesía RP13 y RN 22		x			
6.7	Puerta Neuquén - Cipolletti	x				
6.8	Corredor Neuquén Norte		x	x		Espacio regional emergente que concentra un gran número de factores y atractores naturales y culturales, que actualmente están siendo asistidos con inversiones públicas y privadas de orden provincial y nacional. Su desarrollo permitirá a largo plazo completar el "Corredor Andino Patagónico" a través de la RN N° 40.
6.9	Puerta Villa Pehuenia	x				
6.10	Área Copahue - Caviahue	x			x	Importante espacio por presentar atractores de alta singularidad, tales como los recursos termales más reconocidos del país por su cantidad y variedad de aguas, fangos y algas, con gran cantidad de propiedades terapéuticas. Asimismo, posee uno de los Centros de Esquí de la Provincia del Neuquén, con gran crecimiento en los últimos años.
6.11	Corredor del Valle de Río Negro y Neuquén		x		x	Principal vía de acceso terrestre que conecta la costa Patagónica con los valles de los ríos Neuquén y Negro y, a partir de allí, con otros espacios turísticos de la Patagonia. Posee atractivos con distintos grados de desarrollo posibles de atraer mayores inversiones públicas, privadas o mixtas.
6.12	Puerta Barrancas		x			
6.13	Corredor del Limay		x		x	Espacio de gran importancia por el cual transitan actualmente los mayores flujos turísticos que ingresan a la Patagonia por la Provincia del Neuquén y se dirigen al Corredor de los Lagos, de gran potencialidad por ser uno de los pasos obligados hacia la cordillera y un posible acceso a la Margen Sur del Río Negro.
6.14	Circuito Transfronterizo Hua Hum - Mamuil Malal	x				
6.15	Corredor de los Lagos	x		x		Importante espacio turístico consolidado que vincula los destinos turísticos más reconocidos de la Patagonia Andina, ubicados en tres provincias. Es clave por articular cinco Parques Nacionales y vincularse con la República de Chile a través de 5 pasos fronterizos. Integra atractores y productos de alta jerarquía en toda su extensión. Concentra gran número de inversiones con fondos provinciales, nacionales e internacionales.
6.16	Puerta San Carlos de Bariloche	x				
6.17	Circuito Transfronterizo Cardenal Samoré	x				
6.18	Circuito Transfronterizo Paso Pérez Rosales	x				
6.19	Circuito Transfronterizo El Manso		x		x	Este componente es estratégico para el desarrollo territorial rionegrino, ya que constituye la única opción de comunicación terrestre entre Chile y Río Negro. Por otra parte, posee atractivos turísticos de jerarquía internacional
6.20	Corredor de la RN 23		x	x		Por un lado constituye la vía de comunicación óptima entre los principales destinos turísticos de Río Negro (Las Grutas y Bariloche). Asimismo, tiene recursos en zonas aledañas que es necesario jerarquizar y promover
6.21	Puerta Las Grutas - San Antonio Oeste	x				
6.22	Área Las Grutas - San Antonio Oeste	x				
6.23	Corredor de la Costa Patagónica Norte	x			x	Articula los destinos turísticos costeros de las provincias de Río Negro y Chubut y posibilita el desarrollo turístico de los destinos emergentes ubicados a lo largo del corredor
6.24	Corredor de la Costa Patagónica Sur		x	x		El desarrollo armonico de este componente resulta crucial para articular la oferta turística de la Patagonia Austral, tanto para aprovechar los flujos actuales como para promover nuevos mercados, en ese sentido el Ministerio de Turismo de la Nación se encuentra gestionando un financiamiento del Banco Interamericano de que beneficiara a este componente.
6.25	Puerta Puerto Madryn - Trelew	x				
6.26	Corredor de los Galeeses		x			
6.27	Área Meseta de Somuncurá		x		x	Constituye el principal recurso potencial de Río Negro por su diversidad, escasa antropización y por ser uno de los pocos ambientes estrictamente patagónicos

MFOT	Denominación PFETS 2006-2011	Cond. de los espacios		Tiempo 2012-2020		Justificación Componentes Priorizados
		Actual	Potencial	T2	T3	
6.28	Puerta Comodoro Rivadavia	x				
6.29	Corredor RN 40 Patagonia Sur		x	x		"Importante eje troncal nacional, que conecta la región Patagonia entre sí y con el resto del país. La presencia de atractivos de destacada relevancia y diferente estado de desarrollo turístico (actual y potencial), como así también la posibilidad de articular con otros componentes turísticos de la región y de cuyo le confieren especial interes."
6.30	Puerta Esquel	x				
6.31	Circuito Transfronterizo Coihaique		x			
6.32	Circuito Trans. Río Turbio - Puerto Natales - Gancha Carrera - Paine		x			
6.33	Puerta El Calafate	x				
6.34	Travesía RP 9		x			
6.35	Puerta Río Gallegos	x				
6.36	Travesía RP 5	x				
6.37	Corredor Patagonia Austral	x				
6.38	Puerta Ushuaia	x		x		Este componente reviste especial interes por su condicion de Puerta de entrada más activa a la Antartida, como así tambien por las posibilidades que ofrece para el desarrollo de productos turísticos que refuercen el posicionamiento de la Patagonia en general, el Ministerio de Turismo de la Nación se encuentra gestionando un financiamiento del Banco Interamericano que beneficiara a este componente.
6.39	Área Corazón de la Isla de Tierra del Fuego		x	x		La porcion central de Tierra del Fuego ocupa un rol central para desconcentrar los flujos turísticos de Ushuaia y sus alrededores, permitiendo aumentar los beneficios que genera la actividad turística, el Ministerio de Turismo de la Nación se encuentra gestionando un financiamiento del Banco Interamericano que beneficiara a este componente.
6.40	Circuito Transfronterizo Punta Arenas - Tolhuin - Río Grande		x			
6.41	Área Isla de los Estados		x			
6.42	Área Antártida e Islas del Atlántico Sur		x			
6.43	Circuito Marítimo de Cruceros Actuales	x				
6.44	Circuito Marítimo de Cruceros Potenciales		x			
6.45	Área Península Valdés	x				
6.46	Corredor Central de la Patagonia	x				
6.47	Área Parque Nacional Los Glaciares	x				
6.48	Travesía Santa Rosa - Las Grutas	x				
6.49	Puerta La Adela - Río Colorado	x				
6.50	Corredor Central de La Pampa		x	x		Creciente flujo turístico. Creación de un nuevo destino (Casa de Piedra) con crecimiento exponencial en el corto plazo, permitiendo el desarrollo y puesta en valor de los demás atractivos ubicados en el corredor.
6.51	Área Los caminos del Sudeste Pampeano		x	x		Importancia y diversidad de atractivos turísticos. Fortalecimiento de la gestión de la actividad a nivel local (público y privado) .
6.52	Área Latidos del Caldénal		x		x	Recursos turísticos con potencialidad. Incipiente fortalecimiento de la gestión de la actividad a nivel local (público y privado) .
6.53	Circuito Transfronterizo Futaleufú	x				
6.54	Área Piedra Parada		x			
6.55	Área Bosques Petrificados		x			
6.56	Travesía de la RP 41		x			
6.57	Circuito transfronterizo El Chaltén - Villa O Higgins.		x		x	Considerado estratégico por articular la oferta argentina y chilena y desarrollar circuitos combinados binacionales.
6.58	Corredor RN 40 Patagonia Norte		x	x		"Importante eje troncal nacional, que conecta la región Patagonia entre sí y con el resto del país. La presencia de atractivos de destacada relevancia y diferente estado de desarrollo turístico (actual y potencial), como así también la posibilidad de articular con otros componentes turísticos de la región y de cuyo le confieren especial interes."
<b>Totales</b>		<b>29</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	



2

# Justificación y Alcances de la Actualización

## UN MARCO ESTRATEGICO FEDERAL Y PARTICIPATIVO

### Referencias - Región Norte

- 1.1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
- 1.2. Circuito Transfronterizo Aguas Blancas
- 1.3. Area Pueblos Andinos de Salta y Jujuy
- 1.4. Corredor Central del Norte
- 1.5. Corredor de las Yungas
- 1.6. Corredor de la Puna
- 1.7. Puerta San Salvador de Jujuy
- 1.8. Area Quebrada de Humahuaca
- 1.9. Puerta Salta y alrededores
- 1.10. Area Valle de Lerma
- 1.11. Puerta San Miguel de Tucuman
- 1.12. Area Yungas Tucumanas
- 1.13. Area Valles Calchaquies Sur
- 1.14. Area Santa Maria Amaichá del Valle
- 1.15. Area Valles Calchaquies Norte
- 1.16. Area Yungas Sur Tucumán y Catamarca
- 1.17. Corredor Sgo. del Estero - Catamarca
- 1.18. Corredor Tucumán - Catamarca
- 1.19. Travesía RN 60 (Chumbicha - Tinogasta)
- 1.20. Circuito Transf. Paso San Francisco
- 1.21. Corredor Paso San Francisco - Sgo. del Estero
- 1.22. Puerta Termas de Rio Hondo
- 1.23. Puerta Santiago del Estero
- 1.24. Puerta San Fernando del Valle de Catamarca
- 1.25. Area PN Copo
- 1.26. Area Salinas de Ambargasta
- 1.27. Area Sierras de Guasayán (El Portezuelo)
- 1.28. Circuito Transf. Paso de Jama - Atacama
- 1.29. Areas de Salares y Volcanes de la Puna
- 1.30. Area Quebrada del Toro
- 1.31. Area Valle Central de Catamarca
- 1.32. Travesía de las Salinas - RN 157
- 1.33. Travesía RN 9 - Camino Real
- 1.34. Travesía al Litoral - RN 34
- 1.35. Travesía RN 89
- 1.36. Travesía Sgo. del Estero - Monte Quemado
- 1.37. Corredor Transversal Bioceánico Jama
- 1.38. Corredor Transversal Bioceánico Sico
- 1.39. Travesía La Quiaca - Cafayate
- 1.40. Travesía Humahuaca - PN Calilegua
- 1.41. Travesía Humahuaca - Orán
- 1.42. Puerta Frías
- 1.43. Travesía San Salvador de Jujuy - Salta
- 1.44. Travesía Purmamarca - San Antonio de los Cobres
- 1.45. Travesía San Pedro de Colalao - Tolombón

### Referencias - Región Litoral

- 2.1. Puerta Iguazú
- 2.2. Area Iguazú
- 2.3. Circuito Transfronterizo Iguazú
- 2.4. Corredor del Alto Paraná
- 2.5. Corredor de las Sierras Misioneras
- 2.6. Circuito Transfronterizo Bernardo de Irigoyen
- 2.7. Travesía Ruta de la yerba mate
- 2.8. Area Misiones Jesuíticas
- 2.9. Puerta Posadas

### Referencias - Región Cuyo

- 2.10. Circuito Transfronterizo Posadas - Encarnación
- 2.11. Travesía Costera RP 2
- 2.12. Area Ituzaingó - Apipé
- 2.13. Area Esteros del Iberá
- 2.14. Area Solar de las Huellas
- 2.15. Puerta Corrientes - Resistencia
- 2.16. Puerta Ituzaingó
- 2.17. Puerta Formosa
- 2.18. Puerta Clorinda - Asunción
- 2.19. Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo
- 2.20. Corredor Eje Capricornio
- 2.21. Area Bañado La Estrella
- 2.22. Area Impenetrable
- 2.23. Corredor RN 16
- 2.24. Area Gran Resistencia
- 2.25. Puerta Reconquista - Goya
- 2.26. Area Complejo Jaaukanigas
- 2.27. Corredor del Paraná
- 2.28. Corredor del Río Paraguay
- 2.29. Corredor del Gualaguay
- 2.30. Puerta Paraná - Santa Fe
- 2.31. Puerta Rosario
- 2.32. Area Gran Rosario
- 2.33. Area Gran Santa Fe
- 2.34. Area Circuitos Productivos Santafecinos
- 2.35. Corredor de las Misiones Correntinas (o Alto Uruguay)
- 2.36. Puerta Santo Tomé - Sao Borjas
- 2.37. Circuito Transfronterizo Santo Tomé - Sao Borjas
- 2.38. Puerta Paso de los Libres
- 2.39. Circuito Transfronterizo Paso de los Libres - Uruguayana
- 2.40. Area Sur correntino - Norte entrerriano
- 2.41. Travesía RN 19
- 2.42. Travesía Paso de los Libres - Goya
- 2.43. Travesía RN 98 Reconquista - Tostado
- 2.44. Travesía RN 9
- 2.45. Corredor del Río Uruguay
- 2.46. Travesía Paraná - Paso de los Libres
- 2.47. Travesía Paraná - Concordia
- 2.48. Travesía RP 39
- 2.49. Corredor Comarca Bermejo
- 2.50. Puerta Concordia
- 2.51. Puerta Colón
- 2.52. Puerta Gualaguaychú
- 2.53. Travesía Potencial RN 86
- 2.54. Travesía RN 34 Rosario - Santiago del Estero
- 2.55. Travesía Goya - Posadas
- 2.56. Area Pueblos Históricos Forestales
- 2.57. Circuito Transfronterizo Fray Bentos - Puerto Unzué
- 2.58. Circuito Transfronterizo Colón - Paysandú
- 2.59. Circuito Transfronterizo Concordia - Salto
- 2.60. Travesía RN 8
- 2.61. Travesía Bioceánica RN 7

### Referencias - Región Buenos Aires

- 3.1. Corredor del Paraná Inferior
- 3.2. Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 3.3. Area Escapadas Buenos Aires
- 3.4. Area Los Pagos de Areco
- 3.5. Travesía RP 2
- 3.6. Puerta Tandil
- 3.7. Area Salamone
- 3.8. Area Tandil-Azul-Olavarría
- 3.9. Area Mar y Sierras
- 3.10. Puerta Mar del Plata
- 3.11. Corredor Costa Atlántica Bonaerense
- 3.12. Area del Delta del Río Paraná
- 3.13. Corredor Atlántico Sur Bonaerense
- 3.14. Puerta La Plata
- 3.15. Travesía RN 9
- 3.16. Puerta Bahía Blanca
- 3.17. Area Sierra de la Ventana
- 3.18. Travesía RN 205
- 3.19. Corredor del Sudoeste
- 3.20. Puerta Carmen de Patagones - Viedma
- 3.21. Travesía RN 3
- 3.22. Travesía RP 76
- 3.23. Travesía RN 33
- 3.24. Travesía RN 5
- 3.25. Travesía Bioceánica RN 7
- 3.26. Travesía RN 22
- 3.27. Travesía RN 226
- 3.28. Travesía RN 8
- 3.29. Circuito Marítimo de Cruceros
- 3.30. Circuito Transfronterizo Rioplatense

### Referencias - Región Córdoba

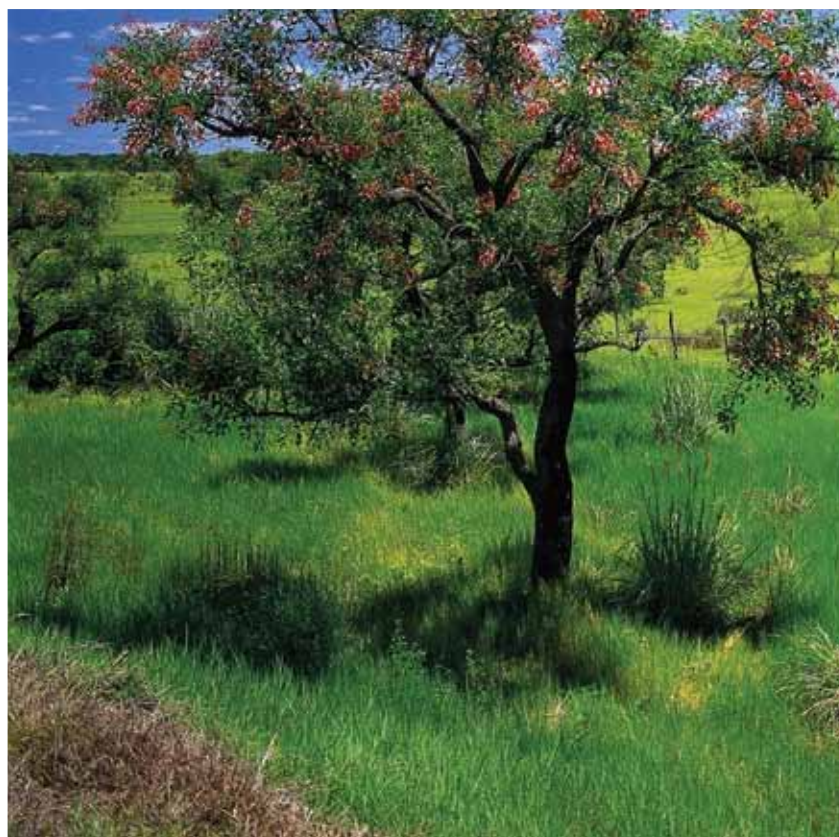
- 4.1. Corredor de la Historia
- 4.2. Corredor de Sierra Chica
- 4.3. Travesía de las Salinas (RN 60)
- 4.4. Corredor de la Punilla
- 4.5. Corredor de Traslasierra
- 4.6. Puerta Córdoba
- 4.7. Area Mar Chiquita
- 4.8. Travesía RN 19
- 4.9. Travesía RN 58 (Córdoba - La Rioja)
- 4.10. Travesía RP 28
- 4.11. Corredor de los Grandes Lagos de Córdoba
- 4.12. Corredor de los Comechingones
- 4.13. Puerta Carlos Paz
- 4.14. Travesía RN 9
- 4.15. Corredor del Sur
- 4.16. Travesía RN 8
- 4.17. Area Lagunas y Fortines
- 4.18. Travesía Bioceánica RN 7
- 4.19. Puerta Río Cuarto
- 4.20. Travesía RN 20
- 4.21. Puerta Villa María
- 4.22. Area Noroeste

### Referencias - Región Cuyo

- 5.1. Circuito Transfronterizo Pircas Negras
- 5.2. Area Laguna Brava - Reserva de la Biosfera San Guillermo
- 5.3. Corredor de la Costa
- 5.4. Puerta La Rioja
- 5.5. Corredor de la Producción
- 5.6. Puerta Villa Unión
- 5.7. Area Los Llanos
- 5.8. Travesía RN 38 Córdoba - La Rioja - Catamarca
- 5.9. Corredor Ischigualasto - Agua Negra
- 5.10. Corredor Patquia - Talampaya
- 5.11. Corredor Villa Unión - Valle Fértil
- 5.12. Puerta Chemical
- 5.13. Puerta Valle Fértil
- 5.14. Puerta San Juan
- 5.15. Area Gran San Juan
- 5.16. Travesía RN 141
- 5.17. Corredor Rodeo - Uspallata
- 5.18. Puerta Jáchal
- 5.19. Corredor San Juan - Merlo
- 5.20. Puerta San Luis
- 5.21. Area Gran San Luis
- 5.22. Area Sur de San Luis
- 5.23. Area Sierras de San Luis
- 5.24. Area Merlo
- 5.25. Travesía RN 146 San Luis - San Rafael
- 5.26. Travesía RN 188
- 5.27. Corredor de los Comechingones
- 5.28. Puerta Mendoza
- 5.29. Corredor Hualtarán
- 5.30. Circuito Transfronterizo Cristo Redentor
- 5.31. Puerta Merlo
- 5.32. Area Valle de Uco
- 5.33. Corredor Conlara
- 5.34. Puerta San Rafael
- 5.35. Travesía RP 20 y 10 San Luis - La Punilla
- 5.36. Puerta Villa Mercedes
- 5.37. Puerta Malargüe
- 5.38. Area Malargüe
- 5.39. Travesía RN 142 Mendoza - Encon
- 5.40. Corredor RN 40 Cuyo
- 5.41. Area Gran Mendoza
- 5.42. Circuito Transfronterizo Paso Pehuenche
- 5.43. Travesía RN 74 Villa Unión - Paso Pircas Negras
- 5.44. Travesía RP 153 Catitas - Monte ComAn
- 5.45. Area Tierras del Este
- 5.46. Corredor San Juan - Valle Fértil
- 5.47. Travesía RN 143
- 5.48. Corredor Bioceánica RN 7 Cuyo
- 5.49. Area San Rafael - Gral. Alvear
- 5.50. Corredor San Rafael - El Sosneado

### Referencias - Región Patagonia

- 6.1. Puerta Santa Rosa
- 6.2. Area Tierra del Cawell
- 6.3. Travesía de las Bardas RN 151 - RN 143
- 6.4. Travesía RP 6
- 6.5. Travesía RP 20 - Conquista del Desierto
- 6.6. Travesía RP 13 y RN 22
- 6.7. Puerta Neuquén Cipolletti
- 6.8. Corredor Neuquén Norte
- 6.9. Puerta Villa Pehuenia
- 6.10. Area Copahue - Cavihue
- 6.11. Corredor del Valle de Río Negro y Neuquén
- 6.12. Puerta Barrancas
- 6.13. Corredor del Limay
- 6.14. Circuito Transfronterizo Hua Hum Mamuil Malal
- 6.15. Corredor de los Lagos
- 6.16. Puerta San Carlos de Bariloche
- 6.17. Circuito Transfronterizo Cardenal Samoré
- 6.18. Circuito Transfronterizo Paso Pérez Rosales
- 6.19. Circuito Transfronterizo El Manso
- 6.20. Corredor de la RN 23
- 6.21. Puerta Las Grutas - San Antonio Oeste
- 6.22. Area Las Grutas - San Antonio Oeste
- 6.23. Corredor de la Costa Patagónica Norte
- 6.24. Corredor de la Costa Patagónica Sur
- 6.25. Puerta Puerto Madryn Trelew
- 6.26. Corredor de los Galeses
- 6.27. Area Meseta de Somuncurá
- 6.28. Puerta Comodoro Rivadavia
- 6.29. Corredor RN 40 Patagonia Sur
- 6.30. Puerta Esquel
- 6.31. Circuito Transfronterizo Coihaique
- 6.32. Circuito Transfronterizo Río Turbio Puerto Natales Cancha Carrera Paine
- 6.33. Puerta El Calafate
- 6.34. Travesía RP 9
- 6.35. Puerta Río Gallegos
- 6.36. Travesía RP 5
- 6.37. Corredor Patagonia Austral
- 6.38. Puerta Ushuaia
- 6.39. Area Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
- 6.40. Circuito Transf. Punta Arenas Tolhuin Río Grande
- 6.41. Area Isla de los Estados
- 6.42. Area Antártida e Islas del Atlántico Sur
- 6.43. Circuito Marítimo de Cruceros Actuales
- 6.44. Circuito Marítimo de Cruceros Potenciales
- 6.45. Area Peninsula de Valdés
- 6.46. Corredor Central de la Patagonia
- 6.47. Area PN Los Glaciares
- 6.48. Travesía Santa Rosa Las Grutas
- 6.49. Puerta La Adela Río Colorado
- 6.50. Corredor Central de La Pampa
- 6.51. Area Latidos del Caldénal
- 6.53. Circuito Transfronterizo Futaleufú
- 6.54. Area Piedra Parada
- 6.55. Area Bosques Petrificados
- 6.56. Travesía de la RP 41
- 6.57. Circuito Transfronterizo El Chaltén Villa O'Higgins
- 6.58. Corredor RN 40 Patagonia Norte



Campos sobre la Ruta 11 - Santa Fe.  
Foto: Florian von der Fecht.



# MAPAS FEDERAL DE OPORTUNIDADES TURISTICAS

## Clasificación de Componentes del Espacio Turístico



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial

**CORREDOR TURISTICO:**  
Se considera como tales a los espacios geográficos y/o culturalmente homogéneos, vertebrados por rutas troncales de circulación, con atractores de jerarquía suficiente como para motivar flujos de demanda turística nacional y/o internacional. La dinámica y corta distancia entre atractivos y servicios resulta en una natural complementariedad que normalmente trasciende las barreras jurisdiccionales municipales, provinciales y regionales. Por su escala, pueden constituirse como unidades de planificación de desarrollo turístico regional y federal, y ser susceptibles de recibir regímenes de promoción y de fomento excepcionales. Cabe aclarar que el corredor puede incluir áreas menores vinculadas entre sí y también áreas fronterizas aledañas. Son, en definitiva, la versión «operativa» de la trama homogénea espacial propuesta en los mapas de oportunidades.

**AREA DE USO TURISTICO ACTUAL:**  
Porción territorial de escala variable pero con volúmenes importantes de demanda turística motivada por la alta concentración de atractores potentes característicos. Cuenta con servicios turísticos suficientes y con niveles aceptables de gestión turística. Las inversiones públicas y privadas en el sector son de tendencia creciente. El Turismo como actividad económica tiene una entidad muy significativa.

**AREA CON VOCACION TURISTICA:**  
Porción territorial con concentración de recursos turísticos de jerarquía como para atraer una demanda turística significativa pero que presenta problemas de accesibilidad, conectividad y servicios mínimos, como así también de gestión en la planificación de productos/destinos, marketing y promoción. El Turismo como actividad económica no ha cobrado aún suficiente entidad.

**CIRCUITOS TURISTICOS MARITIMOS - FLUVIALES:**  
Comprende la oferta turística conjunta de un recorrido caracterizado por la navegación en ríos, canales, lagos y mar, incluyendo en esta categoría la navegación en cruceros y la deportiva a vela. Por lo general, estos itinerarios combinan alternativas científicas y culturales, con todas las prestaciones y servicios que el turista necesita durante su recorrido abordo, organizados en un sistema de puertos turísticos de soporte. Estos circuitos, de acuerdo a la localización de los centros y atractivos, y a través de su conectividad, pueden ser de nivel local, regional, nacional e internacional.

**TRAVESIAS:**  
Caminos necesarios de vinculación entre los diferentes elementos que forman el espacio turístico de un país. Cuentan con una distribución lineal de atractores de significación menor, ubicados sobre su propio eje o en su área de influencia. El equipamiento de una travesía se limita al servicio de ruta para vehículos y pasajeros, y las unidades de información que convenga disponer.

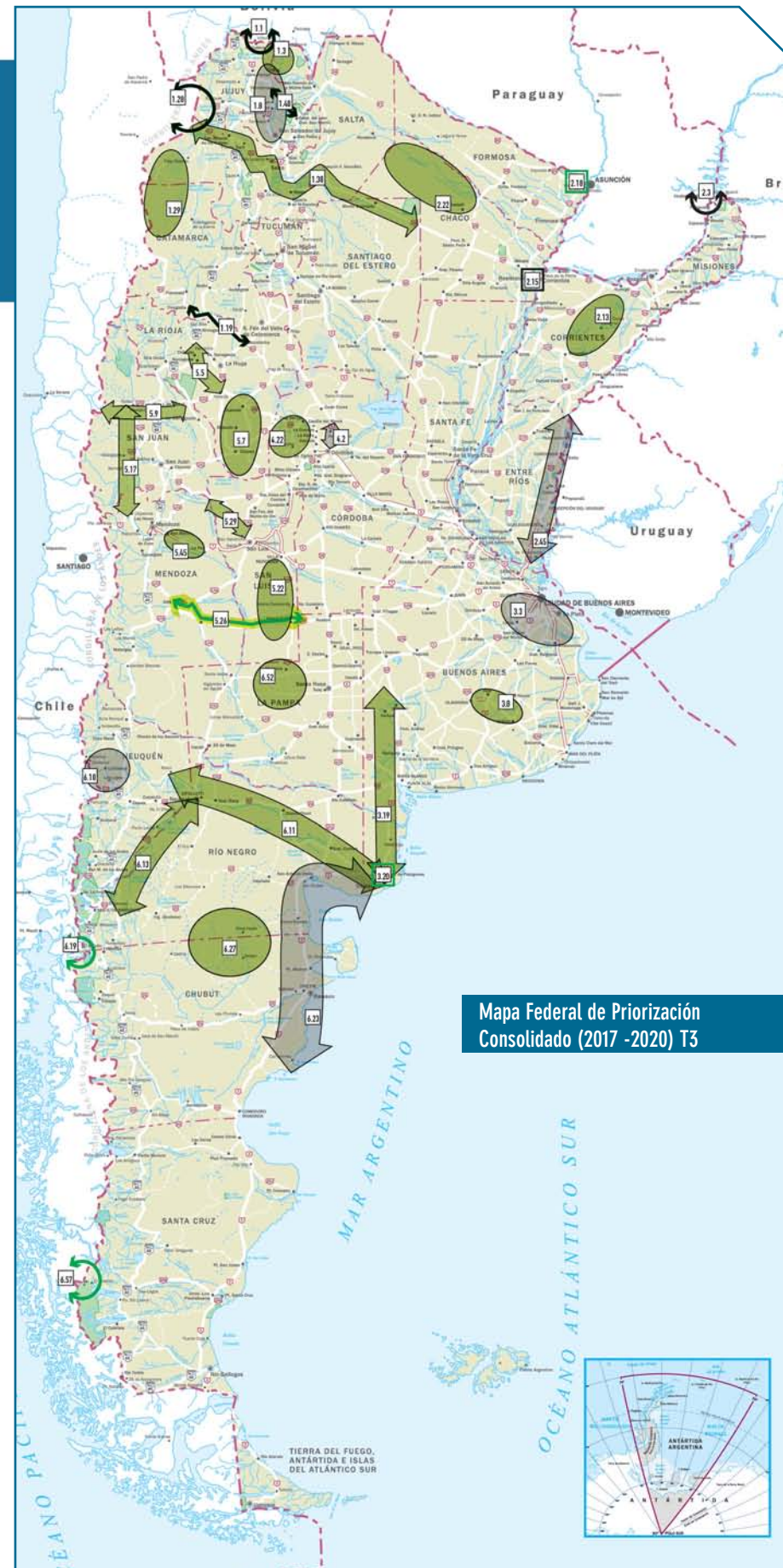
**TRAVESIAS CON VOCACION TURISTICA:**  
Ejes viales destacados por contener una concentración importante de atractivos y servicios a lo largo de su recorrido, susceptibles de convertirse en el mediano y largo plazo en corredores turísticos. En el caso de contener solamente atractivos turísticos son consideradas como "travesías potenciales con vocación turística"

**CIRCUITOS TRANSFRONTERIZOS O INTEGRADOS:**  
Oferta turística binacional fronteriza organizada en un recorrido turístico, que se caracteriza por tener un eje rector geográfico y temático de diagramación lineal o circular, dependiente de la conectividad, de la ubicación de los atractores y de la disposición de los núcleos urbanos proveedores de servicios.

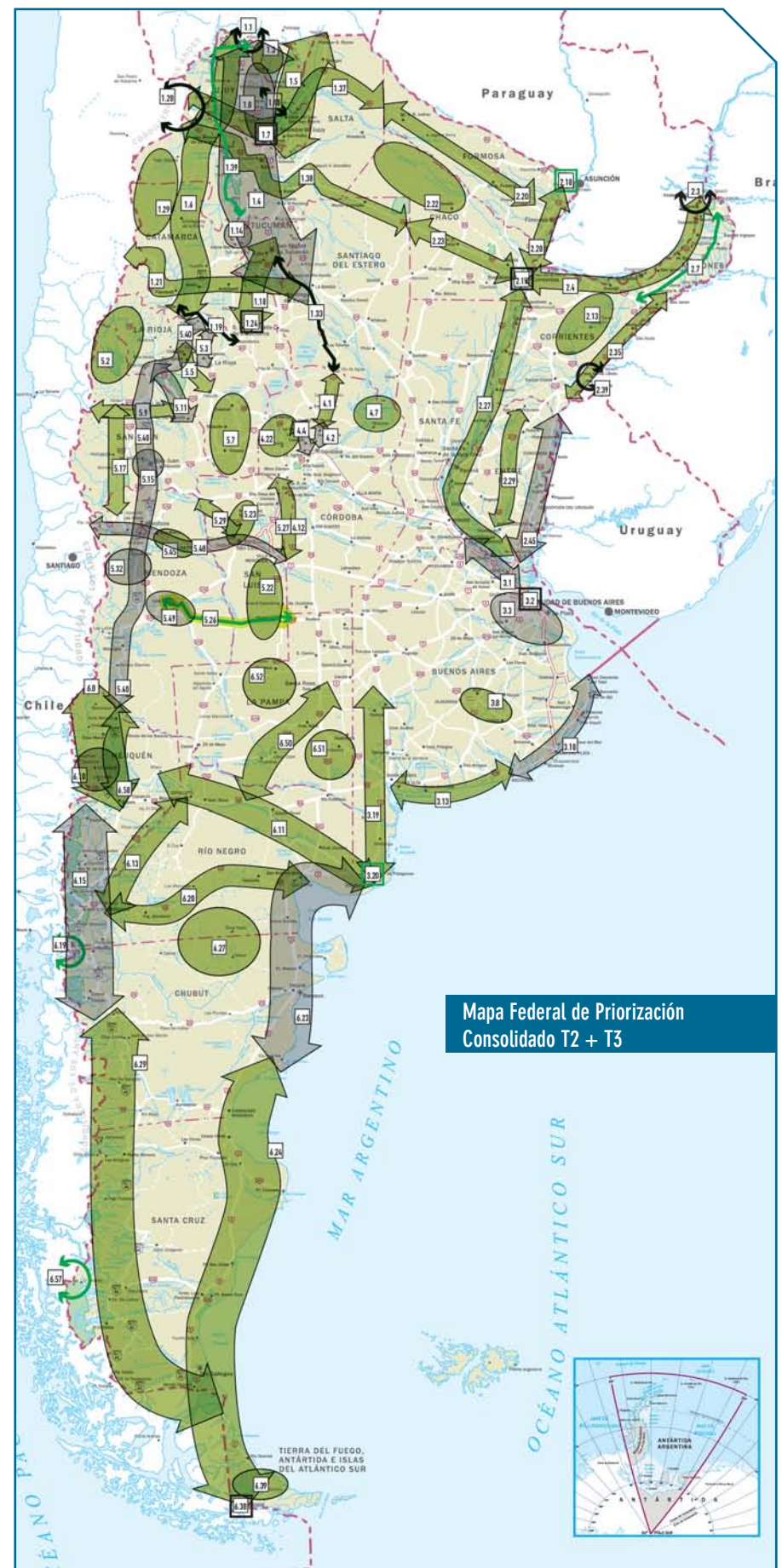
**PUERTAS:**  
Accesos simbólicos y funcionales a todos los componentes del espacio turístico regional y federal; núcleos urbanos proveedores de servicios turísticos, convenientemente equipados como nodos de comunicaciones.



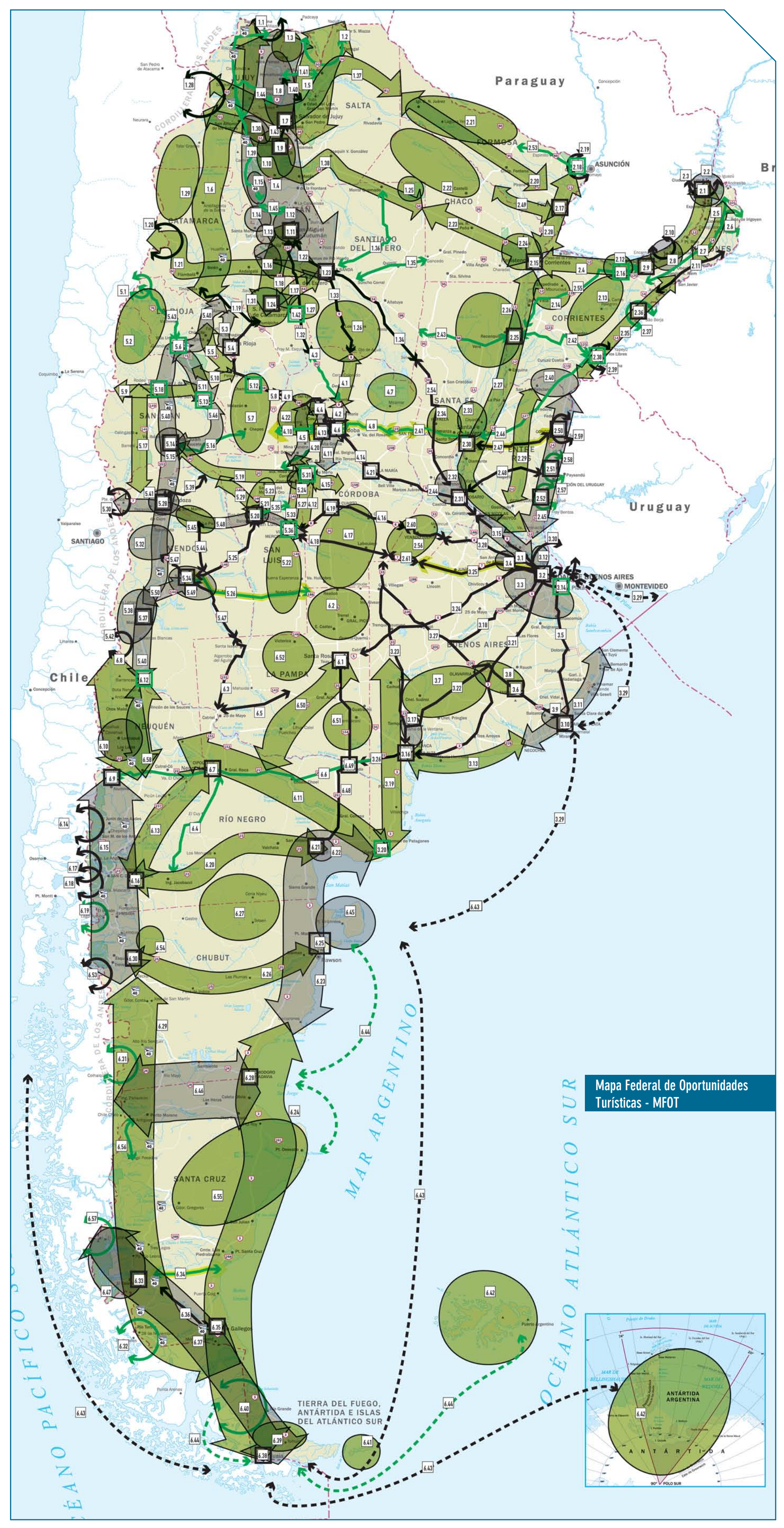
Mapa Federal de Priorización Consolidado (2012 -2016) T2



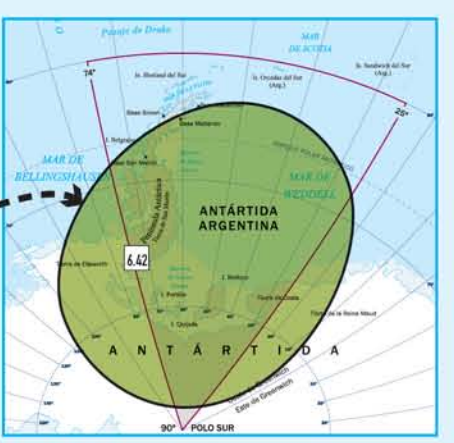
Mapa Federal de Priorización Consolidado (2017 -2020) T3



Mapa Federal de Priorización Consolidado T2 + T3



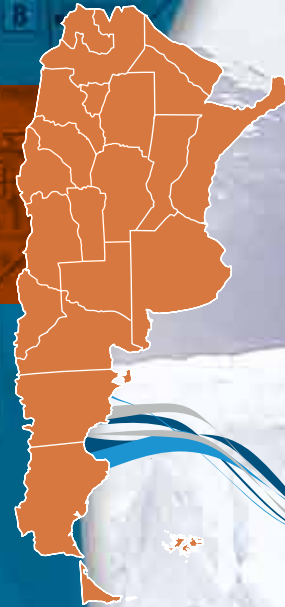
Mapa Federal de Oportunidades Turísticas - MFOT



# 3.

Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD



Turismo 2020



- 3.1 / El desarrollo sustentable en contextos complejos.
- 3.2 / Inversión pública como motor de desarrollo e inversión privada como dinámica sectorial.
- 3.3 / Creación de nuevas oportunidades de desarrollo a través del fortalecimiento de los destinos emergentes.
- 3.4 / Innovación en productos turísticos como macroestrategia de diferenciación.
- 3.5 / La Calidad y la mejora continua de los procesos que integran la cadena de valor en turismo.
- 3.6 / Responsabilidad sectorial en el contexto social y cultural.
- 3.7 / Gestión de la información y el conocimiento en Turismo.
- 3.8 / La gestión pública del turismo: desarrollo de estándares de calidad con foco en el usuario, la gestión del personal y los procesos.



# 3

## Los Fundamentos

# INCLUSION CON EQUIDAD



### 3.1. El desarrollo sustentable en contextos complejos.

Del mismo modo en el que lo hicimos en 2004, cuando comenzamos a planificar como sector un horizonte a largo plazo, en 2011 reflexionamos sobre la evolución de las ideas en torno al concepto de desarrollo turístico sustentable.

Si analizamos los últimos 50 años del siglo XX, el fenómeno turístico fue tomando diferentes aristas a partir de la detección de las necesidades y la búsqueda de formas de satisfacerlas. En los años 70, el énfasis estaba puesto en la planificación física de los espacios. En la década siguiente, el esfuerzo se concentró en las acciones de promoción sostenida de los destinos y la publicidad de sus ofertas. Esta mirada se consolidó a partir de la realización de estudios de mercado y de la promoción en el contexto del marketing. En los '90, el análisis se vuelca al impacto ambiental que la actividad turística genera, tendencia que se consolida en los años siguientes. En las últimas dos décadas del siglo pasado, nace el concepto de desarrollo sustentable<sup>1</sup>, el cual se define a partir de tres dimensiones básicas: ecológica, económica y social.

Desde los inicios del presente siglo, el concepto siguió profundizándose y evolucionando. En este sentido, un aporte importante lo hizo la mirada antropológica del turismo, que colocó al factor humano como elemento central de la dialéctica del desarrollo turístico.

En nuestro país, el modelo de desarrollo nacional adoptado, pone de manifiesto la importancia de la inclusión social en todo proce-

so de crecimiento sostenible y en todo factor económico. Ser un país inclusivo dejó de ser una utopía y pasó a formar parte de las políticas públicas en todos los ámbitos, incluido el turismo.

Paralelamente, otro de los ejes que tomó fuerza en el sector fue la responsabilidad social como componente clave y necesario del desarrollo económico: los valores éticos de los actores que desarrollan el turismo, son considerados parte de los recursos productivos de nuestro país.

Todo lo expuesto da cuenta de cómo se ha ido complejizando el concepto de desarrollo sustentable. Escapando de la rigidez racionalista y objetivista, abrazando un enfoque más holístico, que permite incluir nuevas dimensiones de abordaje y consideración, tales como la humana y la ética.

En este marco, no sólo comenzamos a comprender cómo el concepto de desarrollo sustentable se ha enriquecido en estos años, sino que también es posible visualizar que la complejidad actual está acompañada de interdependencia y diversidad, que se configuran como variables sustantivas para abordar planes de desarrollo.

Por otro lado, el desarrollo sustentable está vinculado a un entorno que se presenta cada vez más desafiante, impregnado de incertidumbre, fragmentación y vulnerabilidad. Implica asumir que el sector turístico está llamado a interpretar y actuar, generalmente, en un contexto de complejidad.

Algunos eventos ocurridos años atrás dan cuenta de lo frágil que es nuestra actividad ante determinados factores e incidentes:

- ✓ La crisis financiera internacional de 2009, desatada a fines de 2008. Con origen en los EEUU, se extendió rápidamente a Europa, y a partir de allí generó una reacción en cadena que desató una crisis financiera a nivel mundial, cuyas consecuencias se visualizaron en la retracción de mercados prioritarios y estratégicos para nuestro país.
- ✓ Las pandemias, como la gripe Aviar en Asia y la gripe A (H1N1) que afectó a todo el mundo.
- ✓ Los desastres naturales, como la erupción del volcán Puyehue de Chile en 2011, con efectos sobre destinos turísticos tales como Bariloche y Villa La Angostura, entre otros. También, a nivel global, otros volcanes afectaron al sector. Tal es el caso de Islandia, con el volcán Eyjafjalla en 2010 y el Grimsvötn en 2011.
- ✓ Diversos eventos y situaciones de índole social, con ejemplos tales como el refuerzo de la seguridad en aeropuertos en Estados Unidos, consecuencia de la amenaza del terrorismo, o peticiones sociales en general, que pueden impactar en el normal devenir de la actividad.
- ✓ La diversidad y multiplicidad de alternativas al alcance de los potenciales visitantes, que deja en evidencia la permanente competencia que existe en el sector.



Lago Moreno. Foto: Ministerio de Turismo.

- ✓ La inestabilidad de los mercados, haciendo referencia directa a la dependencia y volatilidad de la demanda turística respecto de sus contextos.
- ✓ La velocidad de los cambios tecnológicos, lo cual impacta directamente en la actividad, trae aparejada la necesidad de seguir el paso de estos veloces cambios. Debemos ser conscientes de las constantes innovaciones que se observan a diario aplicadas al mercado turístico (en consonancia con otros mercados).

Estos fenómenos contribuyeron para que los actores del turismo tomen una mayor conciencia en relación a la interconexión que existe en el sector. El desarrollo de la actividad en las sociedades del conocimiento, implica asumir la interconexión como medio hacia un modelo sustentable para todos.

Todo lo expresado en los párrafos precedentes nos lleva a reflexionar sobre la imperiosa necesidad (no ya una opción) de planificar previendo los posibles cambios de escenario y atendiendo a las coyunturas que pueden

modificar los contextos dentro de los cuales se desarrolla la actividad turística. A la par, es necesario reconocer la imposibilidad de avizorar la realidad completa, en un contexto cambiante.

Entonces, es preciso que a través de una racionalidad se conduzca la planificación abierta, participativa, que incluya a la incertidumbre como variable clave para proyectar. Debemos aprender que, difícilmente, podremos encontrar soluciones a problemas nuevos pensando de forma antigua. Es prioritario sumar nuevos saberes y comprender principios que nos ayuden a desarrollar un turismo sustentable en el contexto complejo que plantea el mundo actual. A tal fin, se vuelve necesario compensar adecuadamente en nuestra planificación los aspectos:

- ✓ Ontológicos, que nos orienten sobre la realidad del sector turístico y su objeto de estudio.
- ✓ Epistemológicos, que nos ayuden a construir conocimiento, socializarlo y aplicarlo.

1. Informe Brundtland (1987) y Declaración de Río (1992).



# 3

## Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD

- ✓ Axiológicos, que nos ayuden a sumar valores éticos en una actuación sintonizada con el concepto de sustentabilidad.
- ✓ Praxeológico, que nos permita operativizar el PFETS, interpretando, actuando y transformando nuestra realidad, para alcanzar la visión que tenemos, como sector, de Argentina.

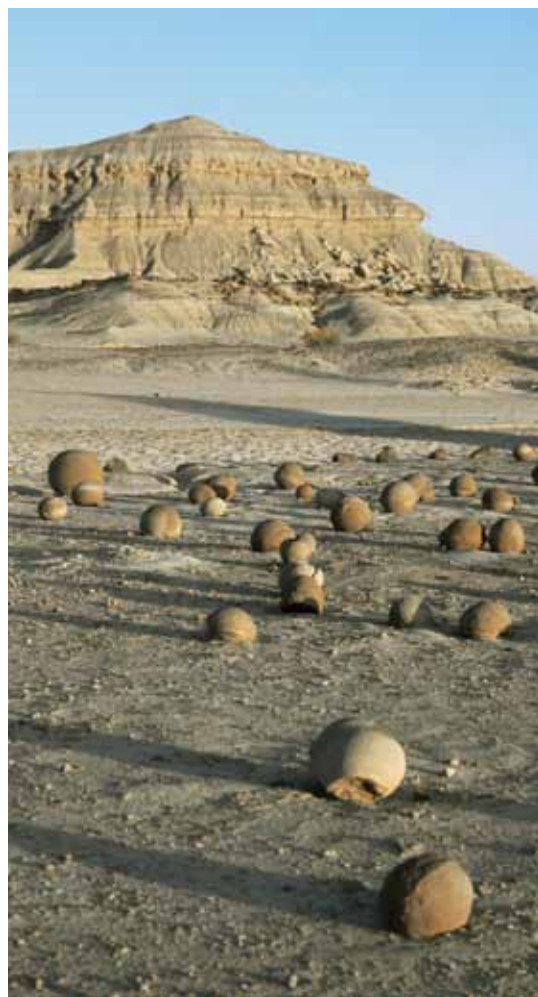
Es necesario también comenzar a pensar un sistema de indicadores que nos orienten con precisión acerca de la dirección y características del desarrollo de la actividad. Hacemos foco no sólo en indicadores cuantitativos, sino también en variables cualitativas. De este modo, se profundiza el trabajo abordado por la Gestión Nacional de Turismo, cuyo eje es el logro de una distribución más equitativa de la demanda a lo largo del territorio nacional, desarrollando nuevos destinos y fortaleciendo los emergentes.

En 2005 enunciábamos que el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable tenía un carácter instrumental, y que aspirábamos a que se convirtiese en un puente hacia el futuro, como proceso orientador y

articulador de las actuaciones del conjunto de los actores del sector, encaminando los esfuerzos de todos hacia un modelo de desarrollo turístico sustentable.

Hoy, estas ideas se renuevan y se fortalecen. Sobre todo, porque comprendemos que el valor principal del proceso de planificación turística no reside sólo en el Plan como herramienta. Lo fundamental se encuentra en el proceso que genera y que comparten todos los actores del sector, al interpretar y operar bajo el objetivo de desarrollar un turismo sustentable.

El presente de la actividad turística nos encuentra en un contexto cambiante. El futuro nos hace reflexionar sobre los desafíos que el mundo nos propone, exigiéndonos mayor creatividad y capacidad para construir certezas. Para asumir estos desafíos, la interacción entre los actores del sector turístico se torna cada vez más importante y necesaria, dándonos una oportunidad única para ahondar en el diálogo social sectorial y para alcanzar nuevos acuerdos que permitan un desarrollo turístico sustentable, en el contexto actual.



P.N. Ischigualasto. Foto: Ministerio de Turismo.

### 3.2. Inversión pública como motor de desarrollo e inversión privada como dinámica sectorial.

**Desde el Ministerio de Turismo hemos asumido el desafío y compromiso de lograr una planificación concertada de la inversión pública con provincias, municipios y otros organismos nacionales. Además, hemos procurado una adecuada promoción y modelización de las inversiones privadas, a fin de cooperar con el fortalecimiento de la oferta y el desarrollo sustentable de los espacios turísticos argentinos.**

La inversión en turismo es un factor clave para el modelo de desarrollo propuesto por el PFETS. En el 2005 se establecieron en el Plan tres grandes recomendaciones producto del aporte de todos los actores regionales que participaron en el proceso de planificación federal, a saber:

- Aumentar las inversiones públicas con financiamiento nacional o internacional.
- Generar nuevas formas de gestión y espacios particulares para estimular la excelencia.
- Fortalecer las herramientas de articulación de los componentes del espacio turístico, detectados y priorizados, desde una visión regional e integradora.

Estos lineamientos, así como un conjunto de herramientas, coadyuvaron a acrecentar la competitividad del sector y a posicionar a la Argentina como destino turístico.

1. Incluye la inversión real directa, las transferencias de capital y la inversión financiera con el fin de iniciar, ampliar, mejorar, modernizar, reponer o reconstruir la capacidad productora de bienes o prestadora de servicios.

Fuente: MECON

#### 3.2.1. Inversión pública como motor de desarrollo.

La inversión pública<sup>1</sup> en nuestro país ha crecido considerablemente. En 2010 alcanzó el 10,8% del PBI, mientras que en 2003 la inversión sólo llegó al 1,2% del PBI.

En este marco, y cumpliendo uno de los requerimientos de los actores del sector (aumentar las inversiones con financiamiento internacional), desde el Ministerio de Turismo hemos gestionado dos créditos con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID):

- ✓ **Programa de mejora de la competitividad del sector turismo:** gestionado bajo el crédito BID 1648/OC-AR, tiene por objetivo apoyar el desarrollo y consolidación del turismo. Incrementa la generación de divisas proveniente de la actividad turística tanto en el Corredor de los Lagos como en el Corredor Iguazú-Misiones, y propicia el incremento de arribos de turistas internacionales. Este Programa es consistente con el objetivo estratégico del PFETS, al apoyar el aprovechamiento ambientalmente adecuado de la oferta de atractivos naturales y culturales en estas dos áreas turísticas prioritarias. El monto total de

inversión es de aproximadamente US\$ 56 millones, con un financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo de US\$ 33 millones, que se complementa con un aporte del Estado Nacional de US\$ 23 millones.

El Programa se estructura bajo tres componentes:

- Valorización y Gestión de atracciones turísticas públicas: en el marco de este componente se han construido grupos sanitarios, muelles, puentes, senderos y miradores entre otros, en el PN Lanín, PN Nahuel Huapi, PN Arrayanes, PN Los Alerces y en el PN Lago Puelo. También se ha realizado la restauración de las Ruinas Jesuíticas de San Ignacio Miní, Loreto y Santa Ana en la Provincia de Misiones.
- Apoyo a la estructuración y promoción de corredores: se contempla la elaboración de Planes de Competitividad Turísticas para ambos Corredores, así como la ejecución de acciones de capacitación y sensibilización, entre otras.
- Fortalecimiento de la administración turística nacional: comprende, no sólo la reingeniería de los procesos administrativos y contables del MINTUR, sino



# 3

## Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD

también la implementación de un Sistema Nacional de Información Turística (SITA), asistido por un Sistema Nacional de Información Geográfica (SIG), y complementado por un Centro de Documentación Turística.

✓ **Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en municipios turísticos:** gestionado bajo el crédito BID 1868/OC-AR, tiene por objetivo la mejora del destino turístico mediante la ejecución de proyectos de gestión integral de residuos sólidos y la recuperación de áreas degradadas, especialmente en municipios ubicados en los corredores de desarrollo turístico. La selección de dichos municipios se basa en que su estrategia de desarrollo gira en torno a su calidad ambiental y paisaje. El costo total del programa es de aproximadamente U\$S 75 millones, con un financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo de U\$S 50 millones y U\$S 25 millones de contrapartida nacional. Complementariamente, con las obras ejecutadas, se realizan acciones de fortalecimiento institucional, de comunicación y de difusión social. Por otra parte, es destacable que se continúa trabajando con la Unidad de financiamiento antes mencionada (BID), en pos de gestionar recursos para otros componentes del espacio turístico considerados estratégicos. Actualmente, se encuentra en la etapa de preparación un nuevo crédito del BID (AR-L1071) para el Programa de Desarrollo de Corredores Turísticos. El objetivo del programa es contribuir a un

### Principales líneas de financiamiento internacional

Línea de financiamiento	Localización del crédito	Monto total de inversión	Obras y monto financiado
Mejora de la Competitividad del Sector Turismo	1) Corredor de los Lagos (Neuquén, Río Negro y Chubut)	U\$S 56.000.000	1) 109 obras - U\$S 26.333.632
	2) Corredor Iguazú-Misiones		2) 35 obras - U\$S 9.681.018
Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos	1) Área Parque Nacional Lago Puelo (El Bolsón, Río Negro)	U\$S 75.000.000	1) Obras ejecutadas por un monto de U\$S 2.200.000
	2) Área Parque Nacional Talampaya (Dto. Felipe Varela, La Rioja)		2) Obras ejecutadas por un monto de U\$S 1.500.000
	3) Área Parque Nacional Iguazú (Misiones)		3) Obras ejecutadas por un monto de U\$S 1.720.000
	4) Área Parque Nacional Lanín (San Martín de los Andes, Neuquén)		4) Obras a ejecutar por un monto de U\$S 3.190.000
	5) Área Parque Nacional Lanín (Junín de los Andes, Neuquén)		5) Obras a ejecutar por un monto de U\$S 3.992.000

Fuente: MINTUR -UEPI

crecimiento sostenible de ingresos y empleo turístico, a través de la optimización del aprovechamiento turístico de Áreas Protegidas y destinos ubicados en corredores turísticos estratégicos para el país.

El Programa tiene un horizonte temporal de 4 años, por un monto aproximado de U\$S 100 millones. Se focaliza en corredores turísticos priorizados por el PFETS, cuyo denominador común es su potencial turístico y su posicionamiento

vinculado a Áreas Protegidas como atractivos ancla. El mismo financiará estudios, diseños finales, obras, equipamiento y asistencia técnica en torno a 3 componentes:

- Apoyo a productos turísticos.
- Fortalecimiento institucional.
- Gestión ambiental.

Otro pilar fundamental para el sector turístico lo constituye el **Programa Nacional de Inversiones Turísticas (PNIT)**. El mismo avanzó en consolidar y concertar las inversiones públicas del turismo, llevando a cabo obras en conjunto con la totalidad de las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, abarcando unos 129 municipios y 13 parques nacionales.

Con el objeto de contribuir con la estrategia de construcción de una red jerarquizada y descentralizada de atractivos, destinos y productos acordada en el Plan, desde el Ministerio de Turismo trabajamos en la planificación de las inversiones para el sector procurando sinergia y razonabilidad del espacio turístico, a través del Programa Nacional de Inversiones Turísticas.

El **PNIT** constituye una de las herramientas inductoras del desarrollo que se pone a disposición de las provincias y municipios. En este sentido, el consenso entre los actores intervinientes es la clave para la ejecución. A través del mencionado programa, se concretaron un

total de 152 obras durante el período 2003 - 2010, de las cuales el **MINTUR** financió un 70% y la contraparte local (provincia y/o municipio) el 30% restante, lo cual suma aproximadamente \$ 17 millones.

Para el desarrollo del Programa Nacional de Inversiones Turísticas, la experiencia recogida en estos años nos ha permitido organizar las obras en dos tipologías:

- **Obras turísticas**, compuestas sobre todo por unidades de información, revalorización del patrimonio natural y cultural, instalaciones y señalética turística. Procuramos lograr equidad en la distribución del financiamiento, en base a criterios de selección de proyectos que sigan los parámetros establecidos en el Plan y asegurándonos de esta manera, que los mismos se complementen con obras realizadas anteriormente y alcancen una coherencia que consolide los espacios turísticos.

- **Obras de interés turístico**, cuya ejecución es de sustantiva importancia para el sector, pero que tiene a otros organismos como responsables directos de su realización. Están relacionadas con el transporte (terrestre, aéreo), comunicaciones, sanidad, energía, etc. El objetivo es colaborar con las provincias en la intermediación y facilitación ante los organismos nacionales responsables de la ejecución de obras que son de interés para el sector.

También se abordaron proyectos claves para el sector, en comunión con otros organismos nacionales, como por ejemplo con la Dirección Nacional de Vialidad, con quien venimos trabajando desde el 2008 en el proyecto *"Señalética Turística en Rutas Nacionales"*. Este trabajo contempla un total de 309 señales distribuidas equitativamente en todas las regiones turísticas y cuya inversión alcanza \$ 28.152.559.

### Señalética turística en Rutas Nacionales

Región	Total de Señales Turísticas proyectadas
Patagonia	77
Buenos Aires	24
Litoral	74
Cuyo	57
Norte	66
Córdoba	11
Total país	309

Es adecuado mencionar que al momento ya se ha concretado el 46% de lo proyectado en las regiones, estimando para el 2012 la finalización de este proyecto, que dejará fortalecidos al conjunto de espacios turísticos priorizados en el **PFETS**, a través de este sistema nacional de señales turísticas.



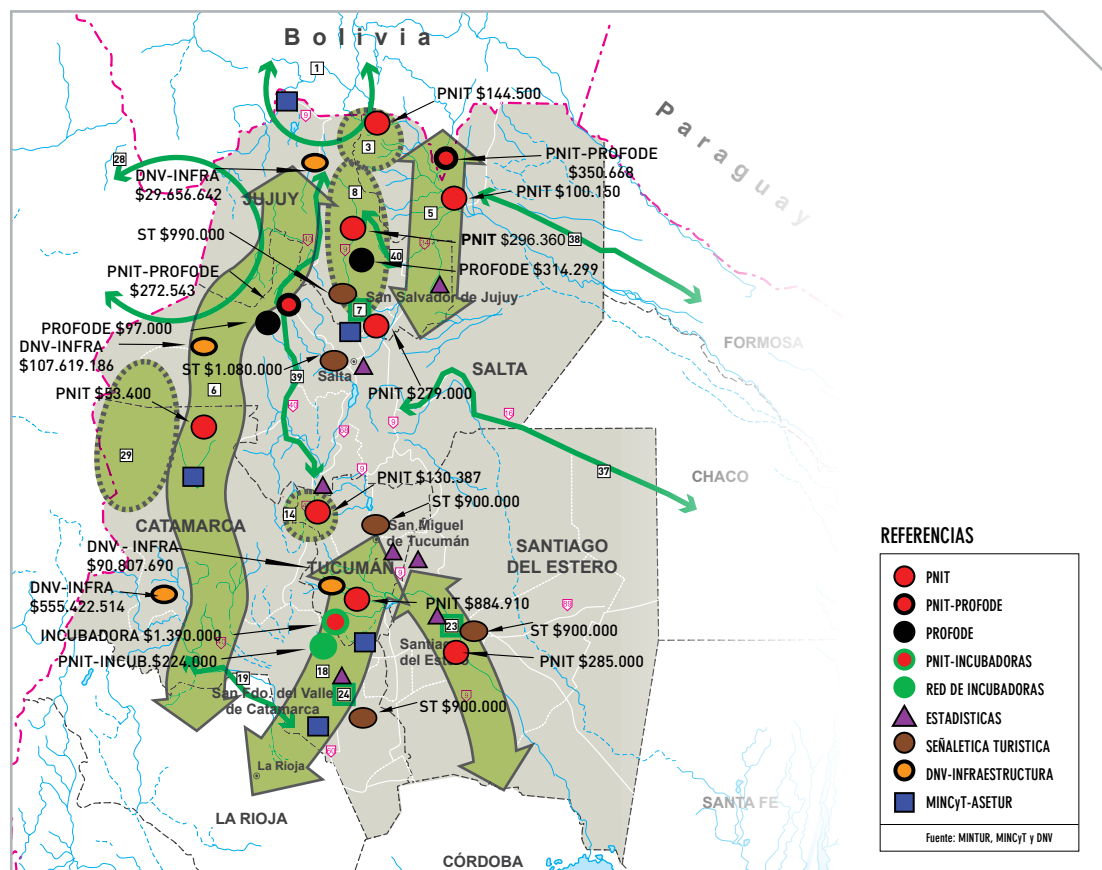
PNIT Rio Grande - Tierra del Fuego. Foto: Ministerio de Turismo.

A continuación presentamos, en los mapas regionales, el conjunto de inversiones realizadas en los espacios turísticos priorizados en los T1 y T2, financiadas por el Ministerio de Turismo y otros organismos públicos. Así, señalamos en los mapas las localidades en las que MINTUR invierte en operativos estadísticos nacionales: la **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)** y la **Encuesta de Turismo Internacional (ETI)**, cuyo monto total acumulado (2003-2010) es de \$16 millones aproximadamente. Por otro lado, observamos las intervenciones del **Programa de Fortalecimiento a Destinos Emergentes (PROFODE)**, en cuyo marco se definen acciones de fortalecimiento institucional tanto público como privado, obras turísticas y apoyo a microemprendedores. Asimismo, visualizamos los componentes del espacio en los que el MINTUR impulsa y financia la **Red de Incubadoras de Empresas Turísticas**, cuyo objetivo es incentivar el espíritu emprendedor de las MI-PyMES del sector. Destacamos las localidades en las que el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación financia proyectos turísticos (**ASETUR**) con innovación tecnológica y señalamos algunos ejemplos representativos de inversiones en infraestructura vial, financiadas por la **Dirección Nacional de Vialidad (DNV)**.

### REGION NORTE

En el marco del Programa Nacional de Inversiones Turísticas en el período 2003-2010, en la Región Norte se cofinanciaron 40 obras con provincias, municipios y/o la Administración de Parques Nacionales. Los proyectos respondieron prioritariamente a la puesta en valor del patrimonio cultural, que es el componente dinamizador del turismo en la región. Para este fin se asistió económicamente a la realización de: 9 Unidades de información turística, 11 Instalaciones turísticas, 14 Obras de revalorización del patrimonio y 6 propuestas de Señalética turística.

### Inversiones Públicas en los Espacios Turísticos Priorizados MFOT - PFETS Tiempo 1 y Tiempo 2. Período 2003-2010. REGION NORTE

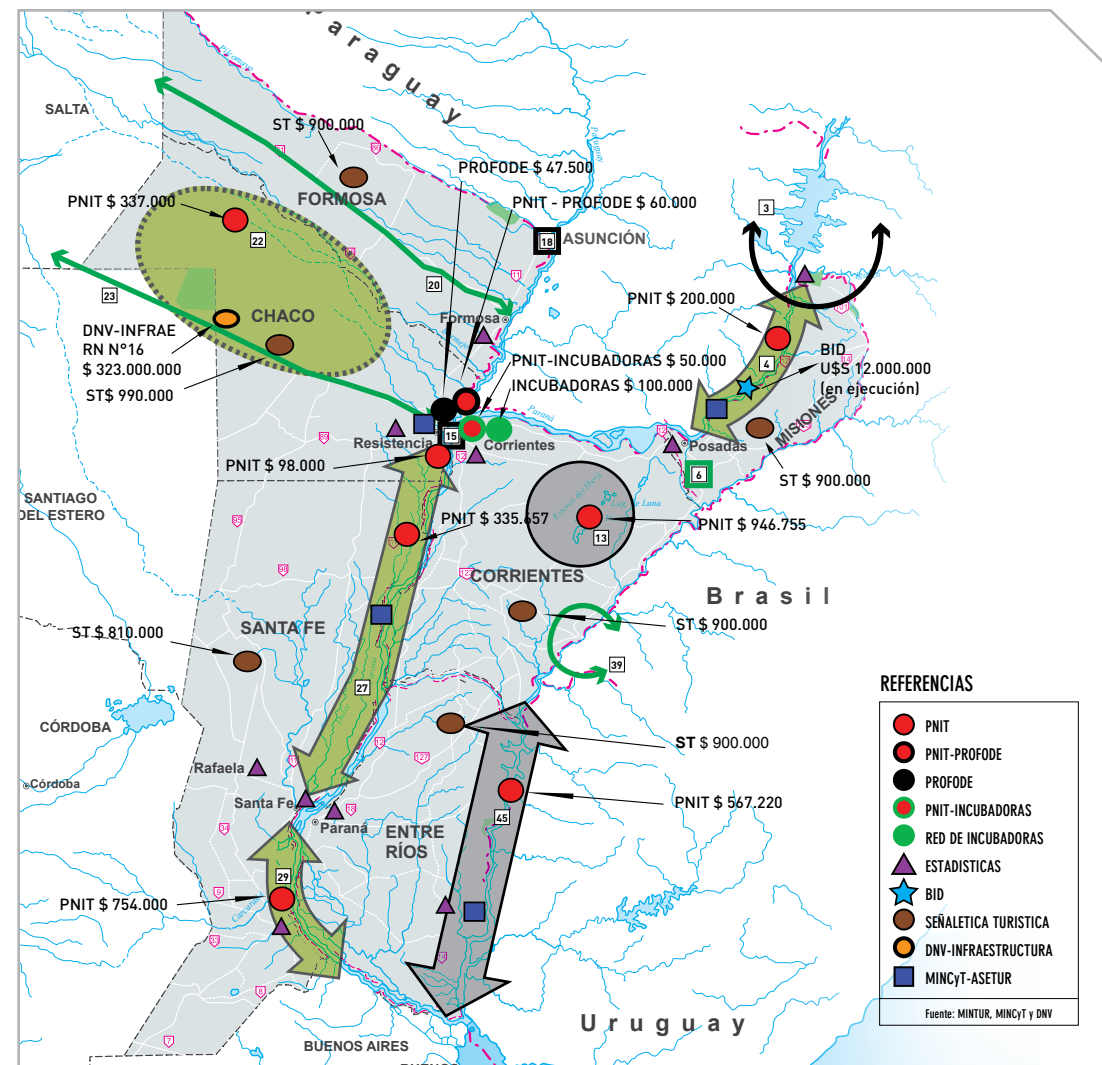


- 1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
- 3. Área Pueblos Andinos de Salta
- 5. Corredor de las Yungas
- 6. Corredor de la Puna
- 7. Puerta San Salvador de Jujuy
- 8. Área Quebrada de Humahuaca
- 14. Área Santa María - Amaicha
- 18. Corredor Tucumán - Catamarca - La Rioja
- 19. Travesía RN 60 - Chumbicha - Tinogasta
- 23. Puerta Santiago del Estero
- 24. Puerta San Fernando del Valle de Catamarca
- 28. Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama
- 29. Área Salares y Volcanes de la Puna
- 37. Travesía RN 16
- 38. Travesía RN 81
- 39. Travesía Abra Pampa - Cafayate
- 40. Travesía Humahuaca - PN Calilegua

### REGION LITORAL

En la Región Litoral la inversión pública turística estuvo orientada hacia la valorización de los recursos naturales y sus productos asociados. En ese marco se ejecutaron 52 proyectos bajo la asistencia económica del Programa Nacional de Inversiones Turísticas en forma mancomunada con provincias, municipios y/o la Administración de Parques Nacionales. Las obras realizadas en el período 2003-2010 respondieron a las siguientes tipologías: 8 a Unidades de información turística, 27 a Instalaciones turísticas, 2 a Obras de revalorización del patrimonio y 15 a Señalética turística.

### Inversiones Públicas en los Espacios Turísticos Priorizados MFOT - PFETS Tiempo 1 y Tiempo 2. Período 2003-2010. REGION LITORAL



PNIT Esteros del Iberá - Corrientes. Foto: Ministerio de Turismo.

- 3. Circuito Transfronterizo Tripartito
- 4. Corredor Iguazú - Posadas
- 6. Puerta Apóstoles
- 13. Área de los Esteros del Iberá
- 15. Puerta Corrientes - Resistencia
- 18. Puerta Clorinda - Asunción
- 20. Travesía RN 81
- 22. Área El Impenetrable
- 23. Travesía RN 16
- 27. Corredor del Paraná Medio
- 29. Corredor del Paraná Inferior
- 39. Circuito Transfronterizo Paso de los Libres
- 45. Corredor del Uruguay



3

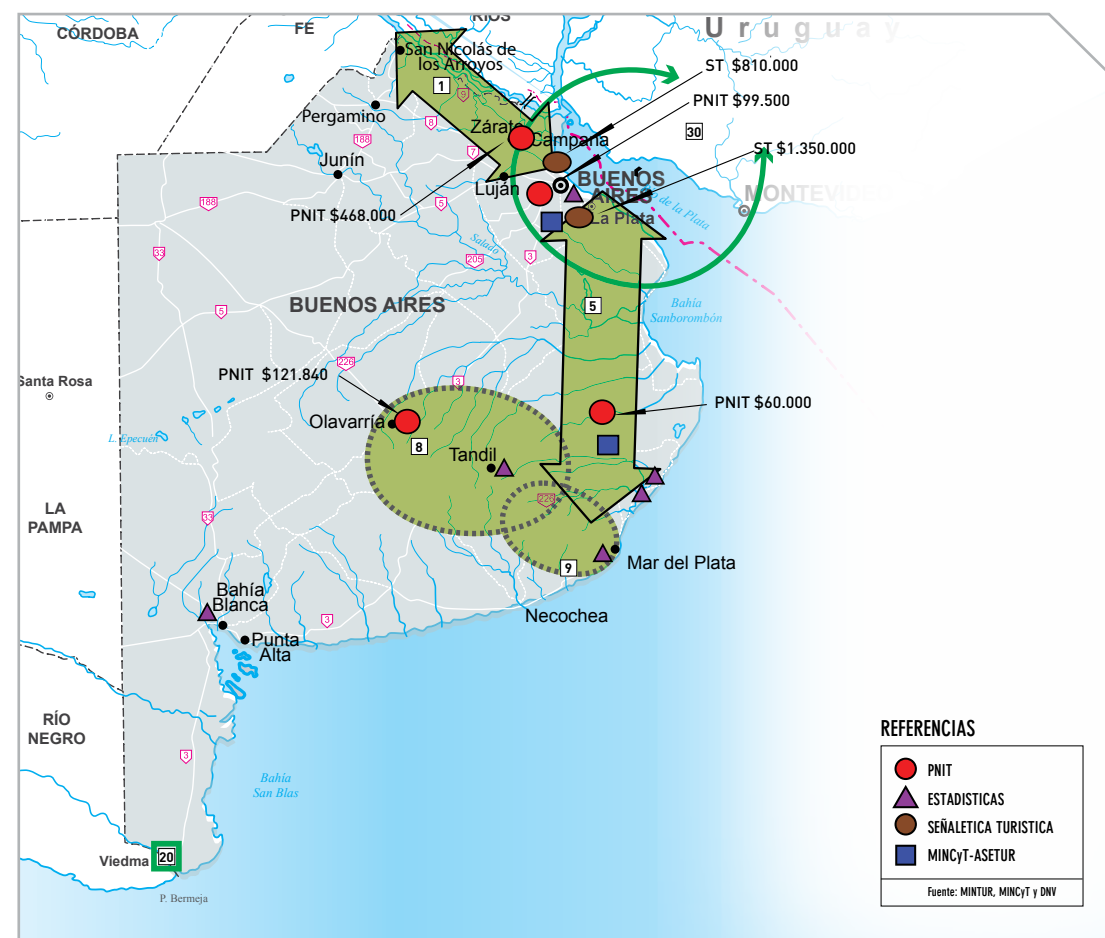
Los Fundamentos

# INCLUSION CON EQUIDAD

## REGION BUENOS AIRES

En la Región Buenos Aires y en el marco del Programa Nacional de Inversiones Turísticas durante el período 2003-2010 se cofinanciaron 8 proyectos, con la provincia y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y/o la Administración de Parques Nacionales, proveyendo de unidades de información e instalaciones en atractivos naturales y culturales que contribuyen al disfrute y conocimiento de la región. Las obras respondieron a las siguientes tipologías: 3 a Unidades de información turística, 1 a Instalaciones turísticas, 3 a Obras de revalorización del patrimonio y 1 a Señalética turística.

## Inversiones Públicas en los Espacios Turísticos Priorizados MFOT - PFETS Tiempo 1 y Tiempo 2. Período 2003-2010. REGION BUENOS AIRES

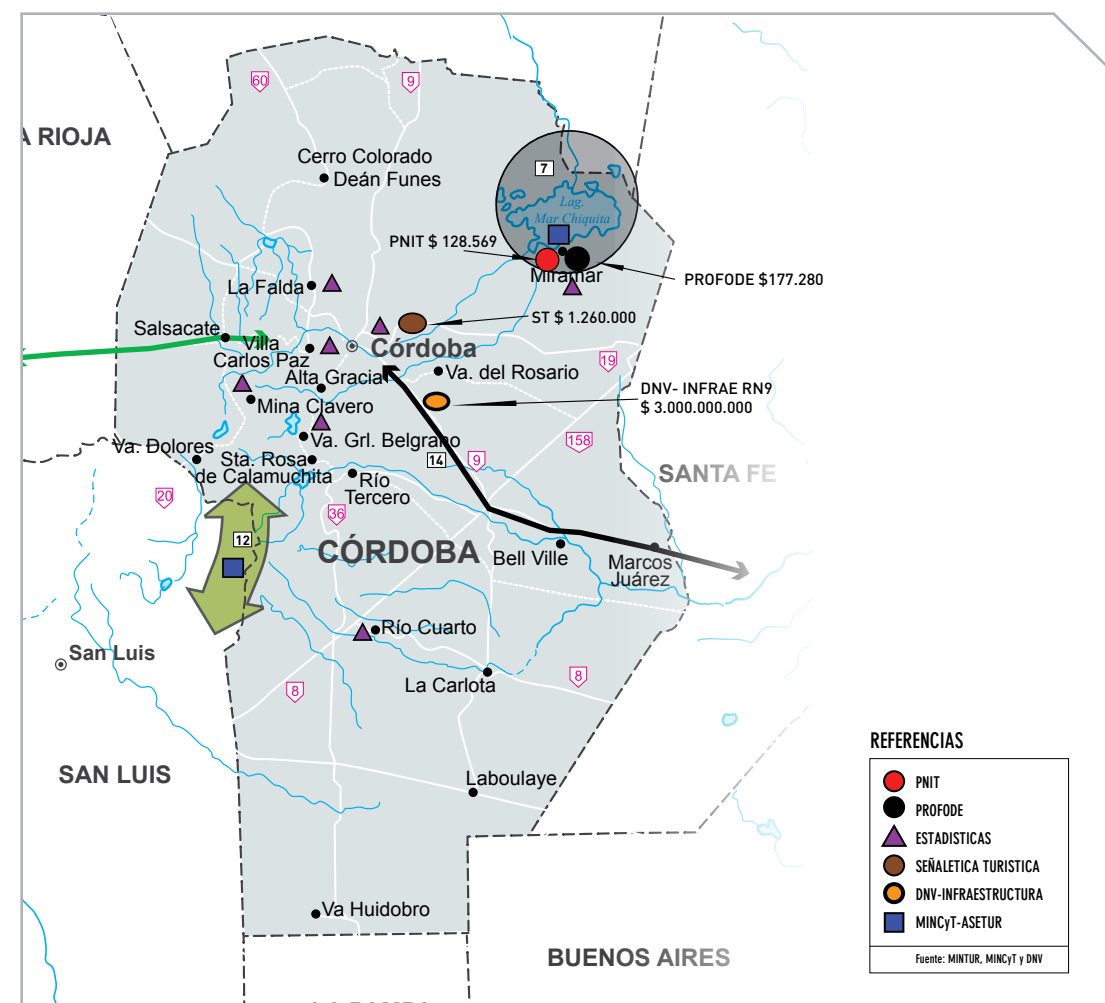


1. Corredor del Paraná Inferior
5. Corredor Camino del Gaucho
8. Área Tandilia
9. Área Mar y Sierras
20. Puerta Viedma - Carmen de Patagones
30. Circuito Transfronterizo Rioplatense

## REGION CORDOBA

En el marco del Programa Nacional de Inversiones Turísticas, en el período 2003-2010, se cofinanciaron, con la Provincia y municipios, 5 proyectos de obras, con el objetivo de fortalecer la oferta cultural y desarrollar la natural. Con ese propósito, se llevaron a cabo las siguientes tipologías: 4 correspondientes a Unidades de información turística y 1 a Instalaciones turísticas.

## Inversiones Públicas en los Espacios Turísticos Priorizados MFOT - PFETS Tiempo 1 y Tiempo 2. Período 2003-2010. REGION CORDOBA

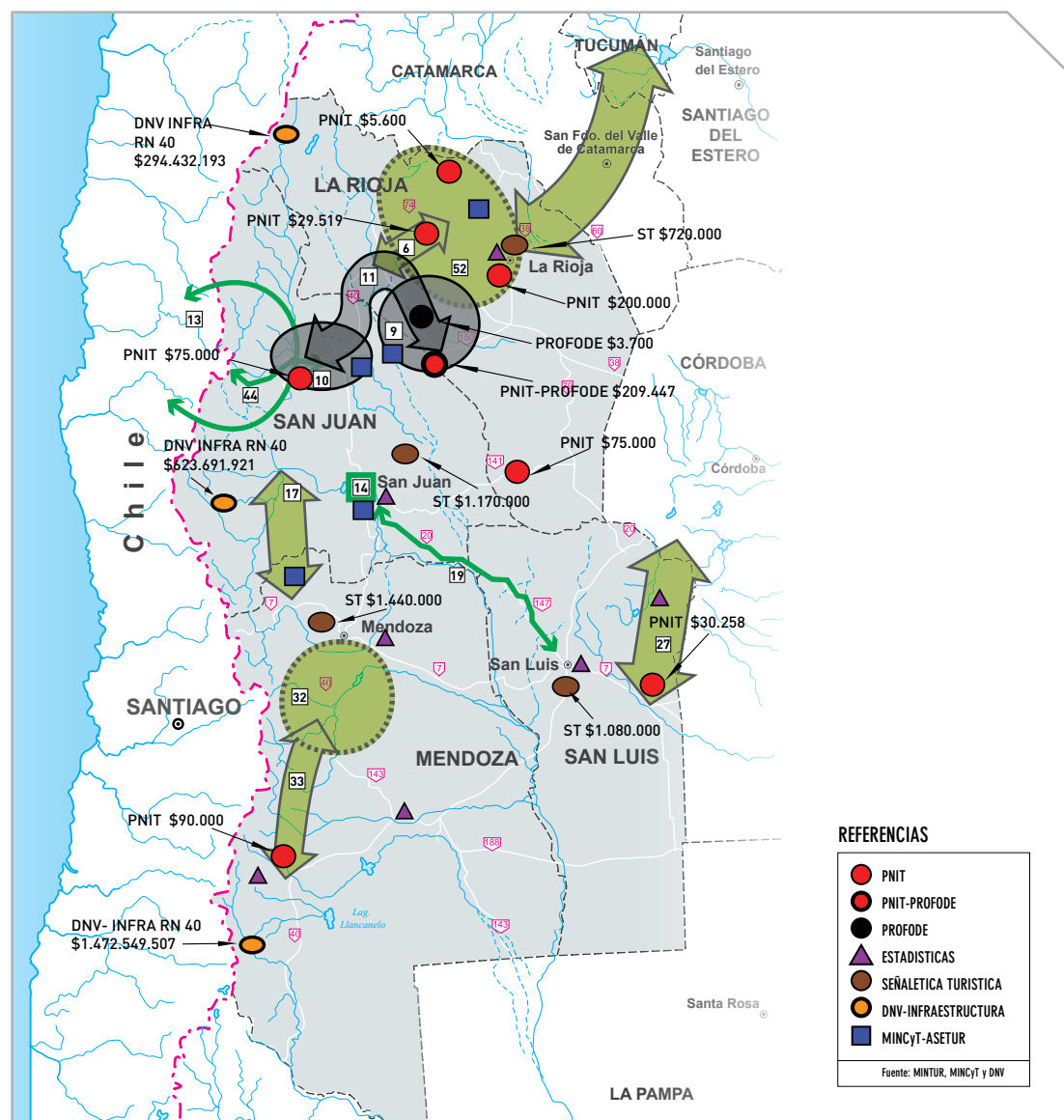


7. Área Mar Chiquita
10. Travesía RP 28
12. Corredor de los Comechingones
14. Travesía RN 9

### REGION CUYO

En la Región Cuyo la asistencia desde el Programa Nacional de Inversiones Turísticas en el período 2003-2010 estuvo dirigida hacia la conservación y puesta en valor de recursos históricos y culturales así como también hacia la conservación de áreas naturales. Se cofinanciaron junto a provincias y municipios 12 proyectos de obras turísticas. Las obras respondieron a las siguientes tipologías: 1 a Unidades de información turística, 3 a Instalaciones turísticas, 5 a Obras de revalorización del patrimonio y 3 a Señalética turística.

### Inversiones Públicas en los Espacios Turísticos Priorizados MFOT - PFETS Tiempo 1 y Tiempo 2. Período 2003-2010. REGION CUYO

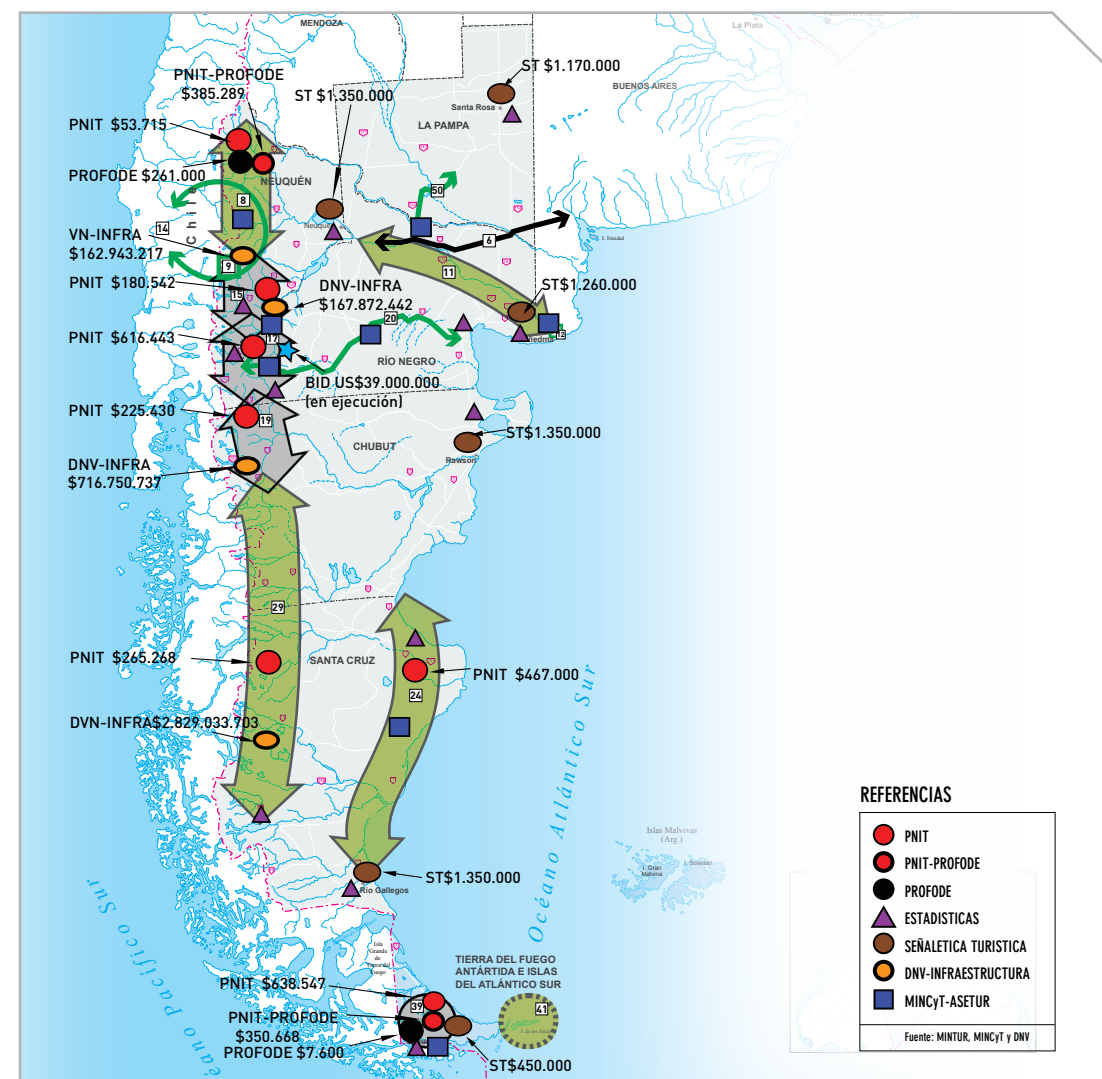


- 6. Corredor Chilecito - Villa Unión
- 9. Area Talampaya - Ischigualasto
- 10. Area Rodeo - Jáchal
- 11. Corredor Rodeo - Valle Fértil
- 13. Circuito Transfronterizo RN 150 (Jáchal - Coquimbo)
- 14. Puerta San Juan
- 17. Corredor Calingasta - Uspallata
- 19. Travesía Ruta de los Dinosaurios (RN 20-147)
- 27. Corredor de los Comechingones
- 32. Area Valle de Uco
- 33. Corredor Valle de Uco - Malargüe
- 44. Travesía Jáchal - Paso Agua Negra (RN 150)
- 52. Area Chilecito

### REGION PATAGONIA

En el marco del Programa Nacional de Inversiones Turísticas, en el período 2003-2010, en la Región Patagonia se cofinanciaron 35 proyectos, junto a provincias, municipios y/o la Administración de Parques Nacionales. El objetivo principal fue desarrollar áreas naturales e integrarlas en circuitos o corredores, así como potenciar productos propios de la región. Las obras respondieron a las siguientes tipologías: 9 a Unidades de información turística, 21 a Instalaciones turísticas, 1 a Obras de revalorización del patrimonio y 4 a Señalética turística.

### Inversiones Públicas en los Espacios Turísticos Priorizados MFOT - PFETS Tiempo 1 y Tiempo 2. Período 2003-2010. REGION PATAGONIA



- 6. Travesía RN 22
- 8. Corredor Neuquén Norte
- 9. Puerta Villa Pehuenia
- 11. Corredor del Valle
- 12. Puerta Viedma - Carmen de Patagones
- 14. Circuito Transfronterizo Pino Hachado
- 15. Corredor de los Lagos Norte
- 17. Corredor de los Lagos Centro
- 19. Corredor de los Lagos Sur
- 20. Travesía RN 23
- 24. Corredor Costa Patagónica Sur
- 29. Corredor RN 40
- 39. Area Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
- 41. Area Isla de los Estados
- 50. Travesía Lihuel Calef





# 3

## Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD

Si consideramos las obras de interés turístico, según la tipología presentada con anterioridad, en materia de obras públicas<sup>2</sup>, cabe destacar las importantes inversiones realizadas en infraestructura y servicios públicos que coadyuvan a la consolidación del sector turístico.

### • RED VIAL.

Reconstrucción de 38.500 km de la Red Vial Nacional. Se eliminaron las compensaciones que recibían los concesionarios viales, permitiendo un ahorro al Estado Nacional de \$ 325 millones anuales.

Algunas de las obras efectuadas son: finalización de la Autopista a Córdoba, planeada en 1960 sobre la RN 9; pavimentación de la RN 40, columna vertebral de nuestro país. Son 5.000 km que conectan 11 provincias con 21 ríos, 20 Parques Nacionales y reservas naturales, integrando el país y potenciando sus posibilidades turísticas.

En pos de mejorar la circulación regional e internacional, se trabajó en la Autovía RN 14, una de las más transitadas del país, al ser una ruta comercial por excelencia del tráfico nacional e internacional. Es una obra vital para el comercio del MERCOSUR, conecta a nuestro país con Brasil, Uruguay y Paraguay. Para su ejecución se contempla una inversión total de \$ 3.900 millones.

Otros corredores que aportan a la integración regional y sobre los cuales se han realizado inversiones son: el Eje de Capricornio, que contiene a la RN 81, busca potenciar las ventajas que ofrece el transporte multimodal, ya que posee ferrocarriles, transporte fluvial

adecuado y la infraestructura portuaria apropiada para el manejo de carga mineral, tanto metálica como no metálica. La red vial del Eje atraviesa barreras naturales de importancia como son la Cordillera de los Andes, los ríos Pilcomayo, Paraguay, Paraná y Uruguay. El Corredor Bioceánico, que constituye la RN 7, permite conectar Mendoza con la Pampa Húmeda y Buenos Aires hacia el este, y con Chile y el Pacífico hacia el oeste, a través del paso Cristo Redentor y Eje Mercosur-Chile, contienen a las RN 19 y RN 158. Se trata de un proyecto concebido para materializar un corredor de integración y desarrollo, y se la entiende como disparador para el despegue económico, social y turístico de una vasta región. Su importancia radica en que consolidará la conexión interregional, mejorando el vínculo entre el Atlántico y el Pacífico, constituyéndose en uno de los principales ejes del Corredor Bioceánico Central para permitir la integración regional MERCOSUR-Chile<sup>3</sup>.

### • AGUA POTABLE, DESAGÜES Y SANEAMIENTO.

Servicios de agua potable y cloacas para 5 millones de personas. La inversión pública destinada a servir de cloacas y agua potable a la población, pasó de \$ 3 millones en 2003 a \$ 1.400 millones en 2010.

Creación de AYSA, con una inversión de \$ 18 mil millones en un plan a 12 años para dotar a la población de agua potable y cloacas, renovar y rehabilitar redes de agua, realizar desagües pluviales y cloacales y montar plantas de tratamiento de los líquidos antes de su devolución al río.

Saneamiento ambiental de las cuencas comprometidas: Cuenca Río Salí (Tucumán) y Cuenca Matanza Riachuelo (Provincia de Buenos Aires - Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

### • ENERGIA.

Recuperación del Sistema Energético: entre 2003 y 2010 se construyeron 2.480 km de líneas de 500 Kv, con las cuales el sistema energético incorporó 5 mil megavatios de potencia de generación eléctrica.

Gasoducto por el estrecho de Magallanes: se trata de un gasoducto de 37 km que une Tierra del Fuego con Santa Cruz, y que eleva la capacidad de transporte de 11 a 18 millones de metros cúbicos diarios.

Ampliación de Gasoductos TGN y TGS por 5,8 millones de metros cúbicos diarios.

Construcción de la Central Termoeléctrica Río Turbio: esta central termoeléctrica a carbón, permitirá incorporar en el futuro 240 megavatios.

En cuanto a la Central Hidroeléctrica Yacretá<sup>4</sup>, se realizaron importantes avances hasta su inauguración durante el año en curso. Yacretá es la principal generadora de energía eléctrica. Actualmente, su producción representa 44% de la energía de origen hidroeléctrico en el mercado mayorista nacional. En la práctica implicó que la Producción Bruta Anual de la Central Hidroeléctrica Yacretá (CHY) pasara de 12.149 GWh a 16.738 GWh durante el período 2004-2009, lo que significó un crecimiento de la misma en un 37,7%.

### • TRANSPORTE Y CONECTIVIDAD.

Recuperación de Aerolíneas Argentinas: desde su recuperación a manos del Estado Nacional, la empresa ingresó en la mayor red aérea mundial, Sky Team, luego de situarse entre las diez más seguras.

Recuperación de los ferrocarriles: se recuperaron servicios ferroviarios de pasajeros olvidados hace 10 años. Se rehabilitaron 2.566 km de vías. Se reabrieron los talleres ferroviarios de La Plata (Buenos Aires) y Tafí Viejo (Tucu-

mán). Se inició la reconversión del Ferrocarril Belgrano Cargas, reactivando los ramales ferroviarios ociosos.

La construcción del túnel transcordillerano Aguas Negras, eje del Corredor Bioceánico Coquimbo-Porto Alegre: será la conexión obligada de las regiones centrales de Chile, Argentina, Uruguay y el sur de Brasil. Desde el puerto de Coquimbo se podrán exportar los productos del Mercosur y del resto del Cono Sur a la región de Asia-Pacífico.

Todas las acciones mencionadas han consolidado una política eficiente de inversiones y han permitido elevar los niveles de coherencia y complementariedad en el proceso de desarrollo turístico que vive nuestro país.

Para fortalecer este trabajo, desde el Ministerio de Turismo también hemos colaborado activamente con herramientas de desarrollo impulsadas por otros organismos, que tienen implicancias positivas en el Turismo:

- **Programa de Apoyo Tecnológico al Sector Turismo (ASETUR):** impulsado y financiado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, a través del Consejo Federal de Ciencia y Tecnología (COFECyT). Su objetivo es dar apoyo financiero, no reembolsable, para proyectos de innovación tecnológica de destinos y productos turísticos, en pos de dar respuestas a los requerimientos de los actores del sector (público-privado), fortaleciendo la oferta turística de los espacios priorizados por el PFETS. Este programa aprobó un total de 44 proyectos en el 2008, con un monto máximo por provincia de \$150 mil. En el 2009 se aprobaron

109 proyectos, aumentando el monto máximo a \$600 mil. En el 2010 se aprobaron 95 ideas proyecto y el monto máximo fue de \$1 millón por provincia. De esta manera, el Programa alcanzó un presupuesto de \$24 millones en dicho año. A través de este programa se han financiado proyectos de Instalaciones Turísticas (señalética, obras tales como senderos, miradores, salas para museos, sanitarios, adecuación de instalaciones, recuperación de museos o balnearios), proyectos relacionados con Fortalecimiento Institucional (planes de desarrollo, de manejo, de gestión, de capacitación, certificaciones de calidad), Estrategias de Marketing (diseño de marcas, material promocio-

nal, desarrollo de identidad comercial, planes de comercialización), Tecnología de Información y Comunicación (sistema GPS, terminales interactivas, audioguías en formato MP3 o MP4, red inalámbrica de distribución de Internet, desarrollo de portales), y proyectos en general relacionados con la incorporación de Tecnología asociada a otros fines, tales como preservación de la flora y/o fauna autóctona, dispositivos para la preservación de fósiles, mejora en la producción y desarrollo del servicio gastronómico, implementación de turismo accesible sin barreras, mediante folletos y material de difusión en sistema Braille, entre otros.



La Cumbre. Foto: Ministerio de Turismo.

2. Fuente: Presidencia de la Nación Argentina.

3. <http://www.vialidad.gov.ar>

4. <http://www.minplan.gov.ar>



3

Los Fundamentos

# INCLUSION CON EQUIDAD

- **Proyecto de Energía Renovable en Mercados Rurales (PERMER):** impulsado por la Secretaría de Energía, que a través del Banco Mundial (BM) busca financiar proyectos de energía renovable en áreas protegidas nacionales, provinciales y municipales.
- **Dirección Nacional de Preinversión (DINAPREI):** gestado por la Secretaría de Política Económica del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación y financiado a través del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Su objetivo es apoyar financieramente la identificación y preparación, total o parcial, de proyectos de preinversión que contribuyan al crecimiento y desarrollo económico y social de todo el territorio nacional.
- **Programa de Fortalecimiento Institucional Productivo y de Gestión Fiscal Provincial (PROFIP):** impulsado por la Subsecretaría de Relaciones con las Provincias y financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Su objetivo es contribuir al fortalecimiento del entorno institucional de inversiones a nivel provincial y regional.

En función de la fuerte vinculación que el turismo mantiene con las bases económicas y territoriales donde se asienta, cabe destacar la coincidencia existente entre la planificación elaborada por el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, plasmada en el Plan Estratégico Territorial (PET) y el PFETS, que permite visualizar aquellas áreas consolidadas y potenciales de cada región y aunar los esfuerzos de inversión para garantizar el desarrollo equilibrado del territorio nacional.

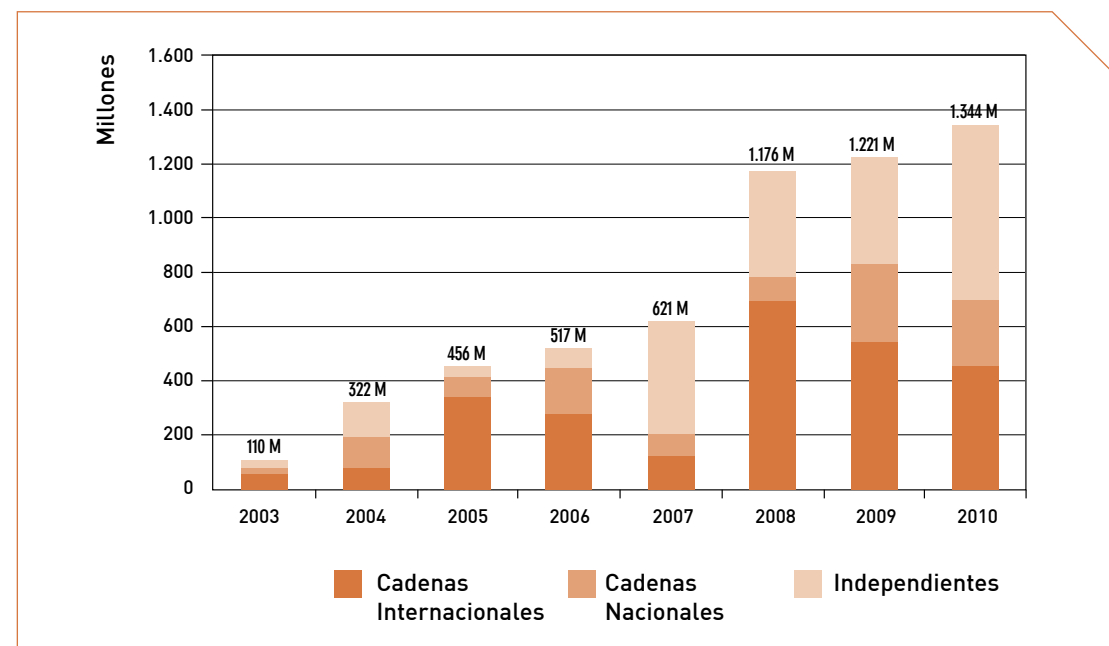
### 3.2.2. Inversión privada como factor dinamizador empresarial.

El desarrollo de las inversiones privadas resulta imprescindible para el crecimiento sustentable del turismo en nuestro país. Durante estos años, hemos trabajado para estimular la concreción de nuevos emprendimientos que completen y mejoren la oferta turística existente. Las acciones de promoción de la inversión privada, sumadas a políticas concretas de desarrollo de destinos y productos turísticos, han impulsado un incremento de

la demanda turística en todo el país en estos últimos años.

Uno de los indicadores más representativos del crecimiento que ha tenido el sector turístico, se visualiza claramente en la evolución de las inversiones privadas en materia de alojamiento: durante el período 2003-2010 alcanzaron una inversión acumulada de más de \$ 5.000 millones. Se considera este índice por ser uno de los mayores generadores de empleo, tanto en la construcción, como en la operación de dichos establecimientos.

**Evolución de las inversiones privadas en materia de alojamiento en Argentina. Período 2003-2010**



\*La distinción entre cadenas nacionales e internacionales se realiza en función de su comercialización al público, ya que no se puede asegurar que la inversión total realizada sea con capitales nacionales o extranjeros. Fuente: Dirección de Inversiones Turísticas, SSDT, MINTUR, mayo 2011

Estas inversiones han sido claves en los procesos de dinamización de las economías regionales. Al profundizar el análisis, observamos la distribución que han tenido las inversiones en el territorio. El mayor volumen de inversiones en alojamiento turístico se registra en la Región de Buenos Aires, seguido por la Región de Cuyo y la Región del Litoral. Con relación al tipo de alojamiento, los establecimientos hoteleros inaugurados bajo franquicias o management de cadenas internacionales son los que realizaron la mayor inversión, generalmente con proyectos de gran envergadura, ubicados estratégicamente en los principales destinos turísticos del país que cuentan con demanda internacional.

La evolución de las inversiones privadas en alojamiento nos permite comprender el proceso de dinamización del escenario turístico argentino, observado en estos primeros años de implementación del Plan. Este es el resultado del trabajo y compromiso de diversos actores del ámbito privado que, con el acompañamiento del sector público y las comunidades locales, articulan esfuerzos para mejorar los servicios existentes.

Entonces, si consideramos que el logro de un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional es una tarea del sector en su conjunto, se requieren de permanentes políticas y acciones que fortalezcan el rol proactivo del Estado como promotor y facilitador para el desarrollo de la inversión privada.

Por esta razón, desde el Ministerio de Turismo gestionamos fuentes de financiamiento en conjunto con otros organismos y entidades financieras, tanto nacionales como internacionales. La finalidad es estimular la concreción de nuevos emprendimientos y la adecuación a las nuevas y cambiantes exigencias del mercado, en pos de lograr una mayor competitividad. Desde el 2004 hasta la actualidad, hemos ido desarrollando diversas líneas de financiamiento para favorecer las inversiones en el territorio:

- **Fonapyme:** entre los años 2004 y 2008 se realizó, en forma anual, un llamado a concurso específico para el sector turismo a través de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo

Regional (SEPyMEyDR). En ese periodo se han financiado aproximadamente 50 proyectos en distintos destinos del país.

- **Línea 400 – Sector Turismo:** en 2010 la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SEPyMEyDR) bonificó dos puntos de la tasa nominal anual de interés a la "línea 400" del Banco de la Nación Argentina, para el financiamiento de **MI-PyMEs** de turismo en funcionamiento, cuya actividad principal se encuentre comprendida en alojamiento, gastronomía, agencias de viajes y transportes no regulares de Turismo. En este caso, se otorgaron un total de 72 créditos por aproximadamente \$ 20 millones entre las distintas regiones del país.

**Inversión realizada en alojamientos turísticos (en pesos) por región. Período 2005 - 2010**

Región	Cadenas Internacionales	Cadenas Nacionales	Independientes	Total inversión
Buenos Aires	1.160.400.000	192.300.000	632.340.000	1.985.040.000
Córdoba	45.000.000	110.000.000	86.285.000	241.285.000
Cuyo	511.000.000	82.800.000	324.637.297	918.437.297
Patagonia	75.300.000	166.500.000	361.833.109	603.633.109
Litoral	334.700.000	239.000.000	235.518.255	809.218.255
Norte	274.500.000	120.000.000	292.959.608	687.459.608
<b>Total inversión</b>	<b>2.400.900.000</b>	<b>910.600.000</b>	<b>1.933.573.269</b>	<b>5.245.073.269</b>

Fuente: Dirección de Inversiones Turísticas, SSDT, MINTUR, mayo 2011



Firma del convenio BNA - MINTUR Línea 400. Foto: Ministerio de Turismo.



# 3

## Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD

A partir de la jerarquización de la cartera de turismo a Ministerio, se firmó un convenio en septiembre de 2010 con el Banco de la Nación Argentina, a partir del cual, el **MINTUR** comenzó a bonificar en tres puntos la tasa nominal anual de interés de la misma línea. Teniendo en cuenta las operaciones realizadas hasta mayo del 2011 se otorgaron un total de 34 créditos a distintas MIPyMEs del sector, por un monto aproximado de \$ 12,9 millones.

De forma complementaria, para facilitar el acceso a información sobre fuentes de financiamiento disponibles para micro, pequeñas y medianas empresas, se elaboran Guías de

Asistencia Financiera para difundir las condiciones de las líneas de crédito vigentes para el sector. Se destaca en este aspecto la línea ofrecida por el CFI (Consejo Federal de Inversiones), que cuenta con condiciones muy favorables para los emprendedores turísticos.

Por otra parte, hemos venido acordando y colaborando con el **Programa Nacional de Uso Racional y Eficiente de la Energía (PRONU-REE)**, impulsado por la Secretaría de Energía, en el cual trabajamos en conjunto con la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina. El objetivo es impulsar la innovación tecnológica del sector y ha permitido emprender acciones que conducen a una mayor eficiencia energética en el sector de alojamiento turístico.

Además, en la actualidad se está elaborando y trabajando con un conjunto de herramientas que tienen como fin fortalecer la promoción de las inversiones turísticas privadas, entre ellas:

- **Red de Oportunidades de Inversiones Turísticas Privadas (ROIT):** su objetivo es desarrollar una red nacional que permita disponer de información sobre las oportunidades de inversión privadas, identificadas a través de un trabajo de investigación permanente.
- **Red de incubadoras de empresas turísticas:** su objetivo es promover en forma activa, la transformación de ideas en proyectos y la concreción de planes de

negocio en empresas que se destaquen por su innovación, esfuerzo y potencial de generación de puestos de trabajo. Además, procura fomentar y apoyar la creación de encadenamientos de empresas turísticas que contribuyan a mejorar la calidad de la oferta, la competitividad y la sustentabilidad de los emprendimientos. El programa desarrolla 2 líneas de proyectos: Incubación de empresas turísticas y Desarrollo de Encadenamientos Productivos o de Servicios.

En función de lo expuesto anteriormente podemos sintetizar que durante los últimos años la política turística en materia de inversiones públicas y privadas estuvo basada en tres grandes ejes: la competitividad, la diversificación y la sustentabilidad.

El desafío de planificar concertadamente la inversión pública de manera conjunta con las provincias y municipios, el incremento de las asignaciones presupuestarias, los créditos internacionales otorgados al sector y el fortalecimiento de las herramientas de articulación de los componentes del espacio turístico, permitieron mejorar de manera sustantiva la competitividad del sector.

La planificación de la inversión pública turística, acompañada por otras iniciativas de desarrollo (como por ejemplo obras de infraestructura básica, viales, nuevas tecnologías, entre otras) realizadas por distintos organismos públicos, como así también los instrumentos diseñados en cada una de las regiones del país para fomentar y modelizar la inversión privada, diversificaron la oferta turística nacional garantizando un desarrollo equilibrado del territorio.

De esta manera desde el Estado se procura apoyar la ejecución de inversiones sustenta-

bles, donde el crecimiento económico debe ser compatible con la conservación de los recursos naturales y culturales.

A futuro será esencial intensificar las acciones de planificación de las inversiones públicas y privadas, con la finalidad de orientar los esfuerzos de la política turística y las actividades de distintos organismos públicos que incidan en el desarrollo del turismo, hacia un aumento de la competitividad nacional e internacional de los destinos, productos y empresas turísticas del país en un marco de sustentabilidad económica y social.

Desde el punto de vista de las inversiones públicas, será necesario potenciar el trabajo a nivel regional e interprovincial, alcanzando un modelo de desarrollo que permita articular y priorizar las necesidades de inversión en obras, capacitación y promoción, mediante planes turísticos regionales.

En cuanto a las inversiones privadas, el Estado procurará contar con un plan de promoción de inversiones, que permita modelizar y orientar la inversión con vistas a lograr la captación y radicación de capitales nacionales y extranjeros. Se priorizarán aquellas inversiones que contribuyan al mejoramiento turístico local o regional, que obedezcan a la falta de ofertas de servicios, sean respetuosas del medioambiente y acordes a los modelos de desarrollo local.



Las Grutas. Foto: Cecilia C Morales.

### 3.3. Creación de nuevas oportunidades de desarrollo a través del fortalecimiento de los destinos emergentes.

**El desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional ha sido el eje de actuación para impulsar una mayor diversidad de productos y destinos en el país. Las nuevas oportunidades de desarrollo surgen al promover y potenciar la sinergia propia de los destinos turísticos emergentes en la búsqueda permanente de sustentabilidad, competitividad y generación de empleo.**



PROFODE, Isla del Cerrito. Foto: Ministerio de Turismo.



PROFODE, norte neuquino. Foto: Ministerio de Turismo.

Durante la primera década del siglo XXI se han profundizado las tendencias observadas a nivel mundial respecto a la diversificación de los consumos turísticos. Frente a una demanda turística creciente y con un mayor grado de madurez, se ampliaron las áreas de interés en materia turística, dando origen a nuevos segmentos y nichos de mercado. Asimismo, estas nuevas tendencias reflejan una preferencia por la singularidad, la diferenciación, la autenticidad y los espacios no degradados desde el punto de vista ambiental.

Nuestro país no es ajeno a esta realidad. En este contexto, estamos trabajando para estimular el desarrollo de nuevos destinos. Esto significa, por un lado, aportar a la diversificación de la oferta de productos y el redireccionamiento de flujos turísticos, a través de una planificación descentralizada e integrada. Por otro, permite ampliar la base de nuestra economía, posicionando al Turismo como una de las actividades de mayor crecimiento en nuestro país en los últimos años.

La detección de nuevas oportunidades de desarrollo en el territorio y su posterior fortalecimiento, se realiza bajo un enfoque amplio y con-

textual, donde el Estado participa activamente. Por esta razón, impulsa procesos de desarrollo en destinos emergentes, y no sólo fortalece y consolida aquellos que ya tienen una alta cuota de mercado. Los destinos tienen un rol protagónico a través de sus respectivos organismos de turismo, tanto provinciales como municipales. Estos coordinan el trabajo con otros sectores y se transforman en facilitadores en cada abordaje institucional realizado. De este modo, se procura generar sinergias desde los tres niveles de gobierno y en la especificidad de cada uno, optimizando los recursos existentes.

Es menester comprender que nuestro modelo de desarrollo turístico, entiende a los destinos de manera compleja, en sus aspectos ambientales, socio-culturales, político-institucionales y económicos. En este contexto, entendemos como *destinos emergentes* a aquellos que reúnen características tales como contar con una oferta de atractivos que no está puesta en valor, ni organizada a través de productos turísticos, pero donde los actores locales desean integrarse en el mapa turístico nacional. Se trata de destinos que para consolidarse como una nueva opción, requieren de una gestión turística que planifique las inver-

siones públicas en infraestructura y servicios básicos, y también inversiones privadas para mejorar la prestación de servicios turísticos locales.

Para generar el desarrollo de estos destinos, trabajamos con diferentes herramientas inductoras del desarrollo, entre ellas el Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes (PROFODE). Su objetivo es procurar el desarrollo endógeno de los destinos turísticos emergentes. Así, los valores que guían nuestro trabajo en el territorio son la inclusión social, el afianzamiento de la identidad local, y el respeto por el patrimonio natural y cultural.

Este proceso implica desarrollar y articular los siguientes abordajes: *fortalecimiento institucional, apoyo a microemprendedores, optimización del sistema de soporte, desarrollo, marketing y promoción de productos.*

El fortalecimiento institucional busca consolidar las capacidades y potenciar las aptitudes del factor humano existente en el destino, a través de acciones de cooperación técnica y capacitación específica para mejorar la autogestión en turismo. También promueve la articulación institucional entre el sector público, privado y actores relevantes para el desarrollo de planes y proyectos turísticos.

El apoyo a microemprendedores permite revitalizar e impulsar ideas y proyectos existentes en el haber de las comunidades locales. Se realiza a través del asesoramiento en formulación de proyectos de inversión y/o en la búsqueda de líneas de financiamiento y subsidios adecuados para cada caso. Por otro lado, promueve el desarrollo de instancias asociativas que permitan consolidar las ofertas existentes, mejorar la calidad en la prestación de los servicios y su comercialización, y poner en valor la producción de artesanías y de productos regionales con fuerte identidad local.

Las mejoras del sistema de soporte tienen

como objetivo identificar y gestionar inversiones públicas estratégicas que contribuyan a la puesta en valor de los atractivos principales, unidades de información turística de los municipios, señalética turística e instalaciones de uso turístico. En caso de ser necesario, también se incentiva al empresario local a adecuar el equipamiento existente a los nuevos requerimientos de la demanda.

Los abordajes en materia de desarrollo, marketing y promoción de productos articulan procesos para la mejora de la oferta comercial exis-

tente y a la conceptualización y diseño de nuevos productos. Este trabajo se realiza en base a los segmentos identificados de la demanda turística del destino, contribuyendo a la diversificación de la oferta turística de la Argentina.

Mediante lo expuesto, queda demostrado que trabajamos desde una concepción integral, a fin de facilitar la innovación y el fortalecimiento de los destinos emergentes, entendiéndolos como oportunidades de desarrollo turístico que contribuyen a diversificar la matriz productiva a escala local.

Año	Componentes del Espacio Turístico	Provincia	Municipios
2004-2005	Area Quebrada de Humahuaca	Jujuy	Humahuaca, Uquía, Huacalera, Tilcara, Maimará, Hornillos, Purmamarca, Tumbaya, Volcán, León, Yala, San Salvador de Jujuy
2006-2007	Area Rodeo - Jáchal, Area Talamapaya - Ischigualasto, Corredor Rodeo - Valle Fértil	La Rioja, San Juan	Chilecito, Villa Unión, Pagancillo, Patquía (La Rioja); San Agustín del Valle Fértil, Usno, Balde del Rosario, Baldecitos, Huaco, Jáchal, Rodeo (San Juan)
2007-2008	Area Corazón de la Isla	Tierra del Fuego	Tolhuin
2007-2008	Puerta Corrientes - Resistencia	Chaco	Isla del Cerrito
2008-2010	Area Mar Chiquita	Córdoba	Balnearia, La Para, Marull, Miramar
2009-2011	Corredor de la Puna	Salta	Campo Quijano, Santa Rosa de Tastil, San Antonio de los Cobres, Tolar Grande
2009-2011	Corredor Neuquén Norte	Neuquén	Andacollo, Huinganco, Las Ovejas, Manzano Amargo, Varvarco
2011-2013	Corredor RN 40	Chubut	Río Pico, Corcovado, Carrenteufú, Atilio Viglione
2011-2013	Area Valle de Uco	Mendoza	San Carlos, Tupungato, Tunuyán
2011-2013	Corredor del Uruguay	Entre Ríos	Pueblo Liebig y Ubajay
2011-2013	Corredor de la Costa Patagónica Sur	Santa Cruz	Puerto Deseado, Jaramillo, Fitz Roy

### 3.4. Innovación en productos turísticos como macroestrategia de diferenciación.

**En nuestro país, durante muchos años, los análisis y propuestas de productos turísticos, tanto desde el sector público como el privado, estuvieron signados por un desarrollo espontáneo, en su mayoría. Afortunadamente, esta tendencia se ha comenzado a modificar. Hoy comprendemos la importancia que tiene planificar adecuadamente las instancias de desarrollo, promoción y comercialización, donde se contemple la totalidad del macro-proceso de construcción de productos turísticos, que convoca a todos los actores del sector.**

Durante el proceso de construcción del PFETS en el 2004, reflexionamos sobre la diversidad de recursos que posee nuestro país y cómo funcionan como atributo diferenciador frente a otros destinos turísticos. Sobre esta base, realizamos un esfuerzo de síntesis sobre la variedad de productos detectados en las regiones. Arribamos a 11 macro-productos (11 Maravillas) con el fin de innovar en los aspectos comunicacionales para reflejar las grandes singularidades de Argentina. Entre los productos destacados, se encontraban: sol y playa, turismo activo, turismo cultural, turismo científico, turismo salud, turismo de deportes y turismo de interés especial. Comprendimos que nuestro país ofrece un contexto ideal para la innovación en productos turísticos como estrategia de diferenciación, con destinos y productos que tienen factores que los hacen únicos, diferentes y poseedores de una identidad particular.

Comenzar a operativizar el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable significó un esfuerzo para ofrecer alternativas a las modalidades tradicionales que, hasta el momento, organizaban la oferta existente. Entendimos que

el trabajo tendría que estar signado por la identidad y los valores de las comunidades con vocación turística y por la singularidad del patrimonio natural y cultural, contemplando factores como la evolución y las características de la demanda turística, la diversificación de los gustos, necesidades y deseos de nuevas experiencias.

La decisión de innovar en el desarrollo de productos turísticos se sustenta, en parte, en la investigación permanente que realizamos en torno al concepto de producto turístico como macro-proceso, en el cual los distintos componentes actúan de modo sinérgico generando un círculo virtuoso de mejora continua. Este enfoque nos ayuda a comprender cómo evoluciona, ya que (la diferencia de otros productos fruto de las actividades del hombre) tiene características complejas. Un producto turístico se construye a partir de la participación de los visitantes en un contexto de interdependencia, en el que se combinan diversos servicios asociados a atractivos, participando un sinnúmero de actores y muchas veces, involucrando otros destinos.

La relación destino-productos-mercados y la interrelación de los actores implicados (visitan-

tes, agencias de viaje, hoteles, tour operadores, oficinas de información, etc.), suman complejidad al tratamiento, conceptualización, caracterización, desarrollo, normalización, promoción y comercialización de los productos turísticos.

Por ello, hemos impulsado distintos procesos

de innovación, facilitando el marco de desarrollo para cada producto priorizado. Trabajamos desde un enfoque intersectorial, consensuando estrategias de articulación institucional y ejecutando acciones de fortalecimiento destinadas tanto al sector público como al privado, en las distintas

regiones turísticas del país.

Atendiendo el rol que tiene el Estado en esta construcción colectiva, desde el Ministerio de Turismo de la Nación hemos abordado el trabajo a partir de diversas instancias, que no son lineales necesariamente:

ABORDAJE	OBJETIVO	FINALIDAD
Conceptualización	Delimitar el alcance de cada producto de manera coherente, con un modelo de desarrollo con inclusión.	Generar el marco de referencia para la comprensión, diseño y desarrollo del producto.
Caracterización de la demanda	Conocer percepciones, beneficios esperados y razones para creer en las promesas que los productos encierran, como forma de caracterizar las demandas reales y potenciales.	Diseñar productos conforme las preferencias de las demandas sin afectar los valores identitarios y territoriales de los destinos desde los cuales se ofrecen.
Caracterización de la oferta	Conocer la cadena de valor, los actores intervinientes y los vínculos de coherencia entre la demanda y la oferta.	Obtener conocimiento de las fuerzas existentes y de las carencias sustanciales que viabilicen la generación de productos competitivos.
Generación y/o fortalecimiento de la red de actores	Sensibilizar, capacitar, facilitar, coordinar y articular con los actores involucrados en el diseño y estructuración de los productos.	Lograr consenso de estrategias, roles y prioridades de actuación para el corto, mediano y largo plazo.
Planificación del producto	Diseñar planes de acción razonables y posibles de conformidad con el modelo y las oportunidades.	Estructurar productos turísticos con capacidad de generar mercados (encuentro de ofertas y demandas).
Inversiones para la mejora continua de la oferta	Sostener el valor y los beneficios de los productos frente a cambios del entorno y/o de las demandas.	Coadyuvar a la creatividad, innovación y desarrollo de los productos.
Gestión de la calidad turística	Desarrollar, divulgar y acompañar procesos de implementación de estándares de calidad, que permitan la cualificación de los productos en todos sus niveles de madurez (consolidados, a consolidar, a desarrollar).	Apoyar la normalización de los procesos que llevan a la generación y el mantenimiento de productos competitivos.
Promoción Nacional	Divulgar en el mercado interno la capacidad de beneficios y experiencias de productos turísticos mediante ejes comunicacionales acordes a los diferentes segmentos y nichos, y al conocimiento que se posea de los mismos.	Impulsar el turismo interno.
Promoción Internacional	Promocionar productos turísticos en mercados internacionales, en torno a ejes comunicacionales acordes a los diferentes segmentos y nichos, y al conocimiento que se posea de los mismos.	Impulsar el turismo receptivo.
Comercialización	Apoyar a los sectores y canales que realizan la comercialización directa e indirecta de los productos.	Lograr la presencia efectiva de turistas en situación de consumo de las ofertas, en función del criterio de diversificación de productos y destinos de Argentina, apuntando a una distribución equitativa de los beneficios económicos generados.
Evaluación y ajuste	Evaluar el grado de avance respecto de los logros planificados para cada producto.	Recursividad pro activa.

Fuente: DDO, SSDT, MINTUR



Esteros del Iberá, devolución del dorado. Foto: Ministerio de Turismo.

El abordaje definido para este macro-proceso de construcción de productos turísticos permite, en primer lugar, esclarecer el marco conceptual que encuadra el trabajo. El mismo busca impulsar la introducción y creación de soluciones originales a las necesidades existentes en los espacios turísticos priorizados en relación con sus atractivos, población local e infraestructura básica. Esto constituye las bases para las restantes instancias de este proceso hasta la fase de comercialización de los servicios turísticos en distintos mercados.

Los productos turísticos abordados desde este enfoque, re-significan la planificación estratégica, favoreciendo un tratamiento amplio del territorio. Además, este abordaje posibilita la articulación de actores aparentemente dispersos, en pos de aunar criterios de trabajo para el desarrollo de productos turísticos y sus correspondientes prestaciones de servicios. El esfuerzo "cooperado" genera mayor sinergia en la "tracción" sobre la demanda, que desde su trabajo individual y aislado.

Partiendo de este marco conceptual, estamos llevando a cabo acciones para el desarrollo de nuevos productos y diseñando líneas de actuación innovadoras. Las mismas se sustentan en investigaciones permanentes, tanto sobre los procesos de construcción de ofertas como también de las conductas, dimensionamiento y tendencias de las demandas y contemplando, además, la reorientación de productos tradicionales para mejorar su competitividad.

La nueva mirada sobre la forma, contenidos y denominación de los productos turísticos nos ha llevado a reflexionar sobre los modelos de articulación territorial, entendiendo que los flujos de ofertas y demandas conllevan, muchas veces, la necesidad de actuaciones interjurisdiccionales, en procesos que involucran a más de un destino.

Al respecto, entre los productos trabajados en el periodo 2005-2010 se encuentran:

PRODUCTO / MODALIDAD	PRINCIPALES ACCIONES E INNOVACIONES RELATIVAS AL PRODUCTO	ACTORES
<b>Observación de aves</b>	Dossier para agentes de viajes, Convenio Marco MINTUR – Aves Argentinas, material promocional de observación de aves en Argentina (bilingüe), instalación de miradores y equipamiento en Parques Nacionales, participación en British Birdwatching Fair - Birdfair y la Feria de Aves de Sudamérica.	AAAVyT, CFT, Aves Argentinas, INPROTUR, red de referentes (La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego).
<b>Turismo de la Fe</b>	Edición de material promocional, creación de la Comisión de la Fe, participación en el Congreso Internacional de Turismo Sustentable, Primer Festival del Espíritu, V Congreso Internacional de Turismo Religioso y Sustentable.	Red de referentes provinciales del producto: Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán, San Juan, Mendoza, Entre Ríos, Misiones, Córdoba, Neuquén y CABA; AAAVyT, AVIABUE.
<b>Turismo Rural Comunitario</b>	Encuentro Regional y Nacional de Turismo Rural Comunitario, talleres de capacitación, elaboración de material promocional.	Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC).
<b>Senderos de Argentina</b>	Diseño y desarrollo del Proyecto Huella Andina (610km), Manual de Senderos de Argentina.	MINTUR, APN (PN Lanín, Nahuel Huapi, Lago Puelo y Los Alerces), autoridades provinciales de Turismo (Neuquén, Río Negro, Chubut), comunidades locales.
<b>Turismo Idiomático</b>	Directorio de Oferta de Turismo Idiomático organizado por regiones, participación en Expolenguas y Culturas, FIT (Ciudad de Buenos Aires), Expobelta, CIEE y Salón del Estudiante (Brasil), Expolingua (Alemania), Congreso Internacional del Español como valor turístico, cultural y económico (España), NAFSA (EE.UU.).	MINTUR, Red de Referentes Técnicos Provinciales (Córdoba, Santa Fe, Ciudad y Pcia. de Buenos Aires, Mendoza, Catamarca, Jujuy, La Pampa, Neuquén y Chubut). Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Ministerio de Educación, Consorcio CELU, INPROTUR. Sector Privado: Asociación Argentina de Centros de Español Lengua Extranjera, Asociación de Centros de Idiomas, Asociación Argentina de Docentes de Español, Cámara Argentina de Hostels y Cámara Argentina de Turismo.
<b>Turismo Salud</b>	Presentación en: 1º Congreso Iberoamericano "Turismo y Especialización" (Rosario), Jornada "Realidades y Potencialidades del Termalismo en la Argentina" (Buenos Aires, 2005), "Foro Internacional de Turismo Termal, Termatalia" (España), elaboración de material de promoción, Directrices de Calidad del Producto Termas (Dirección Nacional de Gestión para la Calidad Turística), asistencia técnica a Tapalqué (Bs. As.).	Red de referentes técnicos provinciales de turismo termal (Buenos Aires, Córdoba, La Rioja, Mendoza, San Juan, San Luis, Chaco, Entre Ríos, Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero, Tucumán, Chubut, La Pampa, Neuquén y Santa Cruz).
<b>TERRA: Turismo en espacios rurales República Argentina</b>	Conceptualización del turismo en espacios rurales. Ajustes al Directorio de oferta de turismo en espacios rurales. Inventario nacional de Pueblos Rurales. Agrupamientos del turismo en espacios rurales. Investigaciones de demanda potencial.	MINTUR Referentes provinciales vinculados con turismo en espacios rurales. INPROTUR PRONATUR

Fuente: DDO, SSDT, MINTUR



## Los Fundamentos

# INCLUSION CON EQUIDAD

De esta manera, desde el Ministerio de Turismo hemos impulsado procesos innovadores que faciliten la generación de marcos referenciales para el desarrollo de productos turísticos:

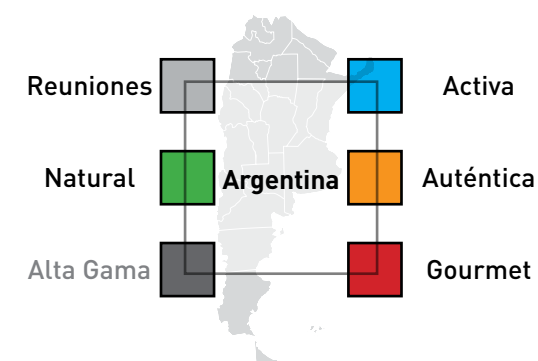
EJES PARA EL DESARROLLO	PRINCIPALES MODALIDADES	PRINCIPALES TIPOLOGÍAS
Oferta y flujos vinculados a los espacios urbanos.	Turismo urbano Turismo cultural Turismo educativo Turismo de deporte	Turismo histórico, turismo de compras, espectáculos, Turismo gourmet, LGBT, golf.
Oferta y flujos vinculados a los espacios rurales y naturales.	Turismo en espacios rurales Turismo en la naturaleza Turismo activo Nieve Turismo del vino Turismo de deporte Ecoturismo	Parques Nacionales, sitios de patrimonio mundial, turismo rural comunitario, agroturismo, estancias, pueblos rurales, senderismo de Argentina, observación de aves, avistaje de fauna, pesca deportiva, esquí, polo, golf.
Oferta y flujos vinculados a manifestaciones culturales.	Turismo cultural Turismo gastronómico Turismo del vino Turismo en espacios rurales Turismo educativo Turismo de la fe	Tango, turismo rural comunitario, sitios de patrimonio mundial, turismo histórico, espectáculos, turismo idiomático, viajes de estudio, estudios de grado y posgrado, fiestas y festividades populares, santuarios y peregrinaciones.
Oferta y flujos vinculados al bienestar.	Turismo de bienestar	Turismo termal, relax y spa, turismo médico.
Oferta y flujos vinculados a convenciones y encuentros temáticos.	Turismo de reuniones	Congresos, convenciones, ferias y exposiciones.
Oferta y flujos vinculados a los desplazamientos marítimos y fluviales.	Turismo de cruceros	Cruceros, travesías.
Oferta y flujos vinculados al agua y el sol.	Turismo de Sol y playa	Playas, río y lagunas.
Oferta y flujos vinculados a intereses especiales.	Turismo científico Alta Gama Turismo de deporte	Ruta 40, turismo de incentivos, trenes turísticos, cruceros, eventos temáticos.

Fuente: DDO, SSDT, MINTUR

Asimismo, junto con el Ministerio de Turismo, el **INPROTUR** coadyuva a la innovación, a través de ejes comunicacionales tanto para el turismo receptivo como para el interno. El **INPROTUR** innova en la comunicación turística con la *adjetivación del destino Argentina*.

La idea conceptual de la nueva campaña “Argentina - Late Con Vos” es que el corazón del turista late tanto al imaginar los paisajes, la cultura y los rincones argentinos, como al recordarlos. Esta dinámica le otorga al turista un rol potencial más activo, lo involucra de forma directa y extiende su experiencia de viajar al mismo momento de la toma de decisión, por lo que deja de ser un turista potencial y se convierte en un turista real.

El otro concepto comunicacional que utiliza la campaña, son los cinco nuevos ejes comunicacionales (*Argentina Gourmet, Argentina Auténtica, Argentina Natural, Argentina Activa y Argentina Reuniones*) que engloban los principales atractivos del país y que seducen al turista a través de productos turísticos (*Ruta del Vino, Turismo Cultural, Turismo de Aventura, etc.*).



### Ejes comunicacionales

EJES TEMATICOS	PRODUCTOS
Argentina Gourmet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ruta del Vino</li> <li>Gastronomía</li> </ul>
Argentina Auténtica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turismo Cultural               <ul style="list-style-type: none"> <li>Gastronomía típica</li> <li>Turismo Religioso</li> <li>Fiestas y Festividades</li> <li>Turismo Comunitario</li> <li>Festivales</li> </ul> </li> <li>Turismo Educativo               <ul style="list-style-type: none"> <li>Idiomático</li> <li>Cursos de Grado y Posgrado</li> </ul> </li> <li>Turismo de Bienestar               <ul style="list-style-type: none"> <li>Turismo de Salud</li> <li>Relax y Spa</li> <li>Termas</li> </ul> </li> <li>Turismo Rural: Pueblos y Estancias</li> <li>Polo</li> <li>Cruceros y Navegaciones</li> <li>Patrimonios de la Humanidad</li> <li>Turismo Urbano               <ul style="list-style-type: none"> <li>Tango</li> <li>Fútbol</li> <li>Diseño</li> </ul> </li> </ul>
Argentina Natural	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turismo de Naturaleza               <ul style="list-style-type: none"> <li>Parques Nacionales</li> <li>Senderismos</li> </ul> </li> <li>Avistajes               <ul style="list-style-type: none"> <li>Flora y Fauna</li> <li>Observación de Aves</li> </ul> </li> </ul>
Argentina Activa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turismo de Aventura</li> <li>Pesca Deportiva</li> <li>Golf</li> <li>Nieve</li> <li>Ruta 40</li> <li>Trenes</li> </ul>
Argentina Reuniones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eventos / Incentivos</li> <li>Reuniones / Urbano</li> </ul>

### PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES.

Como parte del proceso de formulación de los Informes Estratégicos Regionales que se realizaron en el marco de la Red de Articulación Federal del **PFETS**, trabajamos en la definición de los **Productos Integradores Regionales (PIR)**. Los PIR se han elaborado a partir de la identificación de conectores entre los diferentes componentes del espacio turístico, atractivos, actividades y servicios, agrupados de manera que dieron origen a una oferta integrada regional de productos turísticos. Este portafolio de Productos Integradores Regionales surgió del análisis del Mapa de Oportunidades actualizado y de los productos con los que se cuenta en la actualidad, tanto a nivel provincial como regional.

Cabe destacar que la formulación de Productos Integradores Regionales resulta una clara innovación en el abordaje del diseño de productos en escala regional, innovación que apunta a facilitar la elaboración de estrategias de mediano plazo, optimizando los recursos y alineando las voluntades provinciales. Permite, además, integrar una visión compartida por el conjunto de las provincias involucradas, enfocando la ejecución de los programas y proyectos en un eje concreto de integración regional.

Por otra parte, resulta conveniente la implementación de este tipo de productos, dado que facilita la identificación de los escenarios prioritarios de inversión y, además, la promoción de los mismos a través de un marketing integrado que optimiza recursos.

Estos productos, que han sido elaborados sobre la base de las características propias de cada región, presentan enfoques y escalas diferenciales que indican una gran heterogeneidad en la conceptualización de los mismos.



## Los Fundamentos

# INCLUSION CON EQUIDAD

Hemos observado que cada una de las regiones posee su propia *“personalidad”* en materia turística, que se ve reflejada en la formulación de sus productos.

En este sentido, consideramos necesario aunar criterios a nivel federal, a los efectos de homogeneizar el entendimiento y la formulación de los productos turísticos. Entendemos que éste debe ser el camino a recorrer para consolidar una oferta nacional de productos turísticos.

### Los fundamentos trascendentes de los Productos Integradores Regionales.

Los PIR son el principal vector de direccionamiento estratégico, articulador organizacional de las acciones comunes e instrumentos de negociación política intra y extra regional. Es fundamental en una región turística, trabajar sobre productos turísticos integradores que involucren y comprometan en el territorio a las cadenas de valor, tomando en cuenta la complementariedad y la potenciación de las competencias genuinas que involucra la gestión.

Este diseño se apoya en la integración y en el trabajo mancomunado de diferentes instituciones y de territorios provinciales en una creación conjunta, manteniendo la propia identidad cultural de cada una de las provincias que componen la región.

Esto conlleva al fortalecimiento de instituciones trascendentes para el diseño en su actuación, como son los gobiernos locales implicados dentro de los productos integradores a ofrecer.

Estos nuevos sujetos de la realidad social, cultural y productiva, requieren el involucramiento de las comunas en una forma asociativa de intereses compartidos. Deben atender al desarrollo de proyectos, la gestión del financiamiento, la movilización y reorientación

de los recursos locales y la asunción de roles no tradicionales de gestores del territorio común, convirtiendo a este modelo en una nueva experiencia en cuanto a las alternativas de organización y al desarrollo de modelos de planeamiento estratégico participativo con responsabilidad social.

El trade, como corazón estratégico y motor de desarrollo del turismo en la región, cobra relevante importancia en el diseño y en las capacidades de inversión reales y potenciales

que conlleven al impacto económico y social dentro del producto integrador.

La corrección de las disparidades territoriales debe basarse en el diseño de las acciones que tiendan a que las comunidades locales se integren en proyectos asociativos, para mejorar, a mediano plazo, la competitividad de sus sistemas productivos y la oferta local ante los cambios operados en la demanda, el aumento de la competencia y la aparición de nuevas tecnologías.



Monte Zeballos - Santa Cruz. Foto: Florian von der Fecht.

Cada territorio cuenta con un patrimonio de recursos humanos, naturales y culturales, sociales y económicos, de infraestructuras y conocimientos tecnológicos, que constituyen las herramientas básicas de su potencial de desarrollo. Los cambios que deben operarse deberán mejorar el valor social y la oferta de los recursos existentes.

Para que el turismo se convierta en una estrategia beneficiosa para una comunidad, debe garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de la población residente y la protección del ambiente. Esta protección debe generarse como un proceso, en el que el manejo de los recursos, la orientación de las inversiones y el cambio tecnológico e institucional, se diseñen ajustándose a las necesidades actuales y a las futuras.

A efectos de alcanzar estos objetivos, el Estado debe establecer políticas, normas e incentivos, para poner en valor y preservar los recursos naturales y culturales, mientras que la comunidad local debe comprometerse en proporcionar los servicios, los productos y la interacción cultural que estructuran el sistema de ofertas turísticas de carácter local, siguiendo las premisas del **PFETS**.

Para ilustrar este proceso de trabajo con los Productos Integradores Regionales se incluye en el Anexo del presente documento, una descripción de las líneas de productos identificados en los trabajos regionales.



Caminito, la Boca. Foto: Ministerio de Turismo.

### 3.5. La Calidad y la mejora continua de los procesos que integran la cadena de valor en turismo.

**Es prioritario optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas, a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.**

El turismo, como actividad económica transversal con alto impacto en el desarrollo económico del escenario internacional, requiere constante innovación para generar una oferta atractiva como destino y así un mejor posicionamiento en el mercado regional y mundial.

La gestión de la Calidad como uno de los principios rectores de la Ley Nacional de Turismo, expresa el mandato y la preferencia por promover su implementación entre todos los actores del sistema turístico nacional, en pos de su desarrollo integral.

En el transcurso de los últimos años, el sector turismo ha experimentado un considerable crecimiento debido a factores socioeconómicos favorables, como así también gracias a cambios en los hábitos de los turistas. Ser parte del paisaje, poder sentirlo y admirarlo, se transforma en un acontecimiento único e inolvidable, beneficiado por la permanente innovación tecnológica y el mayor involucramiento de las comunidades locales en la planificación y desarrollo de servicios y productos turísticos, tanto tradicionales como emergentes.

En este sentido, es necesario contribuir a mejorar el modelo tradicional de gestión, adaptándolo a esta nueva realidad, facilitando la adopción de nuevos desafíos y modelos

de gestión integral del turismo. Con la participación, cooperación y colaboración entre las organizaciones públicas responsables y el sector privado, en pos de ampliar la oferta de servicios y productos de calidad. Tomando esto último como el objetivo estratégico a lograr, estableciendo compromisos de calidad de destino, para así generar un atractor competitivo.

Desde el Ministerio de Turismo perseguimos el objetivo de que resulta imprescindible gestionar con calidad, facilitar las herramientas necesarias en la búsqueda de la preservación del ambiente natural, la identidad cultural, el ambiente natural, la inclusión social y el patrimonio, para lograr un desarrollo sustentable.

En este sentido, desde el MINTUR hemos diseñado el Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT), que está compuesto por un conjunto de instrumentos operativos cuyo objetivo primordial es el de promover la cultura de la calidad y la mejora continua entre todos los actores que conforman el sector turístico, consolidando y fortaleciendo la oferta turística nacional.

Asimismo, el sector considera vital la calidad como eje para mejorar la actividad turística, resaltando la importancia de contar con

herramientas de gestión de calidad consensuadas entre todos los actores representantes de la actividad económica, integrados en una Red de prestadores distinguidos por el Ministerio de Turismo. Este es un método de trabajo por el cual se asegura la conformidad de los productos y servicios con los requisitos especificados por los turistas actuales, y se organizan y se optimizan recursos en pos de elevar la competitividad.

La implementación del Sistema Argentino de Calidad Turística consiste en la aplicación de aquellas herramientas modernas de gestión, enfocadas a la satisfacción del cliente y a la mejora continua de los procesos que los organismos, las organizaciones y las empresas llevan a cabo en el marco de la producción de bienes y servicios, mediante el asesoramiento y acompañamiento para potenciar la adopción del mismo.

Si tenemos en cuenta que la creciente demanda relacionada con los estándares en seguridad excede el mero requerimiento de protección de los daños físicos y materiales, es necesario gestionar los riesgos turísticos de una manera integral.

Hemos comprobado que, cada vez más, la seguridad y la gestión del riesgo van dejando de ser materia reservada a los aparatos de control social formal para constituirse en eje vertebrador de un trabajo interdisciplinario, abierto a multitud de campos del conocimiento y a diferentes agentes sociales. Es decir, no buscamos únicamente reaccionar de manera adecuada frente a la concreción de los múltiples riesgos existentes, sino prevenir que éstos ocurran y lograr un cambio paradigmático en la cultura organizacional. De esta manera, podremos generar planes de autoprotección locales, coordinados interjurisdiccionalmente.

#### GENERAR VALOR E INNOVACION A TRAVES DEL CONOCIMIENTO.

El abordaje de la actividad turística en este contexto, requiere de recursos humanos altamente calificados para la demanda que presentan tanto el sector público como el privado y, de este modo, asegurar la mejora continua de nuestra actividad. La educación, la formación y la capacitación permanente resultan relevantes porque contribuyen a la profesionalización del sector turístico argentino.

En pos de tal objetivo, es nuestro menester trabajar de manera coordinada con los organismos provinciales de turismo y sus áreas técnicas de capacitación, con el fin de generar una oferta flexible, dinámica y ajustada a las necesidades de cada uno de los destinos.

Por lo tanto, el diseño y la implementación de estrategias para la generación de redes de gestión del conocimiento y cooperación a nivel nacional e internacional, así como el desarrollo de programas que favorezcan la integración de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en el marco de la cultura digital, ponen en valor el desarrollo integral y la calidad en la gestión del destino.

El diseño de proyectos transversales que contengan la planificación y ejecución de actividades cuyos ejes centrales sean la calidad, el desarrollo, la promoción y la búsqueda de información sobre oferta educativa, competencias laborales y demanda existente para los recursos humanos, asegurarán la sustentabilidad de la actividad.

#### INSTRUMENTAR NORMATIVAS DE PROCEDIMIENTOS EFICACES TENDIENTES A LA PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL TURISTA.

Proteger a los turistas, además de ser un mandato, es un objetivo estratégico para asegurar los niveles de competitividad alcanzados. La calidad de la prestación de servicio como factor de eficiencia particular, ejerce una influencia significativa sobre la realización de los objetivos estratégicos, y por ende, de todas las acciones tendientes a la protección del turista.

En esa línea de trabajo, el mantenimiento y actualización permanente del Registro de Agencias de Viajes permite establecer estrategias integrales de actuación para el sector privado, que a su vez redundan en claros beneficios para los usuarios.

Las actividades cotidianas de fiscalización resultan ser las herramientas idóneas para mantener el control de la calidad de la oferta, logrando un incremento en los niveles de cumplimiento de la normativa vigente, y generando una clara sensación de presencia reguladora estatal en el sector.

Finalmente, la interacción sistemática entre administrados y administrador, permite la mejora del plexo normativo imperante, como así también la desburocratización de los trámites administrativos fijados para el sector, todo lo cual redundará en mejoras de la calidad de la oferta para los turistas.



Entrega de placa de certificación Norma IRAM - SECTUR 2014. Foto: Ministerio de Turismo.



3

Los Fundamentos

INCLUSION  
CON EQUIDAD



### 3.6. Responsabilidad sectorial en el contexto social y cultural.

**Este capítulo pretende dar cuenta de algunas iniciativas y actuaciones en materia de gestión turística en las que se enfatiza en la responsabilidad que el sector asume dentro del contexto social y cultural en que se desenvuelve. Dichas iniciativas son centrales para la gestión, y en tal carácter se disponen permanentes esfuerzos y recursos del Ministerio de Turismo de la Nación para abordar su atención con dedicación y compromiso comunitario.**

#### UN TURISMO INCLUSIVO: ACCESIBILIDAD.

La Ley Nacional de Turismo considera a la "accesibilidad" como uno de sus principios rectores, promoviendo "la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades".

Un desarrollo turístico inclusivo debe considerar, de forma prioritaria, que todas las actividades enmarcadas en el turismo sean accesibles e integren a todas las personas. En particular, deberá tener en cuenta a aquellas con necesidades especiales, limitaciones motoras y/o sensoriales temporarias y adultos mayores, a fin de que todos puedan ejercer el derecho de desplazarse y disfrutar de las posibilidades que ofrecen los destinos turísticos del país.

Siguiendo esta premisa fundamental para el desarrollo turístico, durante estos años hemos trabajado para que se incluya la accesibilidad en todos los programas y proyectos que se impulsan desde el Ministerio de Turismo. Al mismo tiempo, hemos realizado un importante trabajo para fomentar la mayor comprensión de esta temática y para propulsar la adopción de buenas prácticas como,

por ejemplo, las directrices y el manual de accesibilidad en alojamientos turísticos y las directrices de servicios turísticos.

Hemos realizado esta tarea para, por un lado, dar cumplimiento al principio rector de la Ley Nacional de Turismo y, además, para seguir los lineamientos internacionales que, desde hace años, dan cuenta de la necesidad prioritaria de tomar conciencia sobre el concepto de accesibilidad en el turismo<sup>1</sup>.

El sector turístico está coordinando esfuerzos en pos de alcanzar este objetivo. Desde el Ministerio de Turismo de la Nación y junto con la Comisión Nacional de Discapacidad, brindamos apoyo a proyectos de turismo accesible en municipios, permitiendo la integración de personas con necesidades diferentes al uso de las instalaciones y el equipamiento turístico. Asimismo, estos años hemos trabajado con el Servicio Nacional de Rehabilitación, la Fundación FUARPE y la Asociación de Becarios de Japón en Argentina (ABJA), entre otros organismos.

En la actualidad, nos encontramos con un sector cada vez más consciente de la importancia de incluir a todos y que está adoptando las medidas necesarias para que nuestro país

tenga productos y destinos con una mejor accesibilidad turística.

#### RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA.

En el documento base del PFETS el sector turístico asumió como propios valores como el arraigo, la responsabilidad política, el respeto mutuo, el compromiso con el país, la conciencia nacional, la participación y la solidaridad. En este sentido, el Proyecto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) se esgrime como una iniciativa para difundir y apoyar proyectos que desarrollen las potencialidades de las personas, promoviendo un modelo de gestión respetuoso de la dignidad de todos los involucrados en la vida empresarial del sector.

El sector turístico comprendió que variables como la responsabilidad y la ética se han tornado significativas para actuar bajo un modelo de desarrollo turístico con inclusión. En el contexto actual, trabajar acorde a los principios de la Responsabilidad Social Empresaria representa el camino hacia la sustentabilidad tanto económica como social y ambiental de las organizaciones. Como dice el Dr. Bernardo Kliksberg, "la RSE vino para quedarse" y se ha constituido en un factor clave de competitividad. En el futuro, aquellas empresas que la adopten como una de las premisas de su quehacer cotidiano, tendrán un mejor posicionamiento frente a quienes no lo hagan.

Pensar bajo este enfoque implica reconocer que toda actividad realizada por las empresas genera un impacto hacia el entorno en el cual se desempeña. Por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como concepto, nos permite generar un espacio de reflexión sobre la ineludible relación de la empresa con

su entorno. La RSE incita a las organizaciones privadas a considerar seriamente aquello que producen y, sobre todo, el modo en que lo hacen. Propone pensar y organizar los esfuerzos necesarios para transformar las empresas del sector en empresas sustentables<sup>2</sup>.

Reconociendo el papel que debe asumir el Estado como fuerza impulsora del desarrollo, desde el Ministerio de Turismo gestionamos el Proyecto de RSE, cuyo objetivo prioritario es promover entre las empresas del sector turístico la práctica e internalización de sus principios. Buscamos aportar herramientas para una mejor articulación de las acciones en el desarrollo de proyectos turísticos responsables, que asocien al Estado, las empresas y la sociedad civil. En este sentido, se hace necesaria una apertura hacia el diálogo social como base para incentivar la aplicación de buenas prácticas en el sector, a fin de reforzar la tendencia de la gestión empresarial hacia la Responsabilidad Social.

Buscamos crear un ámbito de reflexión y discusión de los temas relevantes sobre los cuales hace foco la idea de la sustentabilidad. Por ejemplo, uno de los aspectos más importantes es la promoción del trabajo decente, ya que el sector cuenta con un gran potencial para crear puestos de trabajo de calidad en los destinos. El fin es garantizar la seguridad laboral, la igualdad y la dignidad humana, a través de la introducción o la aplicación de mejoras de las condiciones de trabajo.

La gestión empresarial sustentable impulsa a las empresas a desarrollar acciones y definir el rumbo a seguir, en un marco de coherencia interna. De esta manera, se convierte en el inductor principal para materializar su aporte a la sustentabilidad del sector en las comunidades del país. Otro de los aspectos de la sustentabilidad es el cuidado del ambiente,

cuyo abordaje necesita del involucramiento de todos los actores de la actividad (empresas, empleados, clientes, proveedores, comunidad y Estado), dada la incidencia que tiene la actividad turística en el entorno en el que se desarrolla.

Como contraparte de la coherencia interna, visualizamos la importancia de gestar una relación transparente entre la empresa turística y sus vínculos externos, clientes y proveedores, con el objetivo de brindar servicios de calidad, con información completa y veraz a los consumidores. De este modo, se vuelve necesario priorizar el establecimiento de relaciones con aquellos proveedores que desempeñen una gestión responsable. Esta nueva ética empresarial se convierte en el cimiento indispensable sobre el cual trabajar todos los puntos anteriormente mencionados.

Frente a los nuevos cambios y desafíos que enfrenta el sector del turismo, así como sus efectos en el empleo, el desarrollo del factor humano y las relaciones de trabajo, pretendemos crear un ámbito adecuado para la concientización, sensibilización y reflexión de las empresas turísticas, a fin de promover un turismo responsable. Bajo el prisma de la RSE, la relación del Estado y las empresas tiende a re-significarse a fin de coordinar acciones conjuntas para mejorar la prestación de los servicios turísticos, las condiciones en el trabajo, la calificación de los empleados y coadyuvar al mismo tiempo al desarrollo de las comunidades turísticas.

1. Congreso Internacional para la Supresión de Barreras Arquitectónicas, Suiza, 1963; Declaración de Manila, OMT, 1980

2. Aquellas que no generan impactos negativos al medio ambiente, la comunidad, la sociedad y al resto de sus partes interesadas.



# 3

## Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD

### TURISMO RESPONSABLE.

Entre las decisiones estratégicas del sector, enmarcadas en el desarrollo sustentable, se destaca la de promover prácticas de turismo responsable. Esta es una tendencia en crecimiento, tanto a nivel mundial como en el contexto de nuestro país.

El adjetivo *“responsable”*, a diferencia de otros calificativos que acompañan comúnmente a la palabra Turismo, no hace referencia a un tipo de turismo en particular con una característica definida, sino que define a la actitud con la que las personas u organizaciones se desempeñan en torno a esta actividad. De esta manera, el Turismo Responsable no especifica *“qué”* tipo de turismo se realiza, sino el *“cómo”* se realiza.

El Turismo Responsable considera la manera en que la actividad turística se lleva adelante, y se manifiesta en, entre otros aspectos, el respeto al ambiente, la elección de destinos con perspectivas de desarrollo sustentable, la participación de las comunidades locales en las ganancias generadas por el turismo, el establecimiento de precios justos para los distintos actores involucrados, la contratación de servicios que respeten los valores sociales, culturales y naturales, el respeto de las condiciones laborales y en la transparencia de las relaciones entre todos los actores involucrados.

El Turismo Responsable no constituye una modalidad de turismo sino un enfoque que busca establecer modelos de desarrollo turístico sustentable en los destinos turísticos y una acción fundamentada en la ética, la inclusión y la responsabilidad por parte de todos los agentes involucrados en el Sistema Turístico.

El turista, cada vez con mayor frecuencia, desea establecer una relación más rica con los destinos y sus comunidades locales. Así también, observamos una mayor predisposición de

la demanda a realizar viajes a medida, elegir destinos motivados por las experiencias que les aporten (dimensión vivencial del producto turístico) y seleccionar tanto destinos como empresas y ofertas de productos turísticos que muestren mayor compromiso con el ambiente y las comunidades que visitan.

En nuestro país, a comienzos de 2009, se creó la Red de Turismo Responsable (RTR). La integran miembros del sector hotelero, agencias de viaje, prestadores, organizaciones sociales, medios de comunicación, instituciones educativas y organismos de gobierno. Esta red trabaja en el desarrollo de estrategias para fomentar el turismo responsable entre grandes y pequeñas empresas. Es la primera iniciativa a nivel mundial que ha establecido un sistema de implementación de principios de turismo responsable con una óptica integral, definidos participativa e intersectorialmente. El Código de Ética, surgido de estos principios, cuenta con más de 50 compromisos distribuidos en los siguientes ejes: gobernabilidad, planificación de bienes y servicios, extracción y utilización de materias primas, energía y recursos, compras, residuos, empleo, accesibilidad y formación, información y compromiso con el consumidor.

El turismo es uno de los sectores que genera más impacto social, natural y económico en el entorno en donde se realiza (e incluso fuera de él, antes de su realización). Puede ser generador de desarrollo y representar una herramienta para contribuir a elevar la calidad de vida. Pero también, puede ser sinónimo de destrucción de la comunidad local, sus recursos e incluso sus valores y costumbres. Por eso, es necesario fomentar el Turismo Responsable, como enfoque transversal, y promoverlo a través del involucramiento de todos los sectores: gobierno, empresas, turistas y comunidad anfitriona.

### TURISMO RURAL COMUNITARIO.

El turismo rural comunitario tiene la particularidad de ser gestionado por comunidades de pueblos originarios y campesinas. En un marco de respeto mutuo, comparten con el visitante su organización tradicional, saber y cosmovisión, generando ingresos complementarios (de distribución equitativa) a sus actividades productivas cotidianas.

Nuestro modelo de desarrollo turístico ha impulsado proyectos que incluyen cada vez a más ciudadanos en la matriz productiva que genera el turismo. En este sentido, uno de los proyectos más significativos ha sido el de Turismo Rural Comunitario, que integra a los pueblos originarios y campesinos a la actividad turística. Este producto se caracteriza por la autogestión turística que llevan adelante las comunidades, donde se respeta su organización tradicional, saber y cosmovisión. La motivación se centra en el intercambio cultural y la relación responsable entre lugareños y viajeros. Este enfoque tiene, además, la capacidad de fortalecer el desarrollo participativo de emprendimientos turísticos comunitarios, en el marco de sus propias estrategias, miradas y procesos.

En este marco, se ha gestado y puesto en funcionamiento la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC), que es una iniciativa del Ministerio de Turismo de la Nación. La Red tiene como objetivo contribuir al desarrollo local, mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo. Sustentada en principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural, garantiza el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas. Esta iniciativa también contribuye, de manera significativa, a la gestión de redes regionales, como espacio de contención, construcción colectiva y desarrollo de los emprendimientos comunitarios.

El enfoque que sustenta el trabajo en Turismo Rural Comunitario entiende que el Estado, en sus diferentes niveles, debe tener el rol de facilitador de los procesos que surgen de las comunidades y los sectores populares. También debe ser motivador de oportunidades y administrador de actividades estratégicas, que garanticen mejoras en las condiciones

de vida locales, faciliten el arraigo, la generación de beneficios e ingresos y su distribución equitativa. La propuesta metodológica de trabajo del proyecto, se apoya en la conformación de espacios de construcción colectiva, en donde el Ministerio de Turismo asume un rol de apoyo técnico y coordinación en tanto los procesos avanzan hacia su autogestión.



Hornaditas, Turismo Rural Comunitario. Foto: Ministerio de Turismo.

**TURISMO RESPONSABLE E INFANCIA.**

*“La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia; por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los estados interesados y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero”*

•Código Ético Mundial para el Turismo - 1999

En el Ministerio de Turismo de la Nación, a través del Programa **TURISMO RESPONSABLE E INFANCIA**, trabajamos en la implementación de acciones que protejan y promuevan los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en el ámbito del turismo. También, en pos de prevenir que el Sector Turístico se vea involucrado (directa o indirectamente) en situaciones de vulneración de los derechos o explotación, ya sea laboral o sexual, de niñas, niños y adolescentes.

Asimismo, buscamos generar un Turismo Sustentable y Responsable que asuma el compromiso de la Protección de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, a través de la concientización del Sector Turístico (público y privado), de las comunidades turísticas y de los turistas.

Mediante la gesta de acciones de sensibilización, promovemos que los diferentes actores adopten una nueva forma de ver y entender su quehacer en la sociedad. Brindando un espacio para la reflexión acerca de las consecuencias positivas y negativas que las acciones y decisiones pueden causar en nuestro entorno físico y social, ya sea por acción u omisión. La vulneración de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo, genera que el destino turístico se debilite, dificultando el desarrollo sostenible de la actividad y sufriendo el deterioro

ro socio-cultural de la comunidad receptora, y la del sector turístico todo.

La actividad del Turismo no es responsable de la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (**ESCNNA**), pero puede suceder que al interior de la industria algunos proveedores inescrupulosos sí lo sean. Por esta razón, trabajamos activamente para impedir cualquier tipo de vínculo o participación en la **ESCNNA**. Desde el año 2003, y de acuerdo a la Política Nacional de Infancia, desde el **MINTUR**, abordamos el tratamiento de estos delicados temas. A través de acciones, tanto a nivel nacional como internacional, que tengan como fin definir de la manera más óptima las herramientas que permitan asumir compromisos con el sector turístico y la sociedad.

A partir de entonces, participamos en carácter de miembro, de las reuniones del Grupo de Trabajo para prevenir la Explotación de Niños en el Turismo, que depende de la comisión de Ética de la **OMT**. Anualmente, generamos informes de los avances logrados en esta temática. Asimismo, durante el período 2006-2010 el **MINTUR** ocupó un cargo en la Secretaría Técnica del Grupo.

En el año 2006 se conforma el Grupo de Acción Regional de las Américas (**GARA**), actualmente coordinado por el Ministerio de Turismo de Ecuador. Por medio del grupo, participamos de reuniones y videoconferencias periódicas, que fortalecen la existencia de líneas de acción regional, coherentes con las políticas de defensa de los Derechos Humanos y de las Niñas, Niños y Adolescentes. Además, implementamos en conjunto Códigos de Conducta para el Sector Turístico, y promovemos campañas que muestren a los visitantes que la explotación infantil es un delito en Latinoamérica.

También hemos enviado información de los avances del Programa Turismo Responsable e

Infancia al Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, para incorporar a los informes del país datos sobre campañas contra la Trata de Personas de 2009 y 2010. Este programa informa al sector turístico público y privado sobre la importancia de estar atentos ante posibles situaciones de trata de niños. En esta misma línea, hemos participado de distintas jornadas realizadas en Puerto Iguazú, junto a la Secretaría de Derechos Humanos, en relación al Proyecto NIÑOSUR y junto a la Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia, en relación a capacitaciones intersectoriales y la Campaña contra la Trata de Niñas, Niños y Adolescentes.

A partir del Año 2008, hemos reportado avances en relación a la implementación del Código de Conducta Nacional para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo, ante la Secretaría de **The Code** (Código de Conducta Internacional creado por la **OMT** y **ECPAT** Internacional en 2006).

La entonces Secretaría de Turismo de Argentina fue el primer organismo estatal, a nivel mundial, en adherirse a **The Code**. En este proceso fue acompañada por organizaciones internacionales de protección de los derechos de infancia y del sector privado de turismo. Para su desarrollo, fue creado un Comité de Implementación, coordinado por la **SECTUR**, y formado por representantes de **ECPAT**, **UNICEF**, **SAVE THE CHILDREN**, **AFEET**, un equipo técnico de apoyo con profesionales de la misma Secretaría, el Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos, la Secretaría de Derechos Humanos y la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia.

Desde el **MINTUR** no sólo mantenemos el compromiso de sensibilizar a nuestro personal, sino también de trabajar en la sensibilización de los distintos actores de la actividad turística (Asociaciones, Hoteles, Empresas de Viajes, de

Transportes, etc.) que quieran sumarse desde la Responsabilidad Social Empresaria. Existiendo empresas que ya han demostrado su interés por adherir, se trabajará en el acompañamiento y la capacitación correspondiente, como así también en la creación de documentos y material de promoción acordes para esta tarea.



Turismo Rural Comunitario. Foto: Ministerio de Turismo.

### 3.7. Gestión de la información y el conocimiento en Turismo.

**En el año 2005, el PFETS estableció las bases para la generación de valor a través del conocimiento continuo y la innovación tecnológica, como parte de sus estrategias federales. Esto orientó los esfuerzos del sector para consolidar la generación de información y conocimiento significativo. El fin es lograr que actúe como conector entre los distintos actores y fortalezca los procesos de interpretación y actuación, en pos de alcanzar umbrales de competitividad turística aceptables.**

#### LA GESTION DE LA INFORMACION.

El modelo de desarrollo turístico convenido en el Plan, comprende el valor estratégico que la información aporta al sector turístico tanto para la planificación como para la toma de decisiones. Esto se visualiza claramente al observar cómo se ha incrementado año a año la producción de información desde el propio sector y especialmente desde el Ministerio de Turismo.

Fuimos comprendiendo que el análisis exhaustivo de la actividad turística requiere de datos e información que permitan una mejor interpretación de su dinámica, el diseño de políticas y la orientación de las inversiones. Es así como desde el año 2003, Turismo se suma al Sistema Estadístico Nacional (SEN) y comenzamos a realizar una serie de operativos que aportan datos estadísticos a todos los actores del sector, siguiendo las recomendaciones metodológicas de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Los esfuerzos en mantener esta línea de trabajo permitieron, a lo largo de estos años, medir el impacto de la actividad turística en la economía nacional. La utilización de metodolo-

gías internacionalmente aceptadas, posibilitan la comparación entre distintos países y periodos de tiempo.

Esta decisión política implicó un fuerte compromiso de inversión por parte del Estado en los operativos que configuran las estadísticas básicas del turismo en Argentina. Es así como la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) se consolidaron durante estos últimos cinco años, convirtiéndose ambas en un importante aporte de información sobre la demanda turística del país. En este sentido, también es menester mencionar que en el año 2006 se realizó la Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares (EVyTH) que aportó, por primera vez, datos claves sobre el turismo interno. Este operativo lo implementamos como un proceso permanente a partir del periodo estival 2010-2011.

Este periodo de fuerte inversión en operativos estadísticos, estuvo acompañado por un trabajo que implementó herramientas que faciliten la gestión de la información producida y, sobre todo, su socialización. El objetivo es que cada vez más actores del sector tengan acceso a la misma. Atento a esta situación, y

entendiendo que las herramientas tecnológicas deben estar a disposición de la planificación y la gestión turística, desde el Ministerio de Turismo hemos desarrollado el Sistema de Información y Estadística Turística (SIET), diseñado e implementado con software público. Su objetivo es consolidar el proceso de gestión estratégica del conocimiento turístico, a fin de enriquecer el proceso de toma de decisiones en la planificación turística.

El SIET está compuesto por un conjunto de módulos desarrollados ad hoc, que en su conjunto ofrecen una base para la recopilación, análisis, elaboración, procesamiento, registro, actualización y socialización de la información del turismo, a saber:

- ✓ Módulo de gestión de la información turística (SIT): desarrollado para facilitar los procesos y las metodologías de gestión y administración de la información, cimentado en una base de datos única diseñada según los lineamientos de la metodología FAS de la OMT.
- ✓ Módulo de gestión de la información estadística de turismo (SET): sistematiza todos los datos e información de los principales operativos estadísticos, como la Encuesta de Turismo Internacional, Encuesta de Ocupación Hotelera, etc. Entre otras funciones, permite el análisis de bases de datos multidimensionales.
- ✓ Módulo de gestión de la información geográfica (SIG): creado especialmente para la gestión y planificación turística, permite capturar, relacionar, procesar, analizar e integrar distintas capas de información geográfica con el fin de

facilitar la resolución de problemas de planificación y gestión.

- ✓ Módulo de gestión de la información de Consultas y Reclamos (CyR): es un canal normalizado de comunicación directa con usuarios de los productos y servicios. Permite medir su nivel de satisfacción y brindarles una respuesta institucional.
- ✓ Módulo de gestión de la información pública (WEB): preparado para la gestión de contenidos públicos del SIET, organizado según los nodos temáticos de comunicación definidos. Tiene como propósito contribuir a la comunicación técnica con diversos usuarios de los principales programas y proyectos que se gestionan.
- ✓ Módulo de Indicadores de Desarrollo Turístico (SIDT): herramienta para la planificación estratégica, la gestión pública, privada y académica, la toma de decisiones y el diseño de políticas a distintas escalas territoriales.

Es así que buscamos facilitar la observación de los distintos matices del fenómeno turístico de manera sostenida en el tiempo, con el firme propósito de generar un ámbito de conocimiento estratégico que, nutrido en un amplio diálogo con todos los actores, nos provea de una opción para reflexionar sobre el desarrollo de la actividad turística en el contexto nacional.

#### LA GESTION DEL CONOCIMIENTO.

A medida que la actividad turística se desarrolla con mayor intensidad en nuestro país,

vemos como aumenta la variabilidad y complejidad de su planificación y gestión. Sumado a la gran extensión del territorio nacional, la diversidad de atractivos y la marcada heterogeneidad de la oferta de servicios existente, se torna necesario incrementar los niveles de análisis y de entendimiento de las variables que componen y afectan la actividad.

En este marco, el sector académico puede cumplir un rol trascendental para el desarrollo del turismo en los próximos años. Partiendo del ajuste de los planes de estudio para adecuar el perfil profesional a las necesidades de un mercado en transformación, hasta la concertación de una agenda de investigaciones a nivel nacional, que permita generar herramientas de gestión para los distintos ámbitos públicos y privados.

En esta misma línea estratégica, se presenta como una oportunidad para fomentar el desarrollo la capacidad que tiene la gestión pública de verse potenciada por la investigación académica, para conceptualizar determinados elementos de la realidad turística de nuestro país y en especial para entender, de forma más precisa, las claves de los procesos sociales, económicos y ambientales por los que atraviesa nuestra creciente actividad turística.

Cabe destacar que la Organización Mundial del Turismo (OMT), como referente internacional y guía para la actividad turística mundial, ha creado la Red del Conocimiento, formada por una comunidad mundial de instituciones de conocimiento innovadoras, universidades y otras organizaciones públicas y privadas dedicadas a profundizar en el conocimiento del turismo.

Esta Red se reunió por primera vez el 19 de enero de 2011 en la FITUR - Feria Internacional de Turismo, en Madrid, España. El encuentro tuvo como objetivo principal debatir el papel de la innovación y de la gestión del conociemien-



3

Los Fundamentos

## INCLUSION CON EQUIDAD

to en el turismo, presentar investigaciones en curso de los miembros de la Red y proporcionar la oportunidad a los miembros para integrarse y planificar sus aportes. A partir de ese momento, más de 80 instituciones de 34 países integran dicha red. Esto da lugar y participación a una comunidad del conocimiento en todos los ámbitos relacionados con la política, la gobernanza y la práctica del turismo, que contribuye sin dudas a la competitividad, la sustentabilidad y el desarrollo integral del sector.

En esa misma línea, y con el objetivo de formar redes para la innovación, la mejora continua del sector turístico e impulsar la colaboración entre los sectores público, privado y académico, el Ministerio de Turismo ha creado la **Red Nacional de Educación**, tomando la iniciativa de ejercer el liderazgo de un espacio de concertación nacional que articule estos sectores. La red cuenta con la adhesión de más de 150 instituciones oficiales universitarias y terciarias del ámbito académico nacional y de una serie de organizaciones que colaboran y apoyan la iniciativa, tales como **CAT**, **INAP** y Ministerio de Educación, entre otras.

Esta red ha comenzado un trabajo de análisis de las diferentes problemáticas que hacen al sector turístico, desde la perspectiva del sector académico, enfocado en el rol de las instituciones educativas dentro del proceso de institucionalización del turismo en Argentina. Fueron analizados los principales temas que, para el ámbito educativo, debería contemplar la agenda de los próximos años, obteniendo como resultado las siguientes ideas – proyectos:

- Crear la Asociación de Instituciones Educativas en Turismo, públicas y privadas, con el objetivo de generar una serie de propuestas que demanda el sector.

- Inclusión del Turismo como área de interés público en el Art. 42 de la Ley de Educación Superior, a fin de lograr mayor reconocimiento y jerarquización del profesional del turismo.

- Generar un área de investigación en el CONICET y en el Ministerio de Ciencia y Tecnología sobre turismo, para lograr instalar la investigación en el área universitaria y establecer sus líneas prioritarias.

- Participación en la planificación de los planes de estudio del Ministerio de Educación, junto con el ámbito educativo y el sector privado.

- Diseño e innovación curricular para establecer pautas básicas federales para carreras de turismo, a fin de fortalecer, a partir de la integración interinstitucional académica, la calidad del factor humano en función de la sustentabilidad del sector turístico.

- Creación del Consejo Federal Educativo de Turismo, para facilitar la integración de objetivos educativos y académicos con el sector público y privado.

- Creación de una base de datos nacional de antecedentes académicos, para contar con información actualizada y organizada por regiones turísticas.

- Revisión de la Ley de Pasantías, a fin de eliminar las barreras existentes para la incorporación de pasantes en el sector privado.

- Proveer el *Know How*, los recursos (humanos, tecnológicos, conocimientos) y capacidades de las instituciones educativas al sector público y privado.

- Promover y acompañar las investigaciones aplicadas a partir de necesidades consensuadas, incluyendo el aporte de marcos metodológicos y teóricos específicos de la disciplina del turismo.

- Participar en la capacitación y selección de los cuadros técnicos. Aportar como *“formador de formadores”*, desde el rol de la institución educativa.

A su vez, la red ha trabajado sobre cinco problemáticas detectadas del sector turístico argentino. El objetivo planteado al respecto contempla identificar alternativas de solución enfocadas desde los siguientes roles: educativo en turismo, político institucional y privado empresarial. El resultado de este análisis se resume en el siguiente cuadro:

PROBLEMÁTICA	SECTOR EDUCATIVO EN TURISMO	SECTOR POLÍTICO-INSTITUCIONAL	SECTOR PRIVADO-EMPRESARIAL
<b>Pasantías y prácticas profesionales en la educación en turismo y hotelería.</b>	Pasantía en la última etapa de la carrera. Un graduado no podría realizar pasantías.	Propiciar la reglamentación de una ley nacional de prácticas profesionales y adecuar la actual ley de pasantías.	Más alternativas de reclutamiento. Selección de personal en el mismo plano laboral. Bajar los costos para el sector privado.
<b>Las instituciones educativas y las tareas de extensión. Concientización turística para los niveles de educación primaria y secundaria.</b>	Contenido básico de turismo en todos los niveles educativos. Materiales didácticos interactivos, adaptados por región. Capacitación docente. Experiencias prácticas. Salidas de campo.	Diseñar Política de sensibilización.	Responsabilidad Social Empresarial.
<b>Demandas insatisfechas del mercado de trabajo turístico.</b>	Investigar, prospectar, coordinar prácticas profesionales. Seguimiento de los egresados. Introducir “Gestión de Calidad” como materia. Exigir actualización y capacitación docente.	Actuar como coordinador entre los sectores. Ofrecer capacitaciones: fomentar la gestión del conocimiento. Replantear la Ley de Pasantías. Dar subsidios (o darlos a conocer), líneas de financiamiento. Fiscalización, seguimiento y control.	Establecer perfiles más claros. Capacitarse. Implementar sistemas de calidad. Ofrecer pasantías. Transferencia de Gestión del Conocimiento.
<b>Las instituciones educativas y la investigación en turismo.</b>	Promocionar la formación de unidades de investigación y centros en las universidades y en los institutos educativos. Elaborar un listado de temas que se estén investigando. Centros y grupos de investigación y categoría de los directores.	Diseño de líneas prioritarias, áreas prioritarias y generación como áreas. Propuestas de incentivos para que los empresarios participen del financiamiento. Fortalecer la relación entre los estados municipales, provinciales y nacionales, para que recurran a las instituciones con antecedentes de investigación reconocidos para hacer las investigaciones.	Ayudar a financiar las investigaciones a cambio de ventajas impositivas. Incentivarlos a recurrir a las universidades y a las instituciones educativas que hagan investigación.
<b>Brecha entre el perfil del graduado y los requerimientos del mercado: sobre educación de los trabajadores del sector turístico y subcalificación del puesto de trabajo.</b>	Adecuación y actualización docente permanente. Contar con similar equipamiento tecnológico al sector empresarial, en todas las instituciones educativas a nivel nacional.	Que el MINTUR establezca un ámbito de encuentro entre el sector empresarial y educativo, a fin de lograr acuerdos en común. Adecuar la ley de pasantías a las necesidades educativas, evitando abusos y coordinando de manera concreta las pautas a seguir para el pasante en la empresa.	

La conexión entre los tres sectores mencionados, integrados en una comunidad o red de conocimiento, con miras a formar la Red de Gestión del Conocimiento de la **OMT**, es el objetivo de máxima que se propone alcanzar desde el Ministerio de Turismo de la Nación, siendo este fin parte de su política de institucionalización de la actividad. Es viable imaginar, en el mediano plazo, una asociación entre el sector público, el privado y el académico, con la finalidad de alinear visiones y compartir esfuerzos destinados a la investigación para el desarrollo del turismo sustentable.

### 3.8. La gestión pública del turismo: desarrollo de estándares de calidad con foco en el usuario, la gestión del personal y los procesos.

La evolución histórica que ha tenido el concepto de la Calidad en el mundo ha definido, en sucesivas etapas, objetivos a alcanzar y fines a satisfacer. Así, llegando a la etapa de la Gestión de la Calidad Total, el fin es lograr la permanente satisfacción de las expectativas de los clientes, con la finalidad de satisfacer tanto al interno como al externo, ser altamente competitivo y conducir la mejora continua.

En paralelo al desarrollo del concepto de la Calidad en el mundo, la Gestión Pública del Turismo, al alcanzar el nivel de "política de estado", ha identificado en su gobernanza la Gestión Interna de la Calidad. Con el fin de lograr un desarrollo económico, social e institucional duradero, promueve un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad y el mercado de la economía y satisface, además, las expectativas de sus clientes internos y externos.



Nandubaysal.  
Foto: Ministerio de Turismo.

La implementación de un Sistema de Gestión en los organismos públicos facilita:

- Desplegar la política de Calidad al conjunto de la organización, involucrando a todos sus miembros, para concientizar la necesidad del cambio, estimular la creatividad y establecer indicadores de medición de la calidad de todos los procesos.
- Mejorar, a través de resultados de su gestión, la imagen que el ciudadano tiene del mismo, integrándolo en el diseño de sus procesos, considerando sus necesidades y expectativas.
- Optimizar internamente la utilización de los recursos, generando mejoras en los servicios que definen al organismo.

Las organizaciones públicas, con el impacto que tienen en los resultados de la gestión del país, están acompañando la evolución que en los últimos años ha tenido el concepto de la Calidad. Motivadas por alcanzar los mejores resultados, se capacitan en nuevos estándares de sistemas de gestión. Las actividades que las definen, son identificadas a través de procesos (generadores de productos o servicios) que se brindan a usuarios internos o externos.

El objetivo que guía a las autoridades para alcanzar la visión a futuro su organismo, motiva el compromiso con la realización de los cambios estructurales y funcionales que correspondan. De esta manera, el alineamiento de todos los procesos hacia un mismo objetivo y visión fortalece el desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad.

#### El por qué de un modelo de gestión y de excelencia en la Administración Pública

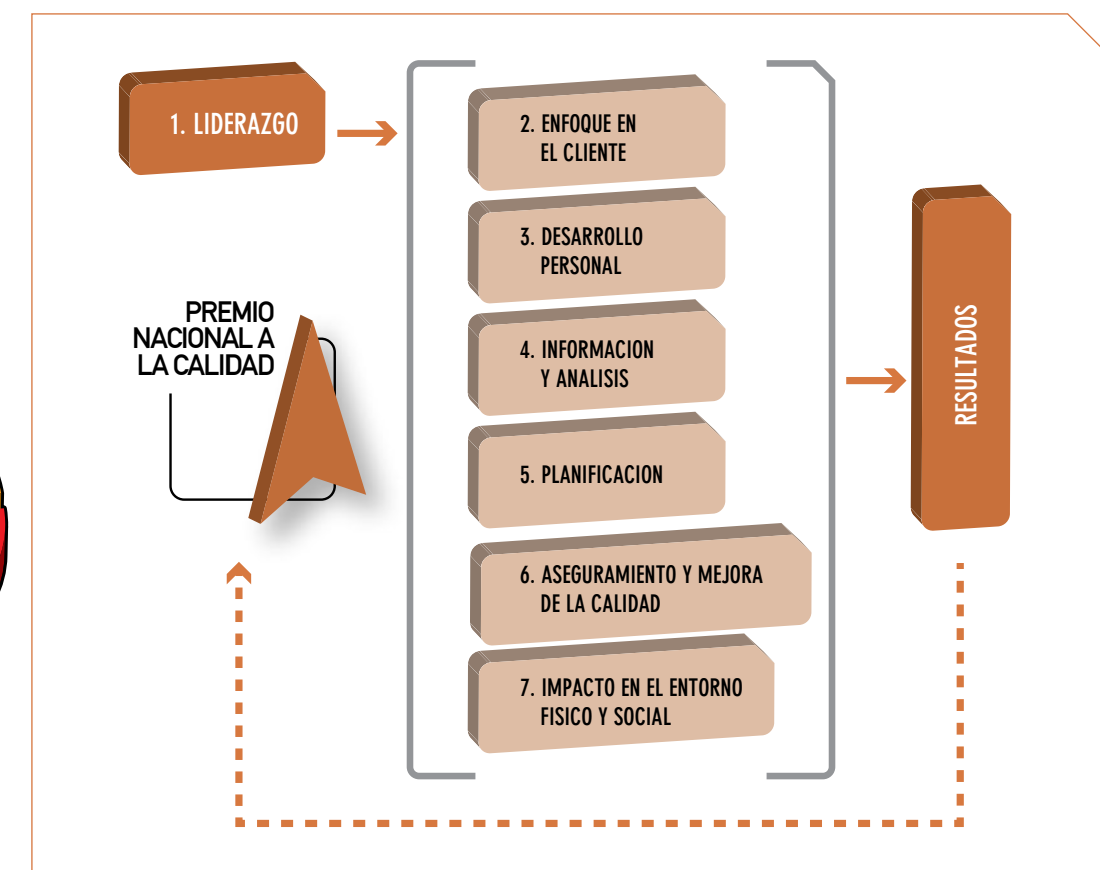


#### MODELO DE LAS BASES DEL PREMIO NACIONAL A LA CALIDAD.

Creado por Ley 24.127 en agosto de 1992 y reglamentado por Decreto N° 1513/93, declara de Interés Nacional el mejoramiento de la calidad en los procesos de producción de bienes y servicios.

El premio tiene como objetivo la promoción, desarrollo y difusión de los procesos y sistemas destinados al mejoramiento continuo de la calidad en los productos y servicios que se originan en el sector empresarial y en la esfera de la administración pública, a fin de apoyar la modernización y competitividad de esas organizaciones.

#### Bases del Premio Nacional a la Calidad



**ENFOQUES DEL ORGANISMO  
"MINISTERIO DE TURISMO  
DE LA NACION" EN EL MODELO.**

En el año 2004, las autoridades de la entonces Secretaría de Turismo de la Nación, seleccionaron como modelo para desarrollar su Gestión Interna de la Calidad, el modelo de gestión de las Bases del Premio Nacional a la Calidad (PNC) para el Sector Público, que administra la Secretaría de la Gestión Pública. La idea fue seleccionar un modelo cuyo concepto de calidad, adoptado también por organizaciones internacionales, condujera a importantes avances en el camino hacia la excelencia de su gestión.

La Ley de Turismo, sancionada en el año 2004, reafirmó esta idea en el Artículo 1º, donde declara al Turismo una actividad socioeconómica estratégica y esencial para el desarrollo del país, prioritaria dentro de las políticas de Estado. El objetivo principal del modelo es proporcionar herramientas metodológicas y conceptuales para que las áreas las apliquen en sus procesos, con el fin de mejorar la gestión del organismo.

Comenzamos, entonces, la capacitación en una metodología sistémica para identificar los procesos que corresponden al organismo y los requisitos que aseguren la calidad. Aplicando conceptos clásicos y poniendo énfasis en las especificidades individuales, para generar una cultura interna de la Calidad.

Trabajamos con las autoridades un perfil innovador, dando participación a sus empleados en el desarrollo de Planes Operativos y en actividades de identificación y satisfacción de los usuarios. Posteriormente, especificados los procesos del organismo, seleccionamos los métodos e indicadores de control, junto con las acciones de mejora. El proceso de selección de indicadores de control, además de

la evaluación de los procesos, permitió realizar el seguimiento de la implementación del modelo de las Bases del PNC. Consecuentemente, en el año 2007, el organismo fue distinguido por su gestión en la Planificación.

Etapas del proceso de gestión del Sistema de la Calidad:

**El inicio:**

- ✓ Definir la Visión, Misión y Política de Calidad.
- ✓ Planificar estrategias y objetivos.
- ✓ Capacitar y desarrollar al personal.
- ✓ Identificar procesos, clientes y proveedores.
- ✓ Autoevaluar la gestión actual respecto del modelo seleccionado.
- ✓ Diseñar planes de mejora.

**La Implementación:**

Desplegar la Visión, Misión y Política de Calidad al conjunto de la organización, involucrando a todos sus miembros en:

- ✓ Concientizar en la necesidad del cambio.
- ✓ Estimular la creatividad.
- ✓ Identificar los procesos.
- ✓ Establecer indicadores de medición de la Calidad de todos los procesos.

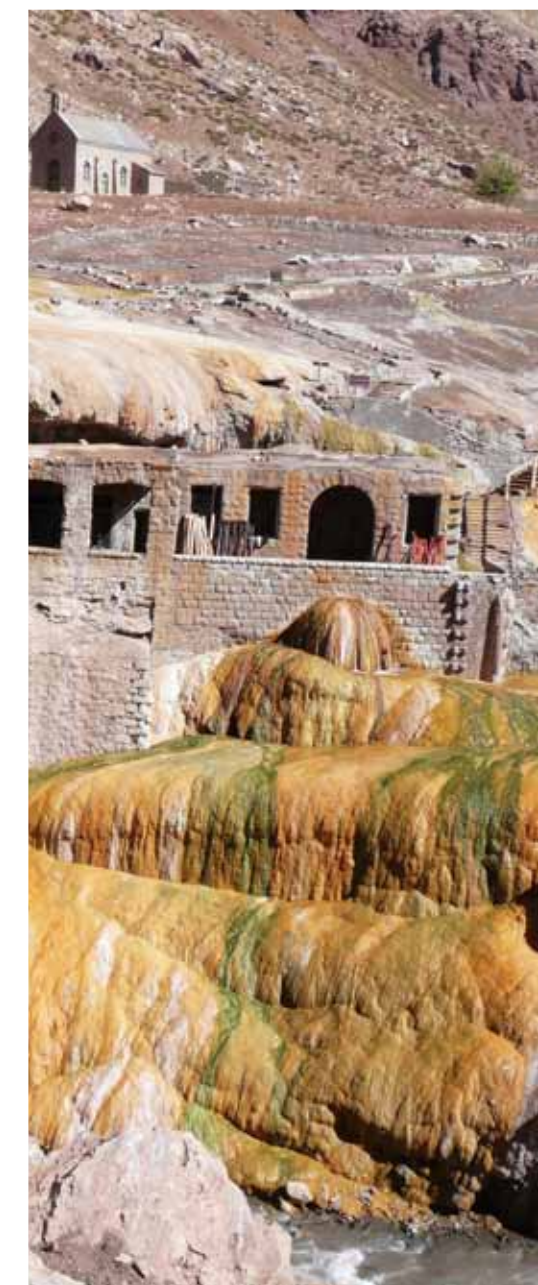
**La Evaluación y Mejora:**

Como metodología de Gestión, Evaluación y Mejora, desarrollamos el contenido de las Bases del modelo del Premio Nacional a la Calidad, en informes que se presentaron a la Secretaría de la Gestión Pública durante los años 2005, 2007 y 2008, obteniendo la distinción por el proceso de Planificación.

**Pautas conceptuales que guiaron la gestión**



Puente del Inca..  
Foto: Ministerio de Turismo.



# 4.

Las Experiencias Logradas

## UN GRAN PASO ADELANTE



Turismo 2020



4.1 / Logros relevantes de la gestión del Ministerio de Turismo.

4.2 / Proyecciones y consideraciones sobre el futuro de la actividad.



## Las Experiencias Logradas | UN GRAN PASO ADELANTE



### 4.1. Logros relevantes de la gestión del Ministerio de Turismo

**Por primera vez en su historia, el Turismo en la Argentina cuenta con un Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, consensuado con todos los actores del sector y con su continuidad garantizada por la Ley Nacional N° 25.997. Esta herramienta de planificación para la ejecución de la política turística del país tiene al Ministerio de Turismo de la Nación como su principal ejecutor.**

En el marco del modelo productivo nacional, esta gestión nacional de Turismo ha trabajado en la consolidación de una estructura de la oferta equilibrada -sustentable y competitiva- a través del desarrollo de nuevos productos, el fortalecimiento de destinos turísticos emergentes y el aseguramiento de la calidad integral de los servicios, entre otros aspectos. El modelo turístico inclusivo contribuye a la formalización y profesionalización del sector, generando en el periodo 2005-2010 un 15% de crecimiento en el empleo de las 12 ramas características del Turismo, pasando de 908.260 en 2005 a 1.046.940 personas ocupadas en 2010.

Entre los años 2003 y 2010, la inversión privada en alojamientos turísticos creció un 1000%, pasando de \$110 millones a \$1.221 millones. Ello significó un aumento en la oferta de alojamientos del 52% y del 30% en las plazas, con un total de 12.200 establecimientos y más de medio millón de plazas disponibles.

Durante el período 2004-2010, el desarrollo de una política sectorial integral ha contribuido a una expansión de un 54% de la demanda de turismo receptivo registrado por todas las vías de arribo al país, pasando de casi tres millones y medio de turistas a cinco millones

trescientos mil visitantes y generando ingresos por aproximadamente USD 4.816 millones durante el año 2010. Por otro lado, el registro de llegadas a destinos domésticos aumentó durante el mismo período un 25%, pasando de 30,2 millones en el 2004 a 37,6 millones en el 2010.

Estos son algunos de los indicadores cuantitativos más relevantes del sector turístico nacional, y en cuya concreción ha tenido un protagonismo central el Ministerio de Turismo de la Nación.

Desde una clara función de liderazgo técnico e institucional, la cartera nacional ha desplegado una labor permanente en diferentes campos temáticos de actuación, implementando numerosas intervenciones. Algunas de las más destacadas se mencionan a continuación:

#### DESARROLLO TURISTICO

##### Generación continua de información estadística sectorial

- Consolidación del sistema nacional de estadísticas de turismo y estudios de

mercado. Actualmente se cuenta con series históricas de las principales variables turísticas entre el año 2004 y el presente. La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y la Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares (EVyTH), son los principales operativos, que han significado la mayor inversión histórica en relación a la producción de información estadística de Turismo. Considerando desde el 2004 a la fecha, hemos incrementado en 1066% la producción de documentos, informes evolutivos y de proyecciones fundamentales para el desarrollo del sector.

- Diseño e implementación del SIET - Sistema de Información y Estadística Turística - desarrollado con el fin de consolidar el proceso de socialización de la información estratégica en el sector. El objetivo es coadyuvar a la gestión del conocimiento turístico, en pos de una adecuada planificación, gestión y toma de decisiones. El SIET se ha creado a partir de los siguientes componentes: módulo de información turística, módulo de estadísticas turísticas, módulo de información geográfico, módulo público web y módulo de consultas y reclamos.

##### Planificación y concertación de la inversión pública en obras turísticas\* y de interés turístico.\*\* Facilitación y promoción de la inversión privada

- Administración, coordinación y ejecución de tres contratos de préstamos otorgados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para financiar el Programa de Mejora de la Competitivi-

dad Turística, que tiene al Corredor de Los Lagos y al Corredor Iguazú - Misiones como áreas piloto. A este programa se suman el Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en municipios turísticos y el Programa de Desarrollo de Corredores Turísticos.

En el caso del Programa de Mejora de la Competitividad del Sector Turismo el monto total de inversión es de aproximadamente US\$ 56 millones, con un financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo de US\$ 33 millones que se complementa con un aporte del Estado Nacional de US\$ 23 millones. En este marco se acordó la realización de 144 obras, en el lapso de 6 años, en localizaciones como el Parque Nacional Lanín, Parque Nacional Nahuel Huapi, Parque Nacional Arrayanes, Parque Nacional Los Alerces y en el Parque Nacional Lago Puelo con la construcción de grupos sanitarios, muelles, puentes, senderos y miradores entre otros, y la restauración de las Misiones Jesuíticas de San Ignacio Miní, Loreto y Santa Ana en la Provincia de Misiones. Hasta el momento se encuentra ejecutado aproximadamente un 65% del financiamiento. (Los detalles sobre las actuaciones desarrolladas a través del programa pueden consultarse en el capítulo de Anexos de este documento)

En el caso del Programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en municipios turísticos el monto total de inversión es de aproximadamente US\$ 75 millones, con un financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo de US\$ 50 millones y US\$ 25 millones de contrapartida nacional. Actualmente

se han realizado obras en el área Parque Nacional Lago Puelo (El Bolsón, Río Negro), en el área Parque Nacional Talampaya, (Dto. Felipe Varela, La Rioja), en el área Parque Nacional Iguazú, (Misiones), en el área Parque Nacional Lanín (San Martín de los Andes, Neuquén), y en el área Parque Nacional Lanín (Junín de los Andes, Neuquén); ejecutando aproximadamente un 20% del financiamiento.

El Programa de Desarrollo de Corredores Turísticos, se encuentra, actualmente, en la etapa de preparación y se estima por un monto aproximado de US\$ 100 millones.



Construcción oficina de informes y sanitarios públicos.



Arr. : Obra Viejo Expreso Patagónico. Izq. Ab.: Señalización P.N. Lago Puelo. Der. Ab.: Construcción centro de visitantes y portal de acceso al corredor. Fotos: Ministerio de turismo..

- En el acumulado del período 2003-2010 el Programa Nacional de Inversiones Turísticas, financió un total de 152 obras en los espacios priorizados del mapa de oportunidades del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS): 31 unidades de información turística, 59 instalaciones turísticas, 32 obras relacionadas con la revalorización del patrimonio y 30 de señalización turística, en todas las jurisdicciones provinciales, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 129 municipios y 13 Parques Nacionales. El monto total financiado por MINTUR es de \$ 9.045.329., que si sumamos las contrapartidas, la inversión a monto del orden de \$ 17.000.000.

- Diseño e implementación de un Sistema de Señalética turística nacional, realizado en conjunto con Vialidad Nacional que implica la producción de un conjunto de 309 señales turísticas en todo el territorio nacional con una inversión en ejecución de \$ 28.152.559.

- En Septiembre de 2010, se firmó un convenio con el Banco de la Nación Argentina, a partir del cual, el **MINTUR** comenzó a bonificar en tres puntos la tasa nominal anual de interés de la Línea 400 – Sector Turismo. A la fecha se acordó un fondeo de \$ 60 millones destinado a las MIPyMEs de Turismo en funcionamiento: alojamiento, gastronomía, agencias de viajes y turismo incluidos los servicios de transporte automotor de pasajeros para el turismo y servicios complementarios de apoyo turístico. Hasta mayo del 2011 se otorgaron un total de 34 créditos a distin-

tas MIPyMEs del sector, por un monto aproximado de \$ 13.000.000.

- Impulsó del Decreto 608 del año 2010, con vigencia hasta el 31 de diciembre de ese año, mediante el cual las empresas operadoras y/o explotadoras de centros de esquí fueron autorizadas a importar equipamiento específico libre de algunas cargas impositivas. Tres empresas se presentaron solicitando este beneficio para la importación de: 2 medios de elevación, 1 telesquí, 10 cañones de nieve y 3 máquinas pisanieve.

- Desde el año 2008 se encuentra en vigencia el Programa de Apoyo Tecnológico al Sector Turismo (**ASETUR**), impulsado y financiado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, a través del Consejo Federal de Ciencia y Técnica –COFECyT-. Este programa aprobó un total de 44 proyectos en el 2008, con un monto máximo por provincia de \$150.000. En el 2009 se aprobaron 109 proyectos, aumentando el monto máximo a \$600.000. En el 2010 se aprobaron 95 ideas proyectos y el monto máximo fue de \$1.000.000 por provincia, alcanzando este programa un presupuesto de \$24.000.000 en dicho año. El **MINTUR** participó en la difusión y evaluación de las ideas proyecto.

#### Diversificación y renovación permanente de la oferta de destinos y productos turísticos

- Fomento y articulación de acciones interinstitucionales para el desarrollo de Productos a la medida de las expectativas de la demanda turística nacional e

internacional. Entre el año 2005 y 2010 se consolidaron los procesos de desarrollo de productos, destacándose el trabajo sobre: RN 40, turismo en los espacios rurales en sus distintas modalidades, observación de aves, turismo idiomático, turismo termal y turismo de la fe, senderos de Argentina y en particular la experiencia Huella Andina. Además se creó la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (**RATuRC**) que integra a 40 comunidades de pueblos originarios y campesinos de las regiones Norte, Litoral, Cuyo y Patagonia a la actividad turística, respetando su cosmovisión, miradas y procesos.

- Consolidación y fortalecimiento de destinos turísticos emergentes, a partir de la aplicación del Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes (**PROFODE**) en los espacios turísticos prioritarios. Entre los años 2005-2010 se implementaron once experiencias en destinos con actividad turística incipiente pero de gran potencialidad, localizados en las regiones Norte, Litoral, Cuyo, Centro y Patagonia. Se destacan las siguientes acciones: fortalecimiento institucional, construcción de Indicadores de sustentabilidad; apoyo a micro-emprendedores; mejora del sistema de soporte, marketing y promoción de productos.

#### Responsabilidad Social Empresaria

- Fomento y promoción de la Responsabilidad Social Empresaria (**RSE**) en el sector turístico, impulsando la creación de distintas herramientas con la cooperación técnica del Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresaria y Capital Social (**CENAR-**

**SECS**) dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA, destinadas a las organizaciones del sector turístico para facilitar la implementación de los principios de RSE (Guía de los primeros pasos de la RSE, sistema de autoevaluación para PyMES y banco de experiencias).

- Adhesión al Código de ética mundial para el Turismo y diseño y gestión del Programa Turismo Responsable e Infancia.

#### Turismo social

- Implementación y sostenimiento desde el 2003 de dos grandes programas: uno que utiliza infraestructura propia, (Unidad Turística Embalse, Provincia de Córdoba y Unidad Turística Chapadmalal, Provincia de Buenos Aires), y otro que incorpora destinos emergentes del país, mediante el uso de hotelería privada enfocada por medio de las **PyMEs** turísticas con una generación de empleo importante como factor de desarrollo local (Programa Federal de Turismo Social).

- Implementación en la Unidad Turística de Chapadmalal, prácticas orientadas a la calidad y accesibilidad turística y su pertinente adecuación edilicia.

- Establecimiento de una red nacional de turismo social integrando el trabajo conjunto con los diferentes organismos nacionales, provinciales y municipales orientados hacia el turismo social.

- Concreción de diversos convenios con relevantes organismos con fuerte inclusión social:



# 4

## Las Experiencias Logradas

## UN GRAN PASO ADELANTE

- ✓ Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología 2004 – Programa Federal de Turismo Educativo y Desarrollo Infantil.
- ✓ Instituto de Seguridad y Previsión Social – PAMI 2006 – 2011- Convenio de Colaboración para el desarrollo del Programa de Turismo Social y el de Seguridad y Previsión Social
- ✓ Comisión Nacional para la Integración de Personas con Discapacidad – CONADIS 2004 – 2011.
- ✓ Convenio Marco de Cooperación Institucional entre el Ministerio de Turismo y el INADI – 2011.
- ✓ Primer prueba piloto “Turismo para Personas con Trastorno Generalizado del Desarrollo (TGD) y Trastornos del Espectro Autista (TEA) y sus familias”.

- Optimización de los sistemas de información y comunicación interna y externa para la orientación del pedido y asignación de plazas bajo un criterio de equidad originaria del turismo social.
- Participación activa en el Programa Carta Compromiso con el Ciudadano y adecuación del sistema de encuestas para el área de atención pública y para las áreas de atención al turista en ambos complejos turísticos.
- Reapertura de los Hoteles N° 6 y 9 en la Unidad Turística Chapadmalal por gestión propia cerrados desde hace 10 y 2 años respectivamente, realizando trabajos de gran envergadura para el óptimo desplazamiento de los turistas.

- Ejecución, juntamente con la Federación de Cooperativas de Trabajadores de la República Argentina – **FECOTRA** – de reparaciones integrales en el Hotel N° 2 de la Unidad Turística Embalse; además de mejoras en talleres de trabajos y áreas de servicios generales.
- Rehabilitación de las instalaciones y sectores recreativos de las piletas y la Hostería Saturno en la Unidad Turística Embalse, cerrada desde 1990
- Promoción de destinos incorporados al Programa Federal de Turismo Social, logrando así el mantenimiento del vínculo con prestadores de destinos emergentes, absorbiendo la demanda que no puede ser asignada por falta de capacidad hotelera en las unidades turísticas de Embalse y Chapadmalal, además de enriquecer la oferta de turismo social.
- Mejoramiento de accesos de acuerdo a las normas de calidad vigente para el óptimo desarrollo de las personas con discapacidad en las Unidades Turísticas.
- Fuerte impulso en la demanda de visitantes de los Museos Eva Perón en ambas Unidades Turísticas, ilustrando un marcado incremento en sus visitantes desde los años de su creación.

### CONSERVACION PATRIMONIAL

#### Administración de Parques Nacionales

- Aprobación y edición de la “Guía para la Elaboración de Planes de Gestión

de Áreas Protegidas” logrando su distribución a todas las Áreas Protegidas de su jurisdicción, como también, a Direcciones y Delegaciones Regionales, a provincias y a cada Refugio de Vida Silvestre de la Fundación Vida Silvestre Argentina. La guía mencionada comprende un contenido destinado al tratamiento de la planificación del Uso Público y su estrategia correspondiente en relación al área tratada.

- Implementación y certificación de normativas de calidad en el ámbito de la Administración de Parques Nacionales (APN) que viene incorporando paulatinamente estas exigencias a sus prestadores de servicios del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Existen actualmente varias concesiones y permisos que han gestionado voluntariamente ISO 9001, algunas de gran relevancia como la UTE “Carlos E. Enríquez y otros”, concesionaria de servicios en el Parque Nacional Iguazú, y Rolling Travel SRL, quien es concesionaria de los servicios de confitería y excursiones en el cañón del Parque Nacional Talampaya.
- Elaboración de normativas específicas para el desarrollo del turismo en las Áreas Protegidas, que permitió mantener actualizado al sector y adaptar también a la APN a las realidades cambiantes que se presentan, al incremento del turismo, a la seguridad de las personas y a la preservación de los ambientes afectados. Se incorporó la normativa oportuna para mejorar la seguridad de las prestaciones, o bien se prepararon los proyectos que se encuentran en proceso de aprobación (Metodología para la clasificación de sen-

deros, Manual de seguridad para personas, especialidad de guías ornitológicos, Marco normativo para aprobación de cabalgatas, Marco normativo para aprobación de actividades náuticas, etc.).

- Participación por parte de los prestadores que actúan dentro de las Áreas Protegidas en diversos programas de mejora y capacitación facilitados regionalmente por el **MINTUR**. El personal de la **APN** también recibió capacitación y mayor orientación hacia el turismo, lo que se traduce en mejor atención y gestión diaria de las demandas, en términos generales.
- Generación de estudios económicos e información disponible en el ámbito de la **APN**, que ha logrado integrar paulatinamente la información existente sobre los parques, que puede resultar relevante para el turismo. Desde la **APN** se suministra información periódicamente tanto al **MINTUR** como al **INDEC** y a quien lo solicite, sobre el movimiento de los visitantes en las Áreas Protegidas y otros datos que pueden ilustrar la evolución de la actividad y sus efectos.
- Implementación de planes de visitación en prácticamente todos los Parques Nacionales con actividad turística relevante, ya sean para todo su territorio o para parte del mismo. Como ejemplos puede citarse a los recientes planes para el P.N. Talampaya, P.N. Sierras de las Quijadas, P.N. Quebrada del Condorito, P.N. San Guillermo y otros. Dentro de estos planes o en concordancia con otras planificaciones territoriales, se ha procedido

a realizar numerosas licitaciones y adjudicaciones, como por ejemplo la de la navegación del lago Puelo y la mejora del Puerto Pañuelo. Por otra parte muchas de las actividades previamente licitadas han visto su maduración, encontrándose excelentes servicios disponibles, muchos de ellos de acceso totalmente público, tales como las excursiones e infraestructura para el cañón de Talampaya, la confitería en Mirador del Glaciar Perito Moreno y las pasarelas para el mismo, los senderos y los servicios oficiales de la Seccional Viedma en El Chaltén, la infraestructura y los servicios del P.N. Monte León y del P.N. Quebrada del Condorito, entre otros.

- Remisión al Centro de Patrimonio Mundial de las Declaraciones de Valor Universal Excepcional Retrospectiva de los Sitios del Patrimonio Mundial (**UNESCO**) en la **APN** para los Parques Nacionales Los Glaciares, Iguazú y Talampaya, logrando su aprobación.
- Elaboración de estrategia de comunicación de la Administración de Parques Nacionales que logró homogeneizar a toda la folletería institucional, dentro de estándares de diseño, lo mismo que la cartelería y en otras modalidades.
- Realización de inversiones muy importantes en el mejoramiento de los caminos de acceso a los Parques Nacionales, en muchos casos con asfaltado (P.N. Tierra del Fuego, camino al mirador del Glaciar Moreno, acceso a El Chaltén, accesos al P.N. Los Alerces, P.N. Pre-delta, P.N. El Leoncito, entre otros). Se han realizado también mejoras parcia-

les sobre el camino de acceso a el P.N. El Rey y se prevén grandes obras por ejemplo en San Guillermo.

- Presentación ante el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (**GEF** por sus siglas en inglés) del proyecto: “*Corredores Rurales y Conservación de la Biodiversidad*” que cuenta con la aprobación del **GEF** para recibir fondos para su financiamiento, que incluye componentes para el Gran Chaco y para la estepa patagónica.
- Firma por parte de la **APN**, la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable y el Ministerio de Agricultura (incluyendo al **INTA**) de un contrato con el **BIRF**, en donde un componente comprende acciones para el desarrollo de mayor capacidad de manejo en once áreas protegidas prioritarias como son P.N. Tierra del Fuego, P.N. Perito Moreno, Monumento Natural Bosques Petrificados, P.N. Campo de los Alisos, P.N. Campos del Tuyú, P.N. Talampaya, P.N. Sierra de las Quijadas, P.N. Los Cardones, P.N. Baritú, P.N. Calilegua y P.N. Río Pilcomayo.
- Incremento de las inversiones públicas y privadas en el ámbito del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, como resultado de la habilitación de más prestadores, que siguen ajustadamente el crecimiento de la visitación, y la generación de empleo local. Las prestaciones han evolucionado a lo largo del período 2003/2010. El siguiente cuadro lo muestra claramente:



# 4

## Las Experiencias Logradas

## UN GRAN PASO ADELANTE

PARQUE	2003		TOTALES	2010		TOTALES	Variación % 2003 - 2010		TOTALES
	Prestaciones			Prestaciones			Prestaciones		
	Permisos	Concesiones		Permisos	Concesiones		Permisos	Concesiones	
P.N. Los Alerces	25	11	36	59	10	69	136%	-9.1%	91.7%
P.N. Iguazú	11	2	13	25	2	27	127.3%	0%	107.7%
P.N. Lago Puelo	3	3	6	18	2	20	500%	-33.3%	233.3%
P.N. Lanín	64	14	78	45	6	51	-29.7%	-57.1%	-34.6%
P.N. Los Glaciares	74	3	77	80	6	86	8.1%	100%	11.7%
P.N. Nahuel Huapi	107	16	123	229	15	244	114%	-6.3%	94.4%
P.N. Tierra del Fuego	35	1	36	58	2	60	65.7%	100%	66.7%
Otros:	14	1	15	60	3	63	328.6%	200%	320%
P.N. El Palmar	1	1	2	12	1	13	1100%	0%	550%
P.N. El Rey	2		2	5		5	150%	-	150%
P.N. Los Cardones	2		2	4		4	100%	-	100%
P.N. Talampaya	3		3	7	1	8	133.3%	-	166.7%
P.N. Qda. Condorito	1		1	1		1	0%	-	0%
P.N. Perito Moreno	4		4	5		5	25%	-	25%
P.N. Sierra de la Quijadas	1		1	10		10	900%	-	900%
Monte León				6	1	7	-	-	-
Otros				10		10	-	-	-
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>51</b>	<b>384</b>	<b>574</b>	<b>46</b>	<b>620</b>	<b>72.4%</b>	<b>-9.8%</b>	<b>62.6%</b>

Mientras en el año 2003 había registradas 384 prestaciones (concesiones más permisos), en la actualidad hay 620 prestaciones registradas.

Mayores detalles sobre las proyecciones de visitantes, prestadores turísticos y guías en las Áreas Protegidas pueden consultarse en los Anexos del presente documento.

### GESTION DE LA CALIDAD

- Diseño del Sistema Argentino de Calidad Turística (**SACT**), consistente en un conjunto de herramientas operativas cuyo objetivo es el de promover la cultura de la calidad y la mejora continua en todos los actores que conforman la cadena de valor del sector turístico nacional. El diseño del **SACT** implicó el desarrollo de una metodología para la

elaboración participativa de las herramientas que lo integran como asimismo una metodología para su implementación, evaluación y aseguramiento y el reconocimiento de las empresas que aplican exitosamente un sistema de gestión de calidad, con el beneficio adicional de ser contemplados en acciones de difusión que impulsa el **MINTUR**. (un detalle de cada una de las herramientas que componen el **SACT** se puede consultar en el capítulo de Anexos del presente documento).

- Firma de convenios de adhesión al **SACT** con todas las provincias argentinas e implementación de sus programas en 34 componentes del espacio turístico priorizados en el **PFETS**, con 764 organizaciones distinguidas y certificadas hasta la fecha. Desarrollo de

7 directrices de gestión de calidad y de 24 normas **IRAM-SECTUR** para la actividad turística.

- Realización del III Encuentro Iberoamericano de Calidad Turística y organización anual del Congreso Nacional de Calidad Turística (en Salta 2008, Mar del Plata 2009, Puerto Madryn 2010 y Paraná 2011). Participación en reuniones internacionales del comité ISO TC/228.

### Innovación y mejora de los procesos de gestión interna

- Aplicación como modelo de gestión interna del **MINTUR** de las Bases del Premio Nacional a la Calidad para el Sector Público, que otorga la Secretaría de la Gestión Pública, con el objetivo

de Promover el desarrollo y difusión de los procesos y sistemas destinados al mejoramiento continuo en la Calidad, estimular y apoyar la modernización y competitividad en las organizaciones públicas, asegurar la satisfacción de las necesidades y expectativas de las comunidades y preservar el ambiente humano y la óptima utilización de los recursos. Obtención de la mención global 2007 del programa Carta Compromiso con el Ciudadano de la Secretaría de la Gestión Pública.

- Extensión del modelo de gestión de las Bases del Premio Nacional a la Calidad a los organismos públicos del país vinculados al turismo, a través de un Programa de capacitación y apoyo que conduce a la implementación continua e integradora de un sistema de gestión de la calidad. A través de este modelo se define un liderazgo innovador y participativo, con foco en la satisfacción del usuario y el desarrollo del personal, facilitando la identificación de los procesos y productos gestionados por los organismos y sus Indicadores de



Gonzalo Casanova Ferro - Entrega de distinciones SIGO.  
Foto: Ministerio de Turismo.

control, para evaluar y mejorar así sus resultados. Al año 2011 son 20 las provincias que han recibido la capacitación específica. Dos de los organismos han recibido el 1er Nivel de Distinción en el 2010 y tres tienen posibilidades de lograrlo en el 2011. Además un organismo está en condiciones de alcanzar el 2do Nivel de Distinción; y otro de ellos el 3er Nivel de Distinción, con el propósito asimismo de concursar por el Premio Nacional a la Calidad.

### Capacitación y Formación Profesional

- Ejecución del Plan Federal de Capacitación, que ha alcanzado a 26.000 beneficiarios, brindando una oferta de capacitación y formación compuesta por programas flexibles, cuyos ejes temáticos corresponden a la planificación turística nacional. El mismo se implementa a través de la Red Federal de Organizadores de Capacitación, por la cual se asegura la participación de las provincias adherentes y el fortalecimiento institucional del rol que desempeñan tanto el organismo nacional como los organismos provinciales.
- Creación de la Red Nacional de Educación del **MINTUR**, propiciando la adhesión de más de 150 instituciones oficiales universitarias y terciarias del ámbito académico nacional por un lado y de una serie de organizaciones que colaboran y apoyan la iniciativa tales como **CAT**, **INAP**, Ministerio de Educación, entre otros.
- Generación de Foros Virtuales Colaborativos a través del Campus Virtual del **MINTUR**, tanto para involucrar a la Red de Capacitación como para la Red de

Educación, favoreciendo el trabajo conjunto para generar contenidos y trabajos en esta línea, además de encuentros y espacios de debate y construcción en pos de la recalificación de los recursos humanos del sector turístico.

- Publicación de diferentes documentos como el Manual de Recomendaciones Ambientales; el Manual Nuevas Modalidades de Alojamiento; el Manual para emprendedores turísticos: organicemos las ideas; el Manual para Guía de pesca: Manejo Sustentable de la pesca deportiva.
- Diseño e implementación de las siguientes acciones de capacitación:
  - ✓ Cursos a distancia con **PROCAE** de Jefatura de Gabinete de **INAP**.
  - ✓ Ciclo de Formación específica para coordinadores provinciales en E-Learning (talleres y cursos).
  - ✓ Programa Nuestros Ríos y el curso a distancia "Cómo mejorar la competitividad de una empresa hotelera orientada al segmento de los pescadores".
  - ✓ Curso Anual con la **OMT** para becarios de habla hispana y para funcionarios de gobierno sobre "Excelencia de Gestión en destinos turísticos" (2005 a la actualidad: 7 ediciones: 280 beneficiarios).
  - ✓ Curso Programa Gobierno y Turismo **UCA - MINTUR** para gestores de turismo provinciales y municipales.
  - ✓ Programa Turismo Patrimonio y Escuela con 358 alumnos de escuelas primarias formados.



## Las Experiencias Logradas

# UN GRAN PASO ADELANTE

- Realización de investigación Empleo y Turismo: Monitoreo de inserción laboral de graduados en turismo, a través de un Convenio de Asistencia Técnica con la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA 2006 - 2010.

### Protección al Turista

- Creación del programa "Gestión Integral del Riesgo Turístico".
- Creación de nuevas normas y mecanismos para protección del turista: conciliación de controversias, Procedimiento sumarísimo contra no licenciarios, puesta en funcionamiento de los tribunales arbitrales de consumo, transformación del segmento de turismo estudiantil (nuevas normas resolución 237/2007/ Ley Nacional de Turismo Estudiantil), Ley Nacional de Tiempo Compartido, registro especial de agencias de viajes receptoras, regulación de mostradores de venta portuarios, desarrollo e implementación del sistema de consultas y reclamos al turista, impulso de un sistema de conciliación virtual.
- Puesta en funcionamiento del dominio en Internet **.tur.ar** para agencias de viajes, entes públicos provinciales y municipales.

### PROMOCION DE DESTINOS Y PRODUCTOS

#### Promoción Turística Nacional

- Diseño e implementación de la campaña "Hay un país que te falta conocer: Argentina", cuyo objetivo es concientizar y comunicar al público sobre las ventajas turísticas de nuestro país por medio de

un trailer promocional que recorre toda la Argentina, ofreciendo al público una experiencia vivencial de los destinos turísticos del país, con juegos digitales y entrega de merchandising.

- Promoción de Argentina en el mercado interno, realizada mediante la difusión y acuerdo de convenios de cooperación mutua con diversos actores ligados al sector turístico. Algunos de estos aliados estratégicos han sido: Aerolíneas Argentinas, las principales Cámaras pertenecientes al sector turístico, la Cámara de Centros de Esquí y Snowboard, Bodegas de Argentina y Destino Argentina, entre otros.
- Comunicación a través de canales tradicionales, como ser gráfica, radio, televisión, vía pública, sitio web y demás y a través de presencia en eventos, ya sea tanto turísticos como deportivos o de otras industrias que fomentan el desarrollo del sector.
- Presencia en más de 1200 diferentes eventos de Promoción (Ferias Nacionales e internacionales, fam press, fam tours y Workshops) desde 2005.
- Implementación de comunicación online, a desarrollarse en plataformas tales como: Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, permitiendo una llegada más fluida al público objetivo y un feedback en el relacionamiento con el mismo.
- Impulso a la creación del Corredor Federal de Aerolíneas Argentinas que une Bariloche, Mendoza, Salta e Iguazú sin pasar por Buenos Aires. El mismo re-

distribuye los flujos turísticos por vía aérea, favoreciendo el desarrollo regional. Este vuelo supero ampliamente las expectativas originales, lo que motiva a la creación de otras rutas transversales. El Corredor Federal genera mayor y mejores movimientos turísticos uniendo varias regiones del país, permitiendo además tener más visitantes que permanezcan en nuestro país durante más tiempo. A su vez, facilita la forma de recorrer Argentina, minimizando los tiempos de espera de los turistas.

- Impulso a la reforma de los días feriados nacionales y el establecimiento de los "días puente" con el objetivo de dar previsibilidad al calendario de viajes y de extender los fines de semana para estimular la actividad turística, el desarrollo regional y el consumo interno. La creación de feriados de Carnaval y el puente en el Día de la Memoria impactó positivamente en el sector, registrándose



Patricia Vismara en Exponieve. Foto: Ministerio de Turismo.

se un aumento del 17 % en las pernотaciones de residentes y en un 4 % en las pernотaciones de los no residentes de acuerdo con los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH).

### Promoción Turística Internacional -INPROTUR-

- Evaluación, a través del análisis de estudios de mercados, respecto de las variables para clasificar a los mercados emisores donde se realizan proactivamente, acciones de promoción internacional por parte del **INPROTUR**. A partir de esta información, se elaboraron los criterios para la clasificación de mercados a nivel promocional y a su vez se identificaron y valorizaron los mercados emisivos en Prioritarios, Estratégicos y Potenciales.
- Innovación comunicacional a través de la adjetivación de la marca Argentina, Late con vos y la utilización de cinco nuevos ejes comunicacionales (**Argentina Gourmet, Argentina Auténtica, Argentina Natural, Argentina Activa y Argentina Reuniones**) que engloban los principales atractivos del país a través de productos turísticos (Ruta del Vino, Turismo Cultural, Turismo de Aventura, etc.). Producción de la nueva campaña visual con una serie de 77 fotos y 5 videos institucionales.
- Desarrollo de la grilla de Producto / Mercado que permite la toma la decisión (dinámica y cambiante según los contextos), de qué acciones de promoción realizar en cada mercado, teniendo en cuenta los

intereses y motivaciones predominantes y conocidos en cada mercado emisor según tipo de producto motivador.

- Fomento de Alianzas Estratégicas públicas y privadas para el fomento de acciones conjuntas con compañías aéreas, operadores mayoristas extranjeros, universidades, productoras de TV / cine, asociaciones y ONG's entre otros, para el fomento del turismo receptivo.
- Implementación de nuevas tecnologías. Desarrollo de la página web **www.argentina.travel**, herramienta útil para el turista extranjero, traducida al Inglés, Portugués, Alemán, Francés, Italiano, Japonés y Chino. Desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles, con guía de viajes de Argentina (ej. I-phone, ipod). Desarrollo de comunicación a través de redes sociales, con actualización y comunicación permanente (Facebook, Twitter, Youtube y Foursquare).
- Participación en diferentes tipos de eventos: Grandes Ferias (Anato Bogotá, Fitur Madrid, WTM Londres, BIT Milán, IMEX Frankfurt, ABAV Brasil, entre otras), Ferias Generales, Ferias de Productos (London Wines, Adventurs & Sport Fair, FIEPO Latinoamérica, Seminarios de Capacitaciones, Workshops y Roadshows, Press Trips y Fam Tours, Exposiciones y Congresos, Acciones innovadoras a público directo (Rally Ruta 40, Rally Dakar, Films de músicos en Argentina, entre otros).
- Organización del evento **Rally Dakar**, que requiere de un arduo trabajo que

se coordina desde el **INPROTUR** con todos las partes involucradas (provincias, participantes, organizadores internacionales, etc.). Esta acción, de gran envergadura a nivel mundial, lleva a la Argentina a 2.200 millones de tele espectadores en todo el mundo, generando la promoción internacional a través de las imágenes de esta importante competencia deportiva.

- Realización de campañas cooperadas: más de 1900 acciones en 34 países alrededor del mundo desde 2005 hasta 2011 (2009 - 653 acciones / 2010 - 670 acciones / 2011 transcurrido- 250).

**LA GESTION ORGANIZACIONAL**

**Relaciones Internacionales**

- Coordinación de acciones con el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, referidas a la promoción, negociación y celebración de acuerdos bilaterales y multilaterales; la organización de reuniones técnicas y políticas bilaterales en materia de cooperación e integración y aspectos ligados a las relaciones institucionales con diversos organismos o foros regionales e internacionales, entre otros. Contribución al financiamiento, ejecución y seguimiento de requerimientos de asistencia técnica, mediante el Fondo Argentino de Cooperación Horizontal (FOAR) y participación en las Misiones Comerciales Multisectoriales (MCM), que buscan estrechar los vínculos con diversos países de la comunidad internacional.

**Relaciones Bilaterales**

- Implementación de una política de inserción activa, con el objeto de consolidar una plataforma de vinculación y cooperación con otros Estados de la comunidad internacional, estableciendo y sosteniendo cooperaciones técnicas con países de la región (Chile, Bolivia, Paraguay, Perú, Panamá, Venezuela, entre otros) sobre diversas temáticas, a saber: promoción turística, normas de calidad turística, seguridad turística, desarrollo turístico, entre otros. Asimismo, se ha participado en reuniones de los Comités de Integración realizados con Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay y en Reuniones Binacionales, celebradas en diferentes países, como ser Chile, Croacia, Italia, Uruguay, Venezuela, entre otros.

**Relaciones con el MERCOSUR**

- Mantenimiento de una política de integración con los demás Estados Miembros y Asociados, con el objeto de consolidar el sector turístico en la región, a través de la organización e institucionalización de las Reuniones Especializadas de Turismo y las Reuniones de Ministros de Estado de Turismo del MERCOSUR, con resultados positivos que contribuyen al fortalecimiento de los lazos de hermandad a través del sector turístico.

**Organismos Internacionales**

- Fortalecimiento de la relación con la Organización Mundial del Turismo (OMT), mantenido un rol protagónico ocupando diversos cargos en sus órganos principales (Asamblea General y Consejo Ejecutivo) y subsidiarios (Presidencia del

Comité de Presupuesto y Finanzas, Comité de Ética para el Turismo, Comisión Regional para las Américas) y realizando la organización de numerosos eventos bajo la coordinación del organismo internacional.

- Sostenimiento de una política de participación activa en los principales foros, eventos, congresos, seminarios y cursos, en el marco de diferentes organismos internacionales como son la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE), la Liga de Estado Árabes (LEA) y numerosas agencias especializadas de Naciones Unidas, entre otros.

- Participación y aporte del Ministerio de Turismo en las reuniones de Ministros del T.20

(foro especializado de turismo del G.20), realizadas en febrero de 2010 en Pretoria - República de Sudáfrica y en octubre de 2010 en Buyeo - República de Corea.

**100 Años del Turismo Argentino**

- Instrumentación del programa 100 Años del Turismo Argentino, que implica una campaña de formación de "Conciencia Valorativa del Turismo", logrando que en gran parte del país se incluyera la temática del turismo en los planes de estudios en los distintos niveles de enseñanza y de la educación no formal.

- Realización de la campaña de divulgación en muestras alusivas de 100 Años del Turismo Argentino, al inaugurar la temporada del Verano 2007-08 en Mar del Plata, realizada en el Hotel Provincial. La muestra recibió 180 mil personas, quienes vieron las presentaciones gráficas y audiovisuales. Este ciclo se extendió, de una u otra forma, hasta el 25 de mayo del 2010 "Bicentenario de la Patria". Luego de Mar del Plata se repitió la presentación, en primer término en los Salones del Automóvil Club Argentino y luego por los "Caminos Reales", que integraban la actual República, donde se estima que visitaron la muestra 2 millones de personas.

- Como parte de este programa se destacan las siguientes acciones:

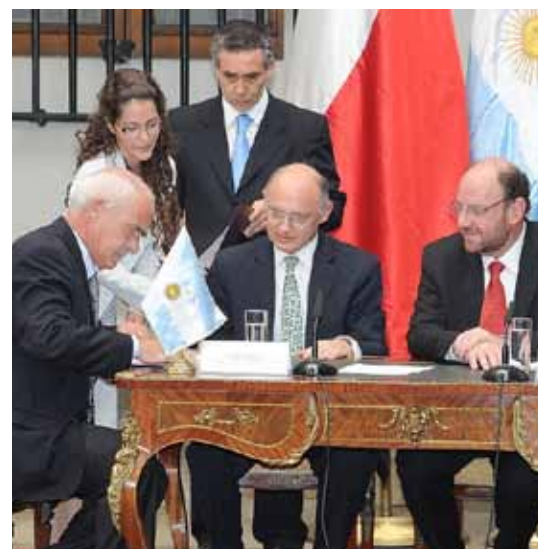
- ✓ Realización de la primera Web que recaba la historia del Turismo con un total de 33 mil visitas anuales.
- ✓ Publicación del libro que recopila la historia de los primeros

100 años de desarrollo del Turismo.

- ✓ El envío de un Boletín Semanal "100 Años" retransmitido a más de 5 millones de personas.
- ✓ La generación del tesoro turístico (diccionario) que unifica el lenguaje turístico nacional, que fue entregado a todas las entidades turísticas, instituciones, y medios relacionados con el turismo.
- ✓ Donación de manuscritos de Carlos Gesell al museo del municipio de Villa Gesell, en la celebración del 120º aniversario del natalicio de su fundador.



Reunión de la Comisión para la OMT de las Américas. Foto: Ministerio de turismo.



Relaciones internacionales. Foto: Ministerio de Turismo.



Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo.

Foto: Ministerio de Turismo.



100 Años de Turismo Argentino. Foto: Ministerio de Turismo.

#### 4.2. Proyecciones sobre el futuro de la actividad.

Este apartado del documento de actualización del Plan Federal pretende llevar nuestra mirada a determinados temas, sobre los que los referentes de los principales campos de actuación del organismo nacional de Turismo consideran necesario hacer foco en el futuro próximo de la actividad. Su breve enunciación y descripción cumple la función de poner en relieve la importancia de su próxima incorporación y abordaje, a través de la gestión de la política turística.

##### LA REGIONALIZACION DEL DESARROLLO TURISTICO.

El modelo integrado y descentralizado impulsado por el PFETS otorga un valor estratégico a las instancias regionales de desarrollo, donde cada región turística de nuestro país asume el compromiso de planificar e imaginar su futuro, construyéndolo de manera participativa y colaborativa, a partir de sus particularidades sociales, ambientales, político-institucionales y económicas.

Por lo tanto, en nuestro Plan las ideas de desarrollo escapan del concepto de universalidad y se aproximan a lo contextual. Poniendo el foco en lo intra-regional, los actores comprometidos con las premisas, realidades, anhelos e historias locales, comprenden que lo turísticamente relevante emerge de cada región y se fortalece mediante su interacción inter-regional.

Este enfoque otorga singularidad a los procesos de creación de productos turísticos y

fortalecimiento de los destinos, ya que implica que la responsabilidad del propio desarrollo turístico está signada por la identidad y saberes de cada región.

##### RESPECTO POR LOS UMBRALES DE CRECIMIENTO.

Hoy estamos llamados a reflexionar sobre el concepto de desarrollo turístico sustentable, entendiendo que (desde el actuar) no es sinónimo de crecimiento ilimitado. La evolución y complejización de la actividad nos plantea la necesidad de innovar las mediciones del turismo y considerar indicadores de desarrollo sustentable, además de los tradicionales indicadores de crecimiento hasta el momento utilizados.

Estas herramientas asociadas a la planificación estratégica, cumplen la función de aportar entendimiento sobre los umbrales de crecimiento de los destinos turísticos, en relación a factores como el riesgo, amenazas, fortalezas, debilidades e impactos, entre otros.

Por lo tanto, estaremos abocados a la construcción y actualización permanente de un Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sustentable. A través del mismo, buscaremos alcanzar una mayor profundidad de análisis y contribuir a la investigación de una problemática tan compleja e interdisciplinaria como es la que vincula el turismo con las dimensiones ambiental, social, político-institucional y económica.

##### DE LA COMPRESION AL CONOCIMIENTO.

La información se ha convertido en una variable clave y estratégica en los procesos de desarrollo turístico del siglo XXI. Sin embargo, información no es sinónimo de conocimiento. Del dato significado pasamos a la información, y posteriormente necesitamos un estadio de comprensión que facilita una adecuada gestión del conocimiento para la toma de decisiones.

El futuro nos convoca a construir instancias que generen comprensión sobre los fenómenos turísticos. Los cambios en el escenario mundial, desde lo político, ambiental, social, cultural y económico, nos van llevando a tomar conciencia de que es necesario crear estos procesos de información-comprensión-conocimiento entre los actores implicados.

En tal dirección, la articulación y transferencia del Sistema de Información y Estadística Turística (SIET) a los actores regionales y provinciales, será una prioridad en este período que se inicia, con el objetivo de socializar la información y sentar las bases para una gestión del conocimiento más estratégica que coadyuve al desarrollo competitivo.

Asimismo, se incrementarán las acciones de fortalecimiento en el plano de la Educación, la Formación y el Empleo. Desde el Ministerio de Turismo nos hemos propuesto liderar, de manera compartida con el sector universitario y empresario, un proyecto de transformación del nuevo perfil del graduado en turismo ante los constantes cambios, especialmente en la adaptación de las necesidades del mercado laboral.

Para ello se fortalecerá la Red Nacional de Educación, tomando como iniciativa ejercer un liderazgo que facilite un sentido de dirección; dotándola de motivación y compromiso por parte de sus integrantes.

A través de la aplicación de la metodología de la Gestión del Conocimiento, que plantea la elaboración de contenidos y productos de manera colaborativa y constructiva, y apoyándonos en las Nuevas Tecnologías de Información, hemos generado Foros Virtuales Colaborativos a través del Campus Virtual del MINTUR, tanto para involucrar a la Red de Capacitación como para la Red de Educación. Buscamos fortalecer, a futuro, esa forma de trabajo conjunto para generar contenidos y trabajos, además de promover encuentros y nuevos espacios de debate y construcción, en pos de la recalificación de los recursos humanos del sector.

##### PROFUNDIZACION DEL DIALOGO SOCIAL.

Un enfoque que nos conecte con el futuro implica la necesaria participación colaborativa de los principales promotores del desarrollo turístico del sector público y empresarial, incluidos en el proceso de construcción turística a nivel local, regional y nacional. Desde esta mirada, es necesario amalgamar las políticas públicas en sus distintos niveles jurisdiccionales, aunando voluntades y generando sinergia con las actuaciones del sector privado, el sector académico y las asociaciones intermedias del turismo.

El fin último de todo desarrollo apunta a resignificar la calidad de vida de nuestros ciudadanos. El trabajo en pos de este objetivo, requiere de una profundización y consolidación del diálogo social, que sea responsable, contextual, interactivo y ético, facilitando un desarrollo sustentable con un horizonte a largo plazo. Por lo tanto, consolidar el camino del diálogo como medio para fortalecer el desarrollo, será una premisa de trabajo para los próximos años.



Bodega Caroya. Foto: Ministerio de Turismo.



Las Experiencias  
Logradas

## UN GRAN PASO ADELANTE

### CONSTRUCCION DE ESPACIOS INTERMINISTERIALES.

La articulación con los demás Ministerios, nos permitirá optimizar la actuación del Estado Nacional, a través de un abordaje integral que posibilite consolidar las acciones de desarrollo turístico en el país.

En dicho trabajo, el turismo se convierte en el eje sectorial vertebrador y el Ministerio de Turismo en el organismo que aporta su conocimiento, mapa de actores, estrategia de desarrollo, herramientas y recursos específicos para la intervención territorial directa. De esta manera, el sector podrá potenciar todas las herramientas que tiene el Estado Nacional para propiciar el desarrollo territorial y vincularlas a las experiencias y proyectos en implementación.

Siguiendo la idea de que el Turismo puede convertirse en un núcleo importante para el trabajo colaborativo propuesto, desde el Ministerio de Turismo asumimos la iniciativa de construir propuestas integradoras para aunar, con los demás Ministerios, en el marco de la realidad turística de nuestro país.

### CONSOLIDACION DE LA GESTION DE LA CALIDAD.

El marco referencial propuesto por el Sistema Argentino de Calidad Turística, con las herramientas que conforman el Sistema (y aquellas en etapa de desarrollo, como las Directrices de Turismo Familiar o las Directrices de Gestión Medio Ambiental para Municipios y para Prestadores Turísticos) estarán diseñadas hacia el fortalecimiento de la oferta turística, principalmente orientadas al sector privado. Con el objetivo de consolidar una gestión eficaz por parte del sector público, en especial desde sus Organismos Locales de Turismo, considerando diversos ejes, como el

de la promoción, planificación y desarrollo del destino entre otros.

En tal sentido, prevemos la creación de un Instituto para la Calidad Turística Argentina (ICTA), una entidad de Reconocimiento y Distinción de la implementación de las herramientas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) con especialidad hacia el sector turístico, tanto privado como público. Tendrá como objetivos estimular la mejora del servicio turístico ofrecido a los clientes y, consecuentemente, su nivel de satisfacción. Implementará la cultura de la calidad y de la mejora en el sector, impulsando el desarrollo de un modelo de gestión de la calidad, flexible y accesible a todos los empresarios y a las Administraciones Públicas, además de mejorar y dar a conocer la imagen del producto turístico a través del establecimiento de un Sistema reconocido (nacional e internacionalmente) que ofrezca un elevado nivel de garantía al cliente.

### SEGURIDAD TURISTICA.

Estamos siendo testigos de los cambios cualitativos en el mundo en cuanto a seguridad se refiere. Comenzamos a hablar de gestión de los riesgos en todos los ámbitos de la vida humana. Un nuevo concepto de Seguridad más integral e inclusivo que abarca nuevos riesgos, producto del avance tecnológico en algunos casos y, en otros, generado por el propio hombre con sus acciones en desmedro del medioambiente. El concepto de seguridad humana, formalizado por las Naciones Unidas, abarca toda la actividad humana y está básicamente orientado a la obtención de una cultura de la prevención, en un proceso de participación ciudadano cada vez mayor en el debate, análisis y gestión de los riesgos, que legitime y acompañe las políticas públicas en la materia.

En este sentido, la seguridad turística tal como la concebíamos hasta hoy, basada en la protección policial y acción contra el delito en todas sus formas, comienza a ampliar su base de sustentación y a pensar los riesgos turísticos desde una perspectiva más integral, apoyada en la planificación sustentable de la gestión de los riesgos. Este cambio de paradigma, que ya ha sido visualizado en el plan estratégico, comienza a desarrollarse en el modelo de Gestión Integral del Riesgo Turístico (GIRTUR). El relevamiento sistematizado, la detección temprana, el análisis y tratamiento profesional de los riesgos propios de la actividad turística, son los nuevos mandatos emergentes de responsabilidades objetivas por parte de los gobiernos nacionales, provinciales y municipales que, en conjunto con las instituciones, empresas del sector y ciudadanos, deben impulsar su abordaje interdisciplinario.

### DIVERSIFICACION DE PRODUCTOS PARA EL MERCADO TURISTICO INTERNACIONAL.

En cuanto a las proyecciones en captación de flujos turísticos internacionales, observamos que la diversificación de productos turísticos hará la diferencia en cuanto a lograr la mayor atracción de turistas, todos ellos con diferentes motivaciones e intereses de viajes. Por destacar algunos, sostenemos que el fortalecimiento del producto Turismo de Reuniones (posición 18° en el ranking ICCA 2010 -International Congress & Convention Association- superando el doble en la cantidad de eventos

en Argentina desde 2005), junto a todas las actividades que se generen en los próximos años vinculadas a eventos deportivos a realizarse en Latinoamérica, serán un motor y traccionador de visitantes a nuestro país.

Por otra parte, la propuesta de turismo LGBT (Gay, lesbianas, transexuales y bisexuales) en la realidad inclusiva de Argentina, es muy difundida. La misma es y seguirá siendo muy aceptada en el exterior.



Cordón del Tigre. Foto: Ministerio de Turismo.

# 5.

Los Desafíos del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO



Turismo 2020



5.1 / La implementación de estrategias, programas y proyectos: los encuadres programáticos del Ministerio de Turismo.

5.2 / Los retos estratégicos de las Regiones Turísticas.

5.3 / La visión del sector empresario.

5.4 / Los desafíos del Turismo Argentino para el mediano plazo.

# Los Desafíos del Futuro | LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO



## 5.1. La implementación de estrategias, programas y proyectos: los encuadres programáticos del MINTUR por campos de actuación.

El proceso de planificación turística que se inició en agosto de 2004 con un horizonte de largo plazo, representa un hecho histórico y sin precedentes para la República Argentina. Contar con un plan estratégico nos ha permitido guiar con eficiencia el desarrollo del Turismo en todo el territorio y en todas las jurisdicciones del país.

El compromiso del Gobierno Nacional que

concibe al Turismo como uno de los caminos centrales en la construcción de un nuevo modelo de país, queda de manifiesto en esta nueva etapa de la planificación, al sostener las Premisas y las Estrategias originales que marcan el rumbo de la política turística, a la vez que plantea la actualización de los Programas Federales del Plan, adecuándolos al escenario actual del turismo argentino.



Lago Aluminé - Neuquén.  
Foto: Florian von der Fecht.

Las Premisas dieron el marco conceptual a la formulación del Plan Federal original durante el proceso participativo que culminó en junio de 2005, en el que estuvieron involucrados casi 500 actores de todo el país. Las mismas fueron concebidas por el equipo técnico, que coordinó el proceso original en el marco de una política nacional que propugnaba estos valores y que, como corresponde a una planificación sostenida, sigue sosteniendo e

impulsando en la actualidad, alineados tras de una visión de largo plazo, concertada a nivel nacional. Posteriormente, las premisas originales fueron reelaboradas y completadas en los talleres regionales, como resultado de la participación de los diferentes actores de las 6 regiones turísticas del país.

Las premisas consensuadas en 2005 se organizaron en cuatro bloques:

«La consolidación institucional».

«La sustentabilidad».

«Desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional».

«Sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional».

Desde el Estado se procura apoyar las inversiones inteligentes y sustentables, acompañando, fortaleciendo y monitoreando el efectivo desarrollo y compromiso del sector privado. El fortalecimiento del tejido empresarial nacional, alentando especialmente a las «PyMEs» y microempresas, es uno de los objetivos principales.

De igual forma, las Estrategias Federales surgieron del mismo proceso participativo, como resultado de una secuencia metodológica que implicó, a partir de la identificación de **conflictos** y **potencialidades**, la determinación de las **Ideas Fuerza** sobre las que se construyeron.

Las Estrategias Federales marcaron los principales cursos de acción, y fueron organizadas en **cinco Campos de Actuación: Organización y Gestión General, Desarrollo de la Oferta, Gestión de la Calidad, Promoción y Marketing, e Inversiones y Formas de Financiamiento**. A partir de ellos se formularon los Programas Federales, que operativizan la actuación del Ministerio de Turismo de la Nación.

Este conjunto metodológico de Ideas Fuerza, Estrategias y Programas Federales, conforman el **Mapa Conceptual Federal**. En él se pudieron caracterizar los procesos causales de la actividad turística.

### Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – Premisas y Estrategias formuladas en 2005.

PREMISAS	ESTRATEGIAS
La Consolidación Institucional del Turismo.	1. Creación y fortalecimiento de articulaciones regionales. 2. Asegurar la continuidad de políticas, la seguridad y homogeneización jurídica y legal. 3. Marca País – Turismo. 4. Innovación tecnológica cimentada en la coherencia y la correspondencia organizativa. 5. Creación del Instituto Nacional de promoción Turística.
La Sustentabilidad.	6. Sistema intersectorial de conservación del patrimonio natural y cultural. 7. Asegurar y mejorar la calidad en todos los destinos. 8. Generar valor e innovación a través del conocimiento continuo.
El Desarrollo Equilibrado del Espacio Turístico Nacional.	9. Red jerarquizada, diversificada y descentralizada de atractores, destinos y productos. 10. Red jerarquizada, articulada y descentralizada de servicios de soporte. 11. Marketing integrado y coordinado en base a la diversificación de productos y mercados.
Un Sistema de Incentivos y Estímulos para el Desarrollo Turístico Regional.	12. Planificación concertada de la inversión pública orientada al desarrollo turístico local y regional. 13. Fortalecimiento del empresariado nacional y promoción de las inversiones privadas. 14. Captación, gestión y contralor del financiamiento para el desarrollo de destinos y productos turísticos.

Fuente: DDO, SSDT, MINTUR

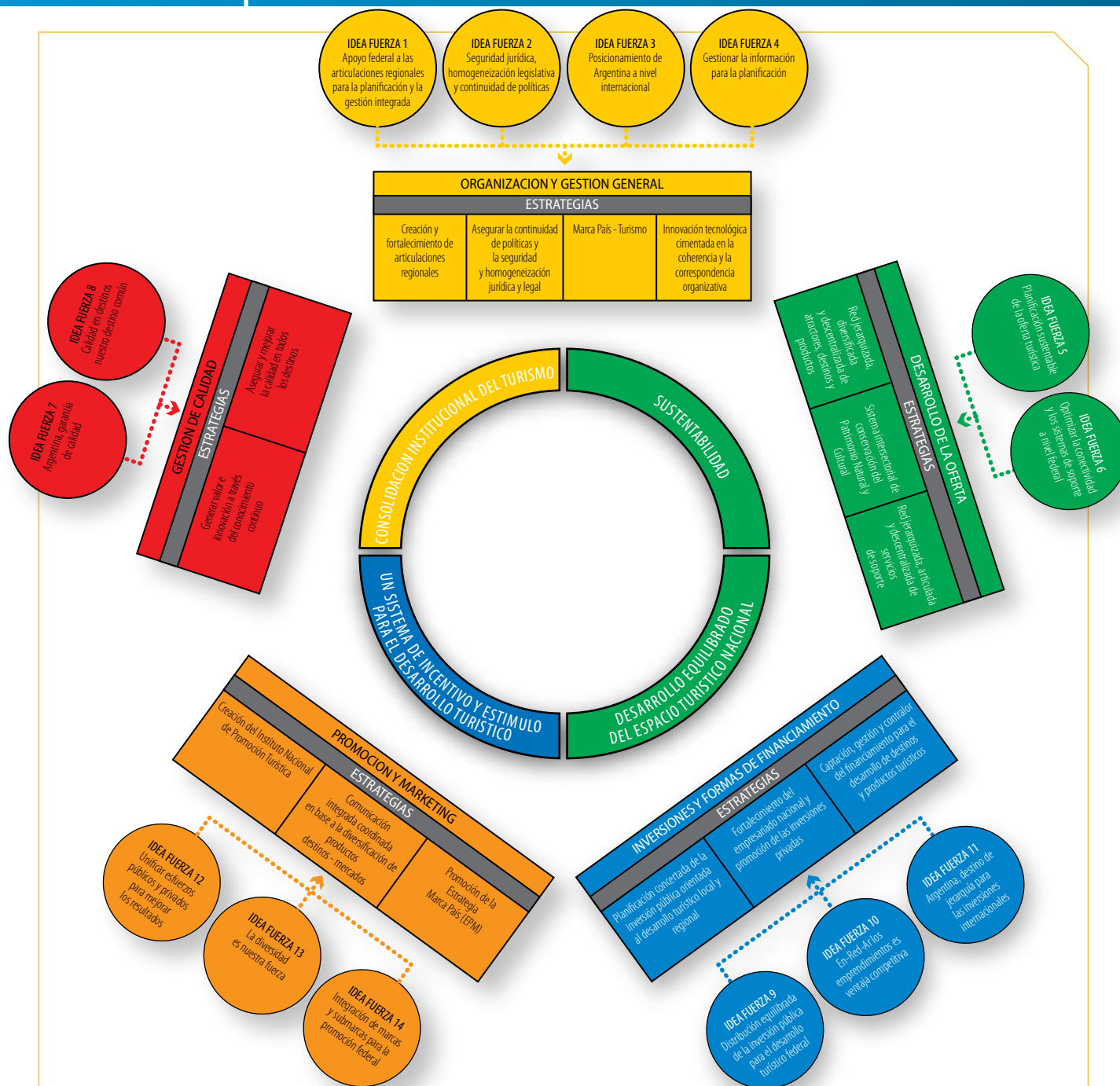
Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, 2005

# Los Desafíos del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

El Mapa Conceptual Federal adopta la forma de un pentágono, para ilustrar los 5 conjuntos de Ideas Fuerza, Estrategias y Encuadros Programáticos, de acuerdo a los 5 Campos de Actuación acordados como consecuencia del trabajo participativo en el Plan.

Sus 5 lados forman un sistema de actuación sinérgica entre los 5 componentes, con dos tensiones o interrelaciones fundamentales: hacia adentro del pentágono, con los 4 bloques de Premisas adoptados. Hacia afuera, con las Ideas Fuerza, Estrategias y Encuadros Programáticos de cada región, de modo de garantizar un flujo de políticas afines entre la Nación y las regiones.



Respetando los campos de actuación del **Plan Federal**, se ha reformulado en esta etapa de actualización, el marco operativo representado por los Programas Federales.

La adecuación y ajuste de los **Programas Federales**, se fundamenta esencialmente en los siguientes puntos:

- Los cambios del escenario actual. Una vez puesto en marcha el Plan, se ve el impacto de los cambios contextuales inherentes al paso del tiempo que, por la amplitud del horizonte temporal, mostraban la necesidad de rever los programas federales.
- La experiencia de haber transitado el camino de la planificación durante los últimos 6 años con una mirada de largo plazo, sin desatender las coyunturas del sector en particular y del país en general.
- Los encuadros programáticos regionales que se han elaborado por medio de la Red de Articulación Federal en cada una de las 6 Regiones Turísticas argentinas, ponen de manifiesto los denominadores comunes de la problemática turística Argentina.
- El debate e intercambio con los referentes de las entidades miembros de la Cámara Argentina de Turismo, que han expresado sus necesidades en materia de prestación de servicios turísticos.
- La necesidad de adecuar los programas a la dinámica de gestión del Ministerio de Turismo de la Nación, organizado en áreas de actuación ya consolidadas.

- La condición instrumental que deben poseer los programas de alcance nacional, facilitando y sirviendo de soporte a las diferentes instancias de gestión, tanto regional, provincial, como municipal.

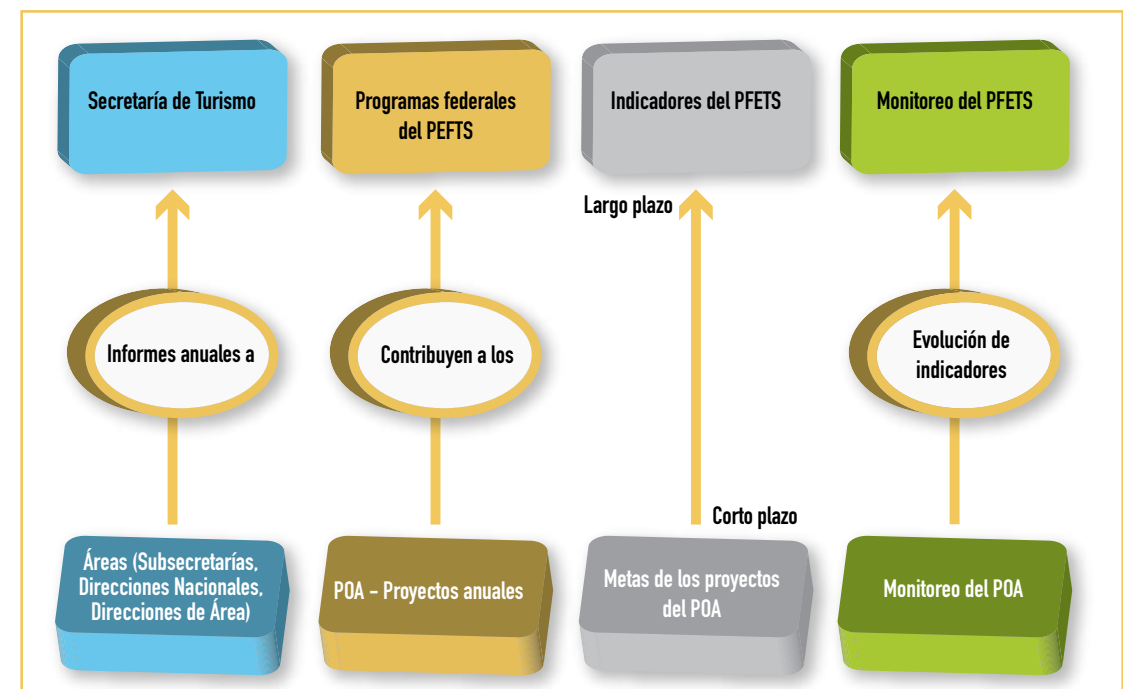
En este marco, se llevó a cabo el 22 de febrero de 2011 una reunión con todos los referentes de las distintas áreas del Ministerio de Turismo para consensuar las bases para la actualización de los Programas Federales.

Se decidió perfeccionar la gestión operativa de modo que los Programas Federales contengan una raíz instrumental más sólida, acotando su cantidad, a fin de hacer foco en las cuestiones más estratégicas y representati-

vas de la realidad nacional, procurando mayor eficiencia en la gestión.

Los programas tienen un horizonte de mediano y largo plazo. Desde allí, y a los efectos de poder alcanzar sus propósitos, cada área del Ministerio de Turismo formula sus **proyectos operativos anuales**, los que cubren el conjunto de actuaciones que cada área ejecuta durante el año, a fin de cumplimentar los requerimientos de los programas federales. El compendio de los proyectos anuales de cada área de gestión se integra en el **Plan Operativo Anual (POA) del MINTUR**.

### Esquema Operativo del Ministerio de Turismo





Taller Programas Federales. Foto: Ministerio de Turismo.

Cada Programa Federal cuenta con su/s **indicador/es** y su/s **medio/s de verificación**. A su vez, cada proyecto anual debe contar con sus respectivas **metas**.

Una vez que se acordaron estas premisas de base, los referentes de las áreas del MINTUR participaron del "Taller Interno para la Formulación de los Programas Federales" que se realizó el 22 de marzo del corriente, cuyo objetivo fue aunar los criterios metodológicos necesarios para avanzar en la reformulación de los programas y poder definir sus indicadores de gestión.

Luego de un proceso de análisis y reflexión interna, se logró consolidar un esquema de **23 Programas Federales** organizados en los cinco campos de actuación referidos anteriormente.

### PROGRAMAS FEDERALES.

#### CAMPO DE ACTUACION: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

##### FIN:

Facilitar y transparentar el accionar de la organización para el cumplimiento de las estrategias y políticas turísticas enunciadas en el PFETS, a través de la formulación de un sistema de programas federales.

##### PROPOSITO:

Relacionar los campos de actuación con las áreas de la organización con competencia para la implementación del plan en la instancia nacional.

### PROGRAMAS.

#### 1. PROGRAMA DE COORDINACION ESTRATEGICA DE LA GESTION TURISTICA.

##### PROPOSITO:

Coordinar el diseño e implementación de instrumentos de gestión estratégica de turismo sustentable, en conjunto con los distintos actores del sistema turístico argentino.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Coordinación de Gestión Turística Estratégica.

#### ACCIONES PRINCIPALES

Articular los programas de la Secretaría de Turismo a nivel regional y provincial, en conjunto con el Consejo Federal de Turismo.

Sostener y fortalecer la red de articulación federal, que integran referentes técnicos provinciales y municipales de turismo, vinculados a la gestión de la política turística.

Implementar una metodología de monitoreo y evaluación continua del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.

Gestionar la actualización continua del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Comunicar a los distintos públicos los alcances del proceso de planificación, en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable y sus sucesivas actualizaciones.

Difundir y divulgar el modelo de planificación federal estratégica de turismo sustentable en los ámbitos nacional e internacional.

#### 2. PROGRAMA DE ARTICULACION FEDERAL.

##### PROPOSITO:

Consolidar y sostener la articulación federal, interviniendo en el desarrollo de las actividades entre el Consejo Federal de Turismo y el Ministerio de Turismo.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Coordinación del Consejo Federal de Turismo.

#### ACCIONES PRINCIPALES

Asesorar al Secretario de Turismo en temas estratégicos relacionados con el Consejo Federal de Turismo.

Asistir al Secretario de Turismo en los aspectos relacionados con la elaboración de políticas que promuevan el consenso interjurisdiccional, en el marco del Consejo Federal de Turismo.

#### 3. PROGRAMA DE ACCIONES MULTILATERALES.

##### PROPOSITO:

Promover el accionar multilateral, para la profundización de los procesos de integración regional y el liderazgo en organismos internacionales. Promover el turismo responsable.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Dirección de Relaciones Internacionales e Institucionales.



# 5

## Los Desafíos del Futuro

# LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### ACCIONES PRINCIPALES

Gestionar, organizar y dar seguimiento a las acciones relacionadas con la participación del MINTUR, en las diferentes instancias internacionales.

Mantener la presencia activa de la República Argentina en los Organismos Internacionales.

Profundizar la integración regional a través del turismo.

Generar informes estratégicos.

#### 4. PROGRAMA DE ACCIONES BILATERALES.

##### PROPOSITO:

Promover y profundizar las acciones bilaterales, para consolidar la plataforma de vinculación y cooperación con otros Estados.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Dirección de Relaciones Internacionales e Institucionales.

### ACCIONES PRINCIPALES

Profundizar la cooperación bilateral con otros países.

Conciliar los intereses del MINTUR con los de organismos de otros países.

Gestionar, organizar y dar seguimiento a las acciones del MINTUR con otros países.

Exportar servicios turísticos argentinos.

Generar Informes estratégicos.

#### 5. PROGRAMA FEDERAL DE TURISMO INCLUSIVO.

##### PROPOSITO:

Facilitar a un segmento del turismo interno de escasos recursos, el acceso a un período vacacional en las Unidades Turísticas de Embalse y Chapadmalal en un proceso de inclusión social bajo estándares de calidad y sustentabilidad.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Dirección de Prestaciones Turísticas.

### ACCIONES PRINCIPALES

Administrar la oferta de plazas en las Unidades Turísticas, considerando una demanda en constante crecimiento.

Realizar obras de infraestructura y mantenimiento en la Unidades Turísticas.

Procurar la capacitación permanente del personal de las Unidades Turísticas.

#### 6. PROGRAMA FEDERAL DE TURISMO SOCIAL.

##### PROPOSITO:

Posibilitar el acceso al turismo a familias de escasos recursos, personas de la tercera edad y a estudiantes terciarios y universitarios, a bajo costo en diversos destinos emergentes de nuestro país.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Dirección de Prestaciones Turísticas.

### ACCIONES PRINCIPALES

Consolidar una oferta turística emergente diversificada a lo largo y ancho del país.

Generar oferta que rompa la estacionalidad de los destinos emergentes.

Favorecer el desarrollo de los destinos emergentes a través de la consolidación de las de PyMEs hoteleras.

#### 7. PROGRAMA NACIONAL DE FACILITACION TURISTICA.

##### PROPOSITO:

Articular la gestión transversal de los organismos del estado nacional, coordinando las distintas instancias y armonizando las normativas vigentes.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Secretaría de Turismo.

### ACCIONES PRINCIPALES

Crear el Comité Interministerial de Facilitación Turística.

Procurar la formulación de normas, reglamentaciones y actos administrativos dados en función de políticas nacionales consensuadas.

#### 8. PROGRAMA DE ARTICULACION TURISTICA CON EL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS.

##### PROPOSITO:

Consensuar las políticas de integración de la actividad turística a las áreas protegidas del país, potenciando la oferta nacional en un marco de conservación del patrimonio natural y de desarrollo sustentable.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Administración de Parque Nacionales.

### ACCIONES PRINCIPALES

Coordinar con el Ministerio de Turismo las estrategias y acciones de desarrollo turístico en el marco del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Planificar estratégicamente las actividades de las áreas protegidas y, en particular, el uso público dentro de las mismas, armonizando los criterios tendientes a la conservación de la Biodiversidad, con los de las actividades turísticas que se desarrollan en las regiones en las que se sitúan.

Gestionar un sistema de indicadores de sustentabilidad turística en el marco del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

##### CAMPO DE ACTUACION: DESARROLLO DE LA OFERTA.

##### FIN:

Promover el desarrollo equilibrado y sustentable del turismo, aumentando su incidencia en el sistema productivo nacional.

##### PROPOSITO:

Construir y consolidar una estructura equilibrada y sustentable de espacios turísticos que aporte al desarrollo nacional, regional y local.

### PROGRAMAS.

#### 9. PROGRAMA DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURISTICOS PARA EL DESARROLLO INCLUSIVO.

##### PROPOSITO:

Contribuir al desarrollo sustentable e inclusivo de destinos y productos, a fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades con vocación turística del país, procurando generar experiencias significativas en los visitantes.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Subsecretaría de Desarrollo Turístico, a través de:

Dirección de Desarrollo de la Oferta.  
Dirección Nacional de Desarrollo Turístico.

### ACCIONES PRINCIPALES

Formular los proyectos de actuación e instrumentales y planes de mejora para los destinos y productos pre-identificados.

Elaborar los correspondientes mapas para la planificación de los destinos y productos pre-identificados.

Celebrar convenios, actas y acuerdos interinstitucionales con los diferentes actores, organismos, instituciones y/o empresas involucrados en el desarrollo de los destinos y productos pre-identificados.

Generar informes, documentos técnicos y publicaciones relacionados con el desarrollo sustentable e inclusivo de los destinos y productos pre-identificados.

Mantener las bases de datos de destinos y productos actualizada.

#### 10. PROGRAMA DE INVESTIGACION Y ESTADISTICA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE.

##### PROPOSITO:

Realizar investigaciones que contribuyan al diseño de políticas turísticas sustentables y generar indicadores que den cuenta de la evolución y contribución económica, social y ambiental de la actividad turística, para la toma de decisiones.

##### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Subsecretaría de Desarrollo Turístico, a través de:

Dirección de Estudios de Mercado y Estadística.  
Dirección Nacional de Desarrollo Turístico.

### ACCIONES PRINCIPALES

Producir y divulgar informes que documenten la evolución y características del turismo receptivo, emisor e interno, a través de la ejecución de operativos estadísticos.

Producir y divulgar informes de síntesis de la contribución económica del turismo a través de la aplicación de la Cuenta Satélite de Turismo e indicadores macroeconómicos del turismo.

Producir y divulgar informes de evolución de indicadores ambientales del turismo a través de información secundaria.

Producir y divulgar informes de investigación de coyuntura y estructura de la actividad turística.



# 5

## Los Desafíos del Futuro

# LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### 11. PROGRAMA DE GESTION DEL CONOCIMIENTO PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO.

**PROPOSITO:**

Consolidar la generación de conocimiento significativo que actúe de conector entre los procesos de desarrollo y fortaleza, a igual tiempo, los procesos de interpretación y actuación en pos de alcanzar umbrales de competitividad turística aceptables.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Subsecretaría de Desarrollo Turístico, a través de:

- Dirección de Inversiones Turísticas.
- Dirección de Desarrollo de la Oferta.
- Dirección de Estadísticas y Estudios de Mercado.
- Dirección Nacional de Desarrollo.

**CAMPO DE ACTUACION: GESTION DE LA CALIDAD.****FIN:**

Consolidar a la República Argentina como un país referente por la calidad y excelencia de sus servicios turísticos.

**PROPOSITO:**

Generar sistemas integrados de gestión de la calidad mediante el fomento de la investigación, la capacitación y orientación del mercado laboral. A la vez, procurar la difusión de herramientas para la gestión de la calidad, desarrollo de normas, procesos reguladores y de control, que aseguren el correcto desenvolvimiento de los servicios turísticos para acentuar las ventajas competitivas en los destinos turísticos.

**PROGRAMAS.**

#### 12. PROGRAMA DE CALIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD.

**PROPOSITO:**

Desarrollar la competitividad del sistema turístico argentino y la actividad turística en todas sus áreas, con el objeto de satisfacer la demanda turística, nacional e internacional, asegurando las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad, favoreciendo la articulación entre todos los actores a través de estándares internacionales de calidad, preservando la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:** Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Contribuir a garantizar la calidad ambiental, social y cultural, y la calidad de servicio, solucionando problemas y atenuando impactos a partir de su implementación.

Establecer pautas específicas para la gestión de la calidad y la gestión ambiental de cada sector.

Proveer un marco de referencia para la optimización en la prestación de los servicios.

Promover el desarrollo de sistemas de calidad que tengan en cuenta, de manera integral, la satisfacción del usuario, la seguridad y la preservación de los recursos naturales, culturales y el respeto a la comunidad anfitriona.

Establecer pautas de acción para las intervenciones físicas en el territorio.

Facilitar la inclusión de servicios turísticos accesibles para personas con discapacidad.

Proponer acciones de concientización de los diversos actores involucrados en la actividad.

Mejorar la calidad de productos y servicios, permitiéndole mantener y/o actualizar los estándares alcanzados, a lo largo del tiempo.

#### 13. PROGRAMA DE FORMACION, EDUCACION Y EMPLEO PARA LA SOSTENIBILIDAD.

**PROPOSITO:**

Desarrollar acciones de capacitación de los recursos humanos vinculados a la actividad turística en provincias y municipios, con el fin de adecuar los productos turísticos existentes a las nuevas exigen-

cias de la demanda en un marco de búsqueda de la excelencia y la calidad.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística, a través de:

Dirección de Calidad y Formación para el Turismo.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Generar una oferta flexible, dinámica y ajustada a las necesidades de cada uno de los destinos.

Asesorar y elaborar programas de capacitación. Seguimiento y evaluación del proceso integral de capacitación.

Seguimiento y evaluación del proceso integral de capacitación.

Sostener la calidad de los servicios turísticos a través del proceso de capacitación permanente de los recursos humanos del sector.

#### 14. PROGRAMA DE PROTECCION AL TURISTA.

**PROPOSITO:**

Desarrollar normativas de procedimientos eficaces tendientes a la protección de los derechos de los turistas y a la prevención y solución de conflictos en los ámbitos mencionados.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística, a través de:

Dirección de Registro y Fiscalización de Agentes de Viaje.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Incrementar el nivel de cumplimiento de las normas que regulan la actividad turística.

Proteger al turista, prevenir y solucionar conflictos que se generen en el ámbito de los servicios turísticos.

**CAMPO DE ACTUACION: INVERSIONES Y FORMAS DE FINANCIAMIENTO.****FIN:**

Ampliar y jerarquizar la oferta de productos, destinos y servicios turísticos a través de la inversión de capitales nacionales y extranjeros.

**PROPOSITO:**

Fomentar y promover acciones tendientes a captar y orientar la inversión de capitales y las fuentes de financiamiento en el marco de un desarrollo turístico sustentable.

**PROGRAMAS.**

#### 15. PROGRAMA DE INVERSIONES PARA EL DESARROLLO EQUITATIVO.

**PROPOSITO:**

Concertar y promover inversiones turísticas que contribuyan al desarrollo turístico equitativo en el territorio.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Subsecretaría de Desarrollo Turístico, a través de:

Dirección de Inversiones Turísticas. Dirección Nacional de Desarrollo Turístico.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Transferir la inversión pública MINTUR para ejecución de obras turísticas.

Elaborar la Guía con Oportunidades de Inversión privada (ROIT) y acciones de promoción concretas a realizar.

Generar las condiciones para la incubación de empresas turísticas para el desarrollo de Mipymes competitivas turísticas.

Procurar la obtención de financiamiento nacional e internacional destinado al sector turístico público-privado.

#### 16. PROGRAMA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD.

##### 16.1 AREAS PILOTO – CORREDOR DE LOS LAGOS Y CORREDOR IGUAZU – MISIONES.

**PROPOSITO:**

Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística, tanto en el Corredor de los Lagos como en el Corredor Iguazú-Misiones, a través de la mejora de la gestión y condiciones de visita de los atractivos turísticos para atraer, retener y satisfacer al turista. También por medio de la mejora de los niveles de información sobre atractivos y actividades turísticas para redistribuir el flujo de visitantes y alargar la estadía, el apoyo al desarrollo del producto turístico en los corredores y su comercialización en el mercado internacional, para diversificar la composición de la demanda.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Elaborar estudios y diseños finales, obras, equipamientos y asistencia técnica, destinados a permitir un adecuado aprovechamiento de: Parques Nacionales Lanín, Nahuel Huapi, Los Arrañanes, Los Alerces y Lago Puelo. Misiones Jesuíticas en el Corredor Iguazú-Misiones. Atractivos y centros turísticos locales en ambos corredores.

Diseñar e implantar un sistema de señalización turística en rutas nacionales y provinciales en cada uno de los corredores, aplicando el modelo vigente a nivel nacional. Implantar centros de información y atención a visitantes en lugares estratégicos situados a lo largo de los principales ejes de circulación de los corredores y en centros turísticos clave.

Preparar e implementar un plan de competitividad para cada uno de los corredores.

Desarrollar o actualizar los planes de ordenamiento urbano para 13 municipios que recibirán inversiones del Programa.

Financiar un sistema de monitoreo del estado de conservación de los sitios arqueológicos y su entorno.

Brindar asistencia técnica para modernizar la organización y gestión pública nacional del Turismo

**16.2 DESARROLLO DE NUEVOS CORREDORES.****PROPOSITO:**

Contribuir al crecimiento de ingresos y empleo turístico, a través de la optimización del aprovechamiento turístico de las Áreas Protegidas y destinos ubicados en corredores turísticos estraté-

gicos para el país, procurando el equilibrio espacial y temporal de los flujos turísticos, a fin de aliviar la presión ambiental sobre las áreas y destinos más visitados, además de distribuir la generación de ingresos turísticos a lo largo de dichos corredores.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Gestionar las inversiones de recuperación - puesta en valor de atractivos turísticos públicos, requeridas para impulsar el desarrollo de productos innovadores, capaces de desestacionalizar la afluencia turística y desconcentrar geográficamente la oferta.

Realizar acciones de planificación turística y gestión de flujos turísticos en los corredores, así como planes de marketing y consolidación de sistemas de información sobre mercado turístico.

Integrar las acciones orientadas a consolidar la articulación de las diversas instituciones a nivel provincial/municipal y con el sector privado y los gestores de espacios protegidos.

Realizar acciones para prevenir y mitigar los potenciales impactos ambientales directos, indirectos y acumulativos del Programa, además de estudios de capacidad de carga, integración de la variable cambio climático a través del análisis de la huella ecológica del visitante, establecimiento y monitoreo de indicadores de sostenibilidad, evaluaciones ambientales, fortalecimiento de planes de manejo y de uso público de Áreas Protegidas, planificación territorial y de sostenibilidad urbana.

**17. PROGRAMA DE GESTION INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS URBANOS EN MUNICIPIOS TURISTICOS.****17.1 GESTION INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS URBANOS EN MUNICIPIO TURISTICOS COLINDANTES A LAS AREAS PROTEGIDAS DEL SISTEMA FEDERAL Y A LOS PARQUES NACIONALES (APN).****PROPOSITO:**

Apoyar la sustentabilidad ambiental del turismo en municipios turísticos de Argentina, a través de la implementación de soluciones técnica, económica, ambiental y financieramente viables para la gestión integral de residuos sólidos en los municipios. Fortalecer la capacidad de los municipios para que puedan ejercer efectivamente sus competencias en materia de gestión integral de residuos, y amplíen la conciencia y participación de las comunidades locales en esta materia.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Financiar proyectos de gestión integral de residuos sólidos urbanos o domiciliarios (GIRSU) presentados por municipios turísticos comprendidos en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), que incluyan:

- Estudios de factibilidad y diseño final para la recolección, transporte y disposición final de RSU y otros estudios ambientales.
- Obras de rellenos sanitarios, plantas de transferencia y/o separación, y cierre de basurales a cielo abierto.
- Fortalecimiento municipal a través de asistencia técnica y equipamiento a las unidades técnicas responsables de la gestión de RSU en los municipios.
- Actividades de difusión pública, concientización y participación de la comunidad.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales.

**18. PROGRAMA DE PROMOCION INTERNACIONAL DE INVERSIONES EN EL SECTOR TURISMO.****PROPOSITO:**

Captura de Inversión Extranjera Directa (IED) para el desarrollo de proyectos de inversión en el Sector Turismo, a través de una acción promocional sistemática destinada a identificar la demanda internacional de proyectos y/o partnerships en los que se requiere la incorporación de capital.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Instituto Nacional de Promoción Turística, a través de:

Unidad de Promoción Internacional de Inversiones.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Identificar los mercados emisores de flujos de IED en Turismo.

Generar acciones promocionales a nivel internacional en las que se alineen las preferencias del inversor con los intereses nacionales, a través de tres ejes comunicacionales:

- a) disposición a la radicación de IED (cómo ingresa).
- b) transmisión de las condiciones de competitividad del mercado (cuánto gana).
- c) facilidades para desarrollar nuevos proyectos (cómo sale).

**CAMPO DE ACTUACION:  
PROMOCIÓN Y MARKETING.****FIN:**

Desarrollar las estrategias de promoción turística de la República Argentina destinadas a generar e incrementar la demanda diversificada, sostenida y equilibrada del turismo receptivo y del turismo interno.

**PROPOSITO:**

Generar acciones para impulsar la demanda y distribuirla estratégicamente mediante el posicionamiento selectivo según mercado, de los productos, destinos y corredores turísticos del país.

**PROGRAMAS.****19. PROGRAMA DE ACCIONES PROMOCIONALES PARA EL MERCADO INTERNO.****PROPOSITO:**

Generar la persuasión de los residentes argentinos para que elijan nuestro país como destino de sus viajes.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Subsecretaría de Promoción Turística Nacional, a través de:

Dirección Nacional de Promoción Turística.

**ACCIONES PRINCIPALES**

Realizar acciones de promoción a través de alianzas con actores estratégicos de los sectores público y privado.

Generar eventos no regulares de gran trascendencia social y mediática.

Participar en eventos deportivos de gran magnitud y relevancia dentro del territorio nacional.

Participar en ferias, congresos, festivales o festejos destinados al sector o al público en general.

Organizar Fam Tours con operadores turísticos, para fortalecer los canales de comercialización.

Realizar intervenciones urbanas y/o en espacios públicos de alto impacto que permitan promocionar y brindar información de la oferta turística del país.

Organizar Press Trips con medios de comunicación, con el fin de propiciar la generación de notas periodísticas sobre los destinos y productos turísticos argentinos en distintos medios.

Propiciar encuentros de comercialización dirigidos a empresarios del sector privado.

Organizar seminarios de capacitación dirigidos al trade para lograr una mejora de la promoción y comercialización de los diversos destinos y productos.

**20. PROGRAMA DE GENERACION DE MENSAJES COMUNICACIONALES.****PROPOSITO:**

Creación de campañas y/o territorios comunicacionales de carácter nacional por nicho de mercado.

**RESPONSABLE DE LA EJECUCION:**

Subsecretaría de Promoción Turística Nacional, a través de:

Dirección Nacional de Promoción Turística.



## Los Desafíos del Futuro

# LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### ACCIONES PRINCIPALES

Concertar en el marco del Consejo Federal de Turismo las estrategias de promoción nacional, a través de talleres participativos con los referentes provinciales.

Planificar las campañas y/o territorios comunicacionales en función de las estrategias de promoción concertadas a nivel federal.

Articular con la Secretaría de Medios de la Nación la implementación de las campañas publicitarias.

Definir los mensajes comunicacionales en virtud del comportamiento de la demanda por sobre la búsqueda de oferta turística.

### 21. PROGRAMA DE DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA INTERNACIONAL.

#### PROPOSITO:

Planificar las acciones según los 5 ejes de comunicación del INPROTUR (Argentina Activa, Auténtica, Natural, Reuniones y Gourmet), para lograr una eficaz promoción turística de Argentina, en todos los mercados meta del ámbito internacional.

#### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Instituto Nacional de Promoción Turística.

### ACCIONES PRINCIPALES

Planificar eventos en el exterior que maximicen los resultados de promoción de la República Argentina, obteniendo la mayor participación de los interesados posible (provincias y empresas privadas).

Procurar la mejor relación inversión-retorno de la inversión (penetración de la marca Argentina), respecto del presupuesto destinado.

Colaborar con las provincias y empresas privadas en la organización de sus intereses respecto a la participación de acciones de promoción en el exterior.

### 22. PROGRAMA DE GESTION DEL PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCION DEL TURISMO RECEPTIVO.

#### PROPOSITO:

Promocionar el turismo receptivo de la República Argentina en el exterior, maximizar los resultados de promoción de Argentina, obteniendo la mayor cantidad de arribos de turistas al país. Lograr un aumento en el ingreso de divisas para nivelar el flujo de divisas entre egresos e ingresos al país.

#### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Instituto Nacional de Promoción Turística.

### ACCIONES PRINCIPALES

Realizar acciones de promoción turística en los mercados objetivamente seleccionados, llegando a ellos a través de promoción de los productos de interés de cada uno, según nicho de mercado potencial.

### 23. PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO MARCA PAIS.

#### PROPOSITO:

Posicionar los aspectos diferenciales del país en el mundo, a través de cuatro aspectos centrales: el turismo, el comercio, las inversiones directas y la cultura. En conjunto con el sector público y privado, lograr una sinergia entre los actores para poder mejorar el posicionamiento de la imagen de la Argentina en el exterior.

#### RESPONSABLE DE LA EJECUCION:

Instituto Nacional de Promoción Turística, a través de:

Oficina Marca País.

### ACCIONES PRINCIPALES

Mantener un diálogo fluido entre los sectores público y privado, trabajando con empresas, con la Cancillería Argentina y la Fundación Exportar.

Generar acciones que permitan mejorar la valoración de la Argentina como destino de inversiones y difundir la cultura Argentina a través de la promoción turística.

Trabajar junto a las provincias en el posicionamiento del país.

## 5.2. Los retos estratégicos de las Regiones Turísticas.

**La filosofía del Plan Federal implica un modelo participativo, que “conduce a todos los participantes a transformarse en custodios de la aplicación del Plan y sus sistemáticas actualizaciones”. Es un “Plan de carácter estratégico, que orienta las grandes líneas pero deja abiertas muchas de las modalidades de aplicación pues, de esta manera, se vuelve inclusivo y garantiza su sustentabilidad en el tiempo”.**

En el marco del proceso de ajuste del plan y a través de la implementación de la Red de Articulación Federal (RAF), facilitada por la voluntad política de las autoridades provinciales, se trabajó con los técnicos provinciales en talleres por región en la definición de sus Informes Estratégicos Regionales, que han servido de insumo indispensable para la actualización del PFETS.

Esto fue posible merced al importante grado de consolidación y consenso que a nivel nacional presenta el sistema político-institucional del turismo, sustentado principalmente en el fortalecimiento del Consejo Federal de Turismo (CFT). Este es el ámbito en el cual las autoridades de turismo nacional y provinciales alcanzan los acuerdos para promover el desarrollo turístico del país.

Como resultado del trabajo integrado en talleres entre la Nación, las Regiones y las Provincias, se han identificado en el plano federal las principales problemáticas que se manifiestan en forma recurrente y simultánea en todas las regiones:

1. Ausencia de información estratégica para la toma de decisiones.
2. Gran disparidad en los marcos legislativos provinciales.
3. Escasa asignación de recursos para la planificación.

4. Falta de criterios comunes en la planificación.
5. Falta de indicadores de desarrollo sustentable.
6. Necesidad de fortalecimiento institucional de los entes turísticos regionales.
7. Necesidad de fortalecer los equipos técnicos en el ámbito de los entes turísticos regionales.
8. Necesidad de homogeneizar los sistemas de calidad de los servicios turísticos.
9. Escasa integración entre el sector público y privado.
10. Déficit de orientación y coordinación de las inversiones públicas y privadas.
11. Insuficiente conectividad aérea y terrestre dentro de cada región y con otras regiones.
12. Escasa integración del sector académico con los organismos de turismo, como sector investigador y de transferencia de conocimiento.

En función de estas observaciones, que fueron consideradas al reformular los Programas Federales del MINTUR, consideramos que tanto la Nación como las Regiones debemos aunar esfuerzos para profundizar las acciones en torno a los siguientes temas:

#### 1. ENTES REGIONALES.

Es ineludible la necesidad de fortalecer los entes regionales, contribuyendo con su consolidación institucional a través de la conformación de sus secretarías ejecutivas, con personal propio afectado a las mismas. Por otra parte, debemos sostener la Red de Articulación Federal (RAF) de técnicos turísticos y propiciar la conformación de equipos técnicos en el marco de los entes, a fin de nivelar las capacidades de planificación de las regiones argentinas. Esto vendrá a dar soporte a varias de las cuestiones de planificación que se detallan a continuación, especialmente relacionadas con la generación de criterios comunes.

#### 2. CONFORMACION DE REDES.

Se ha observado que a partir de la implementación de la RAF las provincias, en el marco regional, han aumentado su nivel de apropiación del PFETS y han reforzado su pensamiento como región y como país integrado. Consideramos que es necesario profundizar y sostener en el tiempo esta red de trabajo, pero sobre todo es necesario crear otras redes o fortalecer redes ya existentes en el ámbito legislativo, estadístico y de investigación.



# 5

## Los Desafíos del Futuro

# LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

Esto nos permitirá avanzar de modo participativo en la resolución de problemáticas fuertemente instaladas en nuestra actividad, sosteniendo la pertenencia al PFETS a lo largo del tiempo.

### 3. CRITERIOS COMUNES.

En base a las problemáticas detectadas a nivel regional, hemos considerado la necesidad de orientar los esfuerzos de planificación hacia la generación de **Criterios Nacionales**, para dar un soporte instrumental que permita formular **Herramientas de Gestión** y de esta forma hacer más eficiente la ejecución de la política turística en todos los niveles, atendiendo principalmente a:

- Criterios comunes de planificación turística.
- Criterios comunes de sustentabilidad turística.
- Criterios comunes para homogenizar los marcos legislativos provinciales.
- Criterios comunes para la generación de información estratégica para la toma de decisiones.
- Criterios comunes de calidad turística.
- Criterios comunes para la orientación y fomento de inversiones.

Es importante mencionar que en muchas de estas temáticas ya existen avanzados trabajos de generación y aplicación de criterios nacionales, receptados e imple-

mentados por las jurisdicciones provinciales y regionales. En tales casos, la tarea a desplegar es la de ampliar y/o profundizar la implementación de tales criterios comunes de actuación, fortaleciendo así una visión compartida de gestión de la política turística en todo el país.

### 4. INVESTIGACION Y DESARROLLO.

Una secuencia de evolución lógica del sector turismo implica, en primera instancia, un proceso de **investigación**, que luego dé lugar a una etapa de **planificación**, seguida de su **ejecución** y por último las acciones de **promoción**. Sin embargo, hemos observado, en forma recurrente, que no siempre el desarrollo de la actividad turística responde a estos parámetros. Por esta razón, consideramos esencial la inversión de tiempo y recursos en una agenda de **Investigación y Desarrollo** que permita conceptualizar los elementos que hacen a la actividad turística desde un enfoque nacional y federal, pero teniendo en cuenta las particularidades que hacen a la identidad de cada una de las regiones de nuestro país.

En este sentido, consideramos muy favorable propiciar una red de investigación turística que integre a las instituciones académicas, articulando con el MINTUR y los entes regionales las políticas de investigación aplicadas al turismo.

### ENCUADRES PROGRAMATICOS REGIONALES

Cada una de las regiones argentinas ha formulado sus Informes Estratégicos, documentos que incluyen sus respectivos Encuadres Programáticos Regionales que, de alguna

manera, se constituyen en una “agenda” de temas prioritarios sobre los cuales orientar los esfuerzos de gestión de los Entes Regionales. Estos Encuadres, que se presentan a continuación, están establecidos con vistas al año 2016, de manera coherente con el horizonte temporal de planificación previsto en el documento general del **PFETS** elaborado en 2005.

Los encuadres regionales poseen una fuerte base en programas instrumentales. Entendiendo que no existen atajos para la planificación de mediano y largo plazo, es de vital importancia consolidar, en primera instancia y como base del desarrollo sustentable, la gestión institucional de la Región. A su vez, se requiere de una serie de herramientas de gestión que sirvan de pilares para el desarrollo futuro, tal es el caso de los sistemas de información, calidad, indicadores, entre otros.

Es necesario aclarar aquí que, si bien la perspectiva de trabajo de algunos temas abordados en esta actualización general del **PFETS** se extendió al año 2020, en el caso de los Encuadres Programáticos Regionales hemos mantenido dicho horizonte original al 2016. El objetivo es que estas líneas programáticas sirvan de base para que, en el mediano plazo, se instrumenten los mecanismos de planificación regional antes aludidos, a través de los cuales se redefinan y adecuen los escenarios temporales de referencia.

Consideramos de vital importancia que estos procesos se desarrollen en el ámbito de los Entes regionales coordinados con el Ministerio de Turismo de la Nación. Confiamos que el término previsto en los Encuadres, otorga un plazo razonable para desplegar estas capacidades, dejando para una segunda etapa de trabajo la planificación regional del periodo 2017-2020, en manos de los técnicos que componen la Red de Articulación Federal del **PFETS**.

### 1. REGION NORTE.



#### 1.1. ENCUADRE PROGRAMATICO.

##### CAMPO DE ACTUACION 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

#### 1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA REGION NORTE.

##### PROPOSITO:

Consolidar la gestión del Ente Norte Argentino como base del desarrollo regional.

#### 2. FORMULACION DE “CRITERIOS NORMATIVOS BASICOS” PARA PROMOVER LA HOMOGENEIZACION DEL MARCO JURIDICO DE LA REGION.

##### PROPOSITO:

Elaborar un documento propositivo que unifique criterios normativos para homogeneizar las legislaciones provinciales, que favorezca a la región como destino confiable para los inversores actuales y potenciales, y para los turistas actuales y potenciales.

#### 3. FORMULACION DE UN PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA UNIFICADO DE GESTION DE LA INFORMACION (GESTION, ESTADISTICA, ESTUDIOS DE MERCADOS, INVERSIONES).

##### PROPOSITO:

Unificar los criterios de base estadística de las provincias que integran la Región y un proyecto para la implementación de un sistema de gestión

de la información unificado con una base estadística compatible con la del nivel nacional.

#### 4. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA REGION.

##### PROPOSITO:

Fomentar la participación de las instituciones de educación superior y de los colegios profesionales en los procesos de planificación y gestión turística de la Región.

##### CAMPO DE ACTUACION 2: GESTION DE LA CALIDAD.

#### 5. IMPLEMENTACION UNIFICADA DEL SISTEMA ARGENTINO DE CALIDAD TURISTICA ADECUADO A LA REGION NORTE.

##### PROPOSITO:

Incrementar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos.

#### 6. CAPACITACION PARA LOS RECURSOS TECNICOS DEL SECTOR PUBLICO COORDINADA A NIVEL REGIONAL.

##### PROPOSITO:

Incrementar los niveles de calidad en la planificación y gestión del turismo.

##### CAMPO DE ACTUACION 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.

#### 7. UNIFICACION DE CRITERIOS PARA LA PLANIFICACION TURISTICA REGIONAL.

##### PROPOSITO:

Adoptar un lenguaje metodológico común para la planificación turística regional

#### 8. INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD TURISTICA.

##### PROPOSITO:

Determinar los indicadores básicos de sustentabilidad turística de la región, que sirvan de base para el monitoreo de la actividad.

#### 9. GESTION DE LOS PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES Y DESARROLLO DE PRODUCTOS POTENCIALES Y EMERGENTES.

##### PROPOSITO:

Implementar los Productos Integradores Regionales en base a una planificación unificada e inclusiva del sector privado, académico y profesional.

#### 10. PLAN DE MEJORA DE LA CONECTIVIDAD.

##### PROPOSITO:

Formular un plan de mejora de la conectividad aérea y terrestre dentro de la Región, con otras regiones del país y con los países limítrofes.

##### CAMPO DE ACTUACION 4: PROMOCION Y MARKETING.

#### 11. PLAN DE COMUNICACION Y PROMOCION REGIONAL.

##### PROPOSITO:

Formulación de un Plan de comunicación y promoción regional que involucre la comunicación de los avances de la gestión pública y las acciones de promoción.



# Los Desafíos del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### 12. IMPLEMENTACION DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES.

**PROPOSITO:**  
Establecer un cronograma de acciones promocionales que potencie la promoción de la oferta turística regional, haciendo más eficiente la asignación de recursos económicos al unificar los esfuerzos.

### CAMPO DE ACTUACION 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.

#### 13. PLANIFICACION REGIONAL DE LA OBRA PUBLICA DE SOPORTE A LA ACTIVIDAD TURISTICA.

**PROPOSITO:**  
Establecer criterios regionales de priorización y asignación de recursos fi-

nancieros a las inversiones turísticas de carácter público.

#### 14. FOMENTO Y PROMOCION DE INVERSIONES PRIVADAS.

**PROPOSITO:**  
Orientar las inversiones privadas hacia un desarrollo turístico planificado e inclusivo, en torno a los Productos Integradores Regionales.

### 1.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA REGION NORTE.

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Fortalecimiento institucional de la Región Norte.						
2. Formulación de "criterios normativos básicos" para promover la homogeneización del marco jurídico de la región.						
3. Formulación de un proyecto para la implementación de un sistema unificado de gestión de la información (gestión, estadística, estudios de mercados, inversiones).						
4. Transferencia de conocimiento para el desarrollo turístico de la región.						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
5. Implementación unificada de un Sistema de Gestión de Calidad y Capacitación Turística para el sector privado.						
6. Capacitación regional conjunta para los recursos técnicos del sector público.						
<b>Campo de Actuación 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
7. Unificación de criterios para la planificación turística regional.						
8. Indicadores de sustentabilidad turística.						
9. Gestión de los Productos Integradores Regionales y desarrollo de productos potenciales y emergentes.						
10. Plan de mejora de la conectividad.						
<b>Campo De Actuación 4: PROMOCION Y MARKETING.</b>						
11. Plan de comunicación y promoción regional.						
12. Implementación de las acciones promocionales.						
<b>Campo de Actuación 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.</b>						
13. Planificación regional de la obra pública de soporte a la actividad turística.						
14. Fomento y promoción de inversiones privadas.						

### 2. REGION LITORAL.



#### 2.1. ENCUADRE PROGRAMATICO.

### CAMPO DE ACTUACION 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

#### 1. OPERATIVIZAR EL FUNCIONAMIENTO DEL COLITUR (GERENCIAL/COMISIONES TECNICAS).

**PROPOSITO:**  
Consolidar la gestión del COLITUR como base del desarrollo regional.

#### 2. CRITERIOS NORMATIVOS BASICOS.

**PROPOSITO:**  
Elaborar un documento propositivo que unifique criterios normativos para homogeneizar las legislaciones provinciales, que favorezca a la región como destino confiable para los inversores actuales y potenciales, y para los turistas actuales y potenciales.

#### 3. CRITERIOS COMUNES PARA LA GENERACION DE INFORMACION ESTADISTICA.

**PROPOSITO:**  
Unificar los criterios de base estadística de las provincias que integran la Región, como base para un proyecto de implementación de un sistema de gestión de la información unificada compatible con la base estadística del nivel nacional.

### CAMPO DE ACTUACION 2: GESTION DE LA CALIDAD.

#### 4. SISTEMA UNIFICADO DE GESTION DE CALIDAD Y CAPACITACION TURISTICA PARA EL SECTOR PRIVADO.

**PROPOSITO:**  
Incrementar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos.

#### 5. SISTEMA UNIFICADO DE GESTION DE CALIDAD Y DE CAPACITACION PARA EL SECTOR PUBLICO.

**PROPOSITO:**  
Incrementar los niveles de calidad en la planificación y gestión del turismo.

### CAMPO DE ACTUACION 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.

#### 6. CRITERIOS COMUNES PARA LA FORMULACION DE PRODUCTOS TURISTICOS SUSTENTABLES.

**PROPOSITO:**  
Adoptar un lenguaje metodológico común para la planificación turística regional.

#### 7. OBSERVATORIO DE PRODUCTOS TURISTICOS.

**PROPOSITO:**  
Propiciar el mejor entendimiento de las fortalezas y debilidades del sistema turístico regional. Tiene como fin fortalecer el proceso de toma de decisiones, para la búsqueda de inversiones genuinas, el mejoramiento continuo y el planteo de posibles escenarios conjuntos. Integrar al sector privado y académico en este proyecto.

#### 8. ARTICULACION CON EL SECTOR ACADEMICO.

**PROPOSITO:**  
Fomentar la participación de las instituciones de educación superior y de los colegios profesionales en los procesos de planificación y gestión turística de la Región.

#### 9. CRITERIOS COMUNES DE SUSTENTABILIDAD TURISTICA.

**PROPOSITO:**  
Determinar los criterios básicos de sustentabilidad turística de la región que sirvan de base para el monitoreo de la actividad.

### CAMPO DE ACTUACION 4: PROMOCION Y MARKETING.

#### 10. PLAN DE COMUNICACION Y PROMOCION REGIONAL.

**PROPOSITO:**  
Formulación e implementación de un Plan de comunicación y promoción regional que involucre la comunicación de los avances de la gestión pública y las acciones de promoción de los Productos Integradores y de la oferta turística general de la Región.

#### 11. COORDINACION DE LOS EVENTOS REGIONALES.

**PROPOSITO:**  
Armonización del calendario de eventos regionales, a fin de potenciar la oferta turístico-cultural de la Región.



Los Desafíos  
del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### 12. PLANIFICACION CONJUNTA DE LAS MISIONES COMERCIALES.

**PROPOSITO:**

Establecer un cronograma de misiones comerciales que potencie la promoción de la oferta turística regional, haciendo más eficiente la asignación de recursos económicos al unificar los esfuerzos.

### CAMPO DE ACTUACION 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO

### 13. ORIENTACION, CONCIENTIZACION Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LOS INVERSORES PRIVADOS.

**PROPOSITO:**

Establecer criterios regionales de desarrollo turístico con el fin de orientar las inversiones privadas y moldear la

oferta de servicios turísticos. Generar debida conciencia del desarrollo sustentable en el sector empresario y acompañar al mismo en su proceso de crecimiento.

### 2.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA REGION LITORAL.

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Operativizar el funcionamiento del COLITUR [gerencial/comisiones técnicas].						
2. Criterios normativos básicos.						
3. Criterios comunes para la generación de información estadística.						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
4. Sistema unificado de Gestión de Calidad y Capacitación Turística para el sector privado.						
5. Sistema unificado de Gestión de Calidad y de Capacitación para el sector público.						
<b>Campo de Actuación 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
6. Criterios comunes para la formulación de productos turísticos sustentables.						
7. Observatorio de productos turísticos.						
8. Articulación con el sector académico.						
9. Criterios comunes de sustentabilidad turística.						
<b>Campo De Actuación 4: PROMOCION Y MARKETING.</b>						
10. Plan de comunicación y promoción regional.						
11. Coordinación de los eventos regionales.						
12. Planificación conjunta de las misiones comerciales.						
<b>Campo de Actuación 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.</b>						
13. Orientación, concientización y acompañamiento para los inversores privados.						

### 3. REGION BUENOS AIRES.



#### 3.1. ENCUADRE PROGRAMATICO.

#### CAMPO DE ACTUACION 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

#### 1. ARTICULACION CON ORGANISMOS DE TURISMO DE NIVELES NACIONAL Y MUNICIPAL, SECTOR PRIVADO Y OTROS ACTORES.

**PROPOSITO:**

Disponer de ámbitos legítimos y sistematizados para el diseño de políticas turísticas consensuadas y articular su ejecución con los distintos actores interesados.

#### 2. POSICIONAMIENTO Y FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA SECRETARIA DE TURISMO.

**PROPOSITO:**

Incrementar el peso específico de la Secretaría de Turismo como organismo de aplicación de la Ley Provincial de Turismo, que permita interactuar más eficazmente con los demás actores que tienen injerencia en la actividad turística.

#### 3. DEFINICION DE LOS LINEAMIENTOS CENTRALES DE LA ACTIVIDAD TURISTICA PROVINCIAL PARA 2011-2021.

**PROPOSITO:**

Consensuar las prioridades y estrategias en cuanto al desarrollo turístico

futuro de la Provincia de Buenos Aires, en concordancia con la Política de Estado Provincial, con el fin de orientar coherentemente los planes de acción venideros.

#### 4. IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE INFORMACION TURISTICA PERMANENTE.

**PROPOSITO:**

Disponer sistemáticamente de información completa en torno a la actividad turística de la provincia de Buenos Aires que facilite la toma de decisiones públicas y privadas.

#### 5. TURISMO PARA SECTORES VULNERABLES.

**PROPOSITO:**

Facilitar el acceso a actividades turísticas y recreacionales a los sectores más vulnerables de la sociedad de la Provincia de Buenos Aires.

#### CAMPO DE ACTUACION 2: GESTION DE LA CALIDAD.

#### 6. IMPLEMENTACION DE PROGRAMAS DE CALIDAD TURISTICA DEL MINTUR.

**PROPOSITO:**

Contribuir al mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos.

#### 7. TRANSFERENCIA DE COMPETENCIAS PARA UN MEJOR TURISMO.

**PROPOSITO:**

Mejorar las competencias de prestadores privados y agentes públicos a través de la capacitación presencial y/o virtual.

### 8. DISEÑO E IMPLEMENTACION DE PROGRAMAS PROVINCIALES DE CALIDAD FOCALIZADOS.

**PROPOSITO:**

Mejorar la calidad de los servicios turísticos en temáticas específicamente provinciales o en destinos emergentes.

#### CAMPO DE ACTUACION 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.

### 9. DESARROLLO INTEGRADO Y SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURISTICA.

**PROPOSITO:**

Orientar la oferta turística hacia la sostenibilidad y generar herramientas de integración territorial, considerando especialmente la inmensidad del espacio turístico provincial.

### 10. DESARROLLO, CONSOLIDACION Y GESTION DE PRODUCTOS TURISTICOS.

**PROPOSITO:**

Consolidar el esquema de trabajo vigente por el cual se prioriza la gestión de productos específicos, entendiendo las nuevas demandas de los consumidores.

### 11. ORDENAMIENTO DE LA OFERTA A PARTIR DE INSTRUMENTOS NORMATIVOS.

**PROPOSITO:**

Sancionar normas que tiendan a orientar aspectos complejos de la oferta turística, especialmente en cuanto a alojamiento.

## 12. FOMENTO Y FACILITACION DE LA IMPLEMENTACION DE NUEVAS TECNOLOGIAS.

**PROPOSITO:**

Asistir a los municipios y al sector privado turístico en la incorporación de tecnología que mejore la calidad, sea tanto de las prestaciones como de la comunicación.

**CAMPO DE ACTUACION 4:  
PROMOCION Y MARKETING.**

## 13. ASISTENCIA A MUNICIPIOS EN ACCIONES PROMOCIONALES.

**PROPOSITO:**

Asistir a los municipios en sus acciones promocionales locales, ya sea económicamente o en logística.

## 14. CALENDARIO PROVINCIAL DE ACCIONES PROMOCIONALES.

**PROPOSITO:**

Consolidar un calendario anual de acciones promocionales que permita una eficaz programación y ordenamiento de los recursos.

## 15. POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURISMO BUENOS AIRES.

**PROPOSITO:**

Lograr que la marca Turismo Buenos Aires sea reconocida por la demanda (sector público o privado) como una marca dinámica que acompaña todos los eventos de interés turístico, grandes o pequeños, y que refleja la gran

diversidad de destinos y productos de Buenos Aires.

## 16. ADECUACION PERMANENTE DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES A LOS NUEVOS MEDIOS Y TECNOLOGIAS.

**PROPOSITO:**

Innovar permanentemente en herramientas comunicacionales que permitan llegar a los turistas de forma más eficiente y sostenidamente.

**CAMPO DE ACTUACION 5:  
INVERSION Y FUENTE DE  
FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.**

## 17. FOMENTO A LA MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURISTICO DE LOS MUNICIPIOS.

**PROPOSITO:**

Contribuir al mejoramiento de la oferta turística que cada Municipio considera importante.

## 18. ARTICULACION ENTRE PROGRAMAS CREDITICIOS APLICABLES AL TURISMO Y SU DEMANDA.

**PROPOSITO:**

Vincular a la oferta crediticia y a su demanda con el fin de que se concreten operaciones que redunden en inversiones favorables a la actividad turística.

## 19. SISTEMA DE INFORMACION SOBRE NECESIDADES DE INVERSION PUBLICA EN INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO TURISTICO.

**PROPOSITO:**

Disponer de información sistematizada, completa y en tiempo real sobre

necesidades de inversión pública relacionada al turismo.

## 20. SISTEMA DE INFORMACION SOBRE NECESIDADES DE INVERSION PRIVADA EN EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS.

**PROPOSITO:**

Disponer de información sistematizada, completa y en tiempo real sobre necesidades de inversión privada relacionada al turismo.

## 3.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA REGION BUENOS AIRES.

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Articulación con Organismos de Turismo de Niveles Nacional y Municipal, Sector Privado y otros actores.						
2. Posicionamiento y fortalecimiento institucional de la Secretaría de Turismo.						
3. Definición de los lineamientos centrales de la Actividad Turística Provincial para 2011-2021.						
4. Implementación de un sistema de información turística permanente.						
5. Turismo para Sectores Vulnerables.						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
6. Implementación de Programas de Calidad Turística del MINTUR.						
7. Transferencia de Competencias para un mejor turismo.						
8. Diseño e Implementación de Programas Provinciales de Calidad Focalizados.						
<b>Campo de Actuación 4: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
9. Desarrollo integrado y sostenible de la oferta turística.						
10. Desarrollo, consolidación y gestión de Productos Turísticos.						
11. Ordenamiento de la oferta a partir de instrumentos normativos.						
12. Fomento y facilitación de la implementación de nuevas tecnologías.						
<b>Campo De Actuación 5: PROMOCION Y MARKETING.</b>						
13. Asistencia a Municipios en acciones promocionales.						
14. Calendario Provincial de Acciones Promocionales.						
15. Posicionamiento de la Marca Turismo Buenos Aires.						
16. Adecuación permanente de las acciones promocionales a los nuevos medios y tecnologías.						
<b>Campo de Actuación 6: INVERSION Y DUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.</b>						
17. Fomento a la mejora de la infraestructura y equipamiento turístico de los Municipios.						
18. Articulación entre Programas Crediticios aplicables al turismo y su demanda.						
19. Sistema de Información sobre necesidades de inversión pública en infraestructura y equipamiento turístico.						
20. Sistema de Información sobre necesidades de inversión privada en emprendimientos turísticos.						

## 4. REGION CORDOBA.

*Córdoba*

*Todo lo que querés, todo el año.*

## 4.1. ENCUADRE PROGRAMATICO.

CAMPO DE ACTUACION 1:  
ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

1. COORDINACION INTERSECTORIAL E INTERJURISDICCIONAL PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS GENERALES.

**PROPOSITO:**

Aumentar los niveles de seguridad y asistencia turística.

2. ADECUACION DE LA LEGISLACION TURISTICA.

**PROPOSITO:**

Adecuar y difundir la normativa vigente.

3. SISTEMATIZACION DE LA INFORMACION.

**PROPOSITO:**

Organizar la información estratégica para la toma de decisiones y mantenerla actualizada.

4. ASISTENCIA TECNICA PERMANENTE A MUNICIPIOS.

**PROPOSITO:**

Facilitar a municipios y comunas los instrumentos y herramientas para una eficiente gestión turística.

5. MONITOREO, CONTROL Y AJUSTE DE LAS ACTUACIONES DEL PLAN.

**PROPOSITO:**

Consolidar y monitorear el proceso dinámico de planificación.

CAMPO DE ACTUACION 2:  
GESTION DE LA CALIDAD.

6. DESARROLLO DE ACCIONES DE CONCIENTIZACION.

**PROPOSITO:**

Incrementar los niveles de involucramiento de la comunidad en la conservación del patrimonio turístico y de la identidad local.

7. DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE CAPACITACION.

**PROPOSITO:**

Optimizar la capacitación para la prestación de servicios turísticos.

8. FORTALECIMIENTO DE LAS ACCIONES DE CONTROL.

**PROPOSITO:**

Mejorar el control y la aplicación de la normativa vinculada con los diferentes componentes del sistema turístico.

9. OPTIMIZACION DE LA CALIDAD TURISTICA.

**PROPOSITO:**

Optimizar la calidad integral del Destino Turismo Córdoba.

CAMPO DE ACTUACION 3:  
DESARROLLO DE LA OFERTA.

10. PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS TURISTICOS.

**PROPOSITO:**

Optimizar el uso turístico de los recursos naturales y culturales y de las áreas naturales protegidas.11. MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA.

**PROPOSITO:**

Adecuar y optimizar la infraestructura de soporte a la actividad turística.

12. MEJORAMIENTO Y CREACIÓN DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

**PROPOSITO:**

Mejorar y organizar las prestaciones de los servicios relacionadas con el equipamiento existente y crear nuevo equipamiento.

13. ADECUACIÓN Y CREACIÓN DE EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES PARA LA RECREACIÓN.

**PROPOSITO:**

Mejorar y crear nuevo equipamiento e instalaciones para la realización de actividades recreativas.

14. DESARROLLO DEL TURISMO SOCIAL.

**PROPOSITO:**

Facilitar el acceso al turismo a sectores de la población de escasos recursos en el ámbito de las colonias de vacaciones y/o coordinado con el sector privado.

CAMPO DE ACTUACION 4:  
PROMOCIÓN Y MARKETING.

15. DESARROLLO INTEGRAL DE LA PROMOCION.

**PROPOSITO:**

Optimizar las acciones promocionales para consolidar el posicionamiento de Córdoba Turística.

CAMPO DE ACTUACION 5:  
INVERSION Y FUENTE DE  
FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.

16. DESARROLLO DE PERFILES DE INVERSION Y CAPTACION DE INVERSIONES.

**PROPOSITO:**

Identificar áreas con condiciones favorables para las inversiones y desa-

rollar acciones para la captación de inversiones.

## 4.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA REGION CORDOBA.

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Coordinación Intersectorial e interjurisdiccional para el mejoramiento de los servicios generales.						
2. Adecuación de la legislación turística.						
3. Sistematización de la información.						
4. Asistencia técnica permanente a municipios.						
5. Monitoreo, control y ajuste de las actuaciones del plan.						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
6. Desarrollo de acciones de concientización.						
7. Desarrollo de actividades de capacitación.						
8. Fortalecimiento de las acciones de control.						
9. Optimización de la calidad turística.						
<b>Campo de Actuación 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
10. Puesta en Valor de los recursos turísticos.						
11. Mejoramiento de la infraestructura.						
12. Mejoramiento y creación de equipamiento y servicios turísticos.						
13. Adecuación y creación de equipamiento e instalaciones para la recreación.						
14. Desarrollo del turismo social.						
<b>Campo De Actuación 4: PROMOCION Y MARKETING.</b>						
15. Desarrollo integral de la promoción.						
<b>Campo de Actuación 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.</b>						
16. Desarrollo de perfiles de inversión y captación de inversiones.						



# Los Desafíos del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### 5. REGION CUYO



#### 5.1. ENCUADRE PROGRAMATICO.

##### CAMPO DE ACTUACION 1: ORGANIZACIÓN Y GESTION GENERAL.

1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA REGION CUYO.

**PROPOSITO:**  
Consolidar la gestión del Ente Cuyo Turismo como base del desarrollo regional.

2. FORMULACION DE UN MARCO JURIDICO HOMOGENEO PARA TODA LA REGION.

**PROPOSITO:**  
Homogeneizar las legislaciones provinciales para lograr un posicionamiento regional que favorezca el desarrollo de Cuyo, como destino confiable para los inversores actuales y potenciales, y para los turistas actuales y potenciales.

3. IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA UNIFICADO DE GESTION DE LA INFORMACION (GESTION, ESTADISTICA, ESTUDIOS DE MERCADOS, INVERSIONES).

**PROPOSITO:**  
Unificar la base estadística de las provincias que integran la Región Cuyo y desarrollar un sistema de gestión de la información unificado, con una base estadística compatible con la del nivel nacional.

4. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA REGION.

**PROPOSITO:**  
Fomentar la participación de las instituciones de educación superior y de los colegios profesionales en los procesos de planificación y gestión turística de la Región.

##### CAMPO DE ACTUACION 2: GESTION DE LA CALIDAD.

5. IMPLEMENTACION UNIFICADA DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD Y CAPACITACION TURISTICA PARA EL SECTOR PRIVADO.

**PROPOSITO:**  
Incrementar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos.

6. IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA UNIFICADO DE GESTION DE CALIDAD Y DE CAPACITACION PARA EL SECTOR PUBLICO.

**PROPOSITO:**  
Incrementar los niveles de calidad en la planificación y gestión del turismo.

##### CAMPO DE ACTUACION 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.

7. UNIFICACION DE CRITERIOS PARA EL DESARROLLO TURISTICO REGIONAL.

**PROPOSITO:**  
Adoptar un lenguaje metodológico común para la planificación turística regional.

8. INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD TURISTICA.

**PROPOSITO:**  
Determinar los indicadores básicos de sustentabilidad turística de la región que sirvan de base para el monitoreo de la actividad.

9. GESTION DE LOS PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES Y DESARROLLO DE PRODUCTOS POTENCIALES Y EMERGENTES.

**PROPOSITO:**  
Desarrollar los Productos Integradores Regionales en base a una planificación unificada e inclusiva del sector privado, académico y profesional.

##### CAMPO DE ACTUACION 4: PROMOCION Y MARKETING.

10. PLAN DE COMUNICACION Y PROMOCION REGIONAL.

**PROPOSITO:**  
Formulación e implementación de un Plan de comunicación y promoción regional, que involucre la comunicación de los avances de la gestión pública y las acciones de promoción de los Productos Integradores y de la oferta turística general de la Región.

11. COORDINACION DE LOS EVENTOS REGIONALES.

**PROPOSITO:**  
Armonización del calendario de eventos regionales, a fin de potenciar la oferta turístico-cultural de la Región.

12. PLANIFICACION CONJUNTA DE LAS MISIONES COMERCIALES.

**PROPOSITO:**  
Establecer un cronograma de misiones comerciales que potencie la promoción de la oferta turística regional, haciendo más eficiente la asignación de recursos económicos al unificar los esfuerzos.

##### CAMPO DE ACTUACION 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO - PRIVADO.

13. PLANIFICACION REGIONAL DE LA OBRA PUBLICA DE SOPORTE A LA ACTIVIDAD TURISTICA.

**PROPOSITO:**  
Establecer criterios regionales de priorización y asignación de recursos financieros a las inversiones turísticas de carácter público.

14. FOMENTO Y PROMOCION DE INVERSIONES PRIVADAS.

**PROPOSITO:**  
Orientar las inversiones privadas hacia un desarrollo turístico planificado e inclusivo, en torno a los Productos Integradores Regionales.

#### 5.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA REGION CUYO

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Fortalecimiento institucional de la Región Cuyo.						
2. Formulación de un marco jurídico homogéneo para toda la región.						
3. Implementación de un sistema unificado de gestión de la información.						
4. Transferencia de conocimiento para el desarrollo turístico de la región.						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
5. Implementación unificada de un Sistema de Gestión de Calidad y Capacitación Turística para el sector privado.						
6. Implementación de un Sistema unificado de Gestión de Calidad y de Capacitación para el sector público.						
<b>Campo de Actuación 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
7. Unificación de criterios para el desarrollo turístico regional.						
8. Indicadores de sustentabilidad turística.						
9. Gestión de los Productos Integradores Regionales.						
<b>Campo De Actuación 4: PROMOCION Y MARKETING.</b>						
10. Plan de comunicación y promoción regional.						
11. Coordinación de los eventos regionales.						
12. Planificación conjunta de las misiones comerciales.						
<b>Campo de Actuación 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO - PRIVADO.</b>						
13. Planificación regional de las inversiones turísticas.						
14. Fomento y promoción de inversiones privadas.						



Los Desafíos  
del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### 6. REGION PATAGONIA

Patagonia  
ARGENTINA

#### 6.1. ENCUADRE PROGRAMATICO.

##### CAMPO DE ACTUACION 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

#### 1. FORTALECIMIENTO TECNICO DEL ENTE PATAGONIA TURISTICA.

**PROPOSITO:**

Consolidar la gestión del Ente Patagonia Turística a nivel técnico.

#### 2. FORMULACION DE CRITERIOS NORMATIVOS BASICOS PARA PROMOVER LA HOMOGENEIZACION EL MARCO JURIDICO DE LA REGION.

**PROPOSITO:**

Elaborar un documento propositivo que unifique criterios normativos para homogeneizar las legislaciones provinciales, que favorezca a la región como destino confiable para los inversores actuales y potenciales, y para los turistas actuales y potenciales.

#### 3. FORMULACION DE UN PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA UNIFICADO DE GESTION DE LA INFORMACION (GESTION, ESTADISTICA, ESTUDIOS DE MERCADOS, INVERSIONES).

**PROPOSITO:**

Unificar los criterios de base estadística de las provincias que integran la Región y un proyecto para la implementación de un sistema de gestión de

la información unificado, con una base estadística compatible con la del nivel nacional.

#### 4. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA REGION.

**PROPOSITO:**

Propiciar el desarrollo de proyectos en el marco de los procesos de planificación y gestión turística de la región conjuntamente con las instituciones de educación superior y de los colegios profesionales.

#### 5. CONCERTACION REGIONAL PARTICIPATIVA DEL SECTOR TURISTICO PATAGONICO.

**PROPOSITO:**

Fomentar mesas de diálogo regionales y participativas que involucren a todos los actores del sector turístico y áreas relacionadas, a fin de lograr consensos en las políticas de desarrollo turístico.

##### CAMPO DE ACTUACION 2: GESTION DE LA CALIDAD.

#### 6. IMPLEMENTACION UNIFICADA DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD PARA EL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO.

**PROPOSITO:**

Incrementar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos.

##### CAMPO DE ACTUACION 3: FORTALECIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

#### 7. SENSIBILIZACION Y CONCIENTIZACION TURISTICA.

**PROPOSITO:**

Promover una conciencia turística ambiental colectiva y unificada de todos los actores sociales involucrados, directa e indirectamente, en el desarrollo turístico de la Región Patagonia.

#### 8. CAPACITACION REGIONAL CONJUNTA PARA GESTORES LOCALES Y RECURSOS TECNICOS DEL SECTOR PUBLICO.

**PROPOSITO:**

Fortalecer los recursos humanos del sector público a fin de incrementar los niveles de calidad en la planificación y gestión del turismo.

##### CAMPO DE ACTUACION 4: DESARROLLO DE LA OFERTA.

#### 9. UNIFICACION DE CRITERIOS PARA LA PLANIFICACION TURISTICA REGIONAL.

**PROPOSITO:**

Adoptar un lenguaje metodológico común para la planificación turística regional.

#### 10. IMPLEMENTACION UNIFICADA DE UN SISTEMA DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD TURISTICA PARA LA REGION PATAGONIA.

**PROPOSITO:**

Seleccionar e implementar los indicadores básicos de sustentabilidad tu-

rística de la región que sirvan de base para el monitoreo de la actividad.

#### 11. DESARROLLO Y GESTION DE LOS PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES DE ACUERDO A SU ESTADO DE DESARROLLO.

**PROPOSITO:**

Fortalecer los Productos consolidados y desarrollar los Productos Integradores Regionales (PIR) emergentes y potenciales, en base a una planificación participativa e inclusiva del sector privado, académico y profesional.

#### 12. PLAN DE MEJORA DE LA CONECTIVIDAD.

**PROPOSITO:**

Formular un plan de mejora de la conectividad aérea y terrestre dentro de la Región, con otras regiones del país y con los países limítrofes.

#### 13. FORTALECIMIENTO Y ESTIMULO DE DESTINOS TURISTICOS EMERGENTES.

**PROPOSITO:**

Fortalecer los destinos turísticos emergentes de la Región Patagonia, a través de un plan de fortalecimiento articulado con el MINTUR.

##### CAMPO DE ACTUACION 5: PROMOCION Y MARKETING.

#### 14. DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE COMUNICACION Y PROMOCION REGIONAL.

**PROPOSITO:**

Formulación e implementación de un Plan de comunicación y promoción re-

gional, que involucre la comunicación de los avances de la gestión pública y las acciones de promoción de los Productos Integradores Regionales y de la oferta turística general de la Región.

##### CAMPO DE ACTUACION 6: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO - PRIVADO.

#### 15. PLANIFICACION REGIONAL DE LA OBRA PUBLICA DE SOPORTE A LA ACTIVIDAD TURISTICA.

**PROPOSITO:**

Establecer criterios regionales de priorización y asignación de recursos financieros a las inversiones turísticas de carácter público.

#### 16. FOMENTO DE INVERSIONES PRIVADAS EN SERVICIOS Y ACTIVIDADES TURISTICAS.

**PROPOSITO:**

Fomentar las inversiones privadas hacia un desarrollo turístico planificado, en torno a los Productos Integradores Regionales.

#### 17. FOMENTO DE INVERSIONES EN TRANSPORTE AEREO.

**PROPOSITO:**

Incentivar la inversión de capitales privados en materia de transporte aéreo de pasajeros.

Los programas precedentes se han organizado de acuerdo a los campos de actuación establecidos por el PFETS original. No obstante, la Región Patagonia considera relevante la creación de un nuevo campo de actuación que

aborde especialmente programas vinculados a la concientización y capacitación turística. El mismo se ha denominado "Fortalecimiento de los Recursos Humanos", donde se incluyen diversos programas y acciones que están vinculados a la formación y capacitación de los Recursos Humanos de la actividad turística y concientización de las comunidades locales.

Se considera que el fortalecimiento de los recursos humanos es un eje que amerita especial tratamiento, ya que es transversal a la mayoría de los campos de actuación planteados en el PFETS.

Este campo contempla los siguientes ejes de acción:

1. Formación y Capacitación Turística.
2. Sensibilización y Concientización Turística.

El sentido de esta propuesta es propiciar la generación de acciones programáticas de manera inclusiva, flexible y acordes a las diversas necesidades que se vayan planteando desde los distintos campos de actuación a lo largo del proceso.



# Los Desafíos del Futuro | LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

## 6.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA REGION PATAGONIA.

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Fortalecimiento técnico del Ente Patagonia Turística.						
2. Formulación de criterios normativos básicos para promover la homogeneización el marco jurídico de la región.						
3. Formulación de un proyecto para la implementación de un sistema unificado de gestión de la información.						
4. Transferencia de conocimiento para el desarrollo turístico de la región.						
5. Concertación regional participativa del sector turístico patagónico.						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
6. Implementación unificada de un Sistema de Gestión de Calidad para el sector público y privado.						
<b>Campo de Actuación 3: FORTALECIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.</b>						
7. Sensibilización y concientización turística.						
8. Capacitación regional conjunta para gestores locales y recursos técnicos del sector público.						
<b>Campo de Actuación 4: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
9. Unificación de criterios para la planificación turística regional.						
10. Implementación unificada de un sistema de indicadores de sustentabilidad turística para la Región Patagonia.						
11. Desarrollo y gestión de los Productos Integradores Regionales de acuerdo a su estadio de desarrollo.						
12. Plan de mejora de la conectividad.						
13. Fortalecimiento y estímulo de destinos turísticos emergentes.						
<b>Campo De Actuación 5: PROMOCIÓN Y MARKETING.</b>						
14. Diseño e implementación de un plan de comunicación y promoción regional.						
<b>Campo de Actuación 6: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.</b>						
15. Planificación regional de la obra pública de soporte a la actividad turística.						
16. Fomento de inversiones privadas en servicios y actividades turísticas.						
17. Fomento de inversiones en transporte aéreo.						

## 7. CIUDAD DE BUENOS AIRES



### 7.1. ENCUADRE PROGRAMATICO

#### CAMPO DE ACTUACION 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.

##### 1. FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACION PUBLICA PRIVADA

**PROPOSITO:**

Recaudar anualmente y en forma progresiva montos por contraprestaciones y colaboraciones para cubrir porcentajes significativos del presupuesto operativo del Ente de Turismo.

##### 2. GENERACION DE ALIANZAS ESTRATEGICAS

**PROPOSITO:**

Instrumentar acuerdos y convenios bilaterales y multilaterales de cooperación y asistencia con ciudades o regiones de los países de interés, organizaciones gremiales empresarias, instituciones académicas, empresas de prestaciones de servicios turísticas, y organismos no gubernamentales.

##### 3. CREACION DE LA CONSEJERIA AEROCOMERCIAL

**PROPOSITO:**

Proponer el marco institucional de la Ciudad respecto del aeroparque Jorge Newbery, definiendo los intereses y la política en materia de transporte aerocomercial.

##### 4. CREACION DEL OBSERVATORIO TURISTICO DE LA CABA

**PROPOSITO:**

Proveer información precisa, fiable, constante en el tiempo y comparable, para facilitar la planificación estratégica y la adecuada toma de decisiones en un marco de cooperación y coordinación entre los principales organismos e instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector turismo.

#### CAMPO DE ACTUACION 2: GESTION DE LA CALIDAD

##### 5. AFIANZAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS SERVICIOS AL VISITANTE

**PROPOSITO:**

Lograr mayor eficiencia y eficacia en los servicios que se brinda a los visitantes.

#### CAMPO DE ACTUACION 3: DESARROLLO DE LA OFERTA

##### 6. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS TURISTICOS

**PROPOSITO:**

Fortalecer y diversificar la oferta de productos turísticos ampliando los espacios turísticos urbanos actuales, sitios de interés y barrios para afrontar con garantías los retos y oportunidades de la demanda turística y ciudadana, especializada y exigente.

##### 7. INSTITUCIONALIZACION DE LA AGENDA DE EVENTOS DE TURISMO CULTURAL

**PROPOSITO:**

Incluir la programación de eventos de la agenda de turismo cultural dentro de los paquetes turísticos de los operadores.

##### 8. PUESTA EN VALOR Y FORTALECIMIENTO DE CLUSTER TURISTICO. BARRIOS Y EJES

**PROPOSITO:**

Consolidar el trabajo iniciado en aquellos clúster (barrios o ejes) con la actividad privada y vecinos, a los fines de su desarrollo turístico.

##### 9. NORMALIZACION DE PRESTADORES TURISTICOS

**PROPOSITO:**

Normalizar y ordenar a partir de la legislación vigente y fortalecer y jerarquizar con nuevas normas consensuadas con las asociaciones representativas del sector.

#### CAMPO DE ACTUACION 4: PROMOCION Y MARKETING

##### 10. PARTICIPACION EN FERIAS INTERNACIONALES Y WORKSHOPS

**PROPOSITO:**

Incrementar el número de los turistas que nos visitan y nuestra participación de mercado a nivel mundial a fin de aumentar el gasto por estadía de los turistas internacionales.



Chapelco, San Martín de los Andes. Foto: Cecilia C. Morales

11. TURISMO CULTURAL, PRESENTACIONES ESPECIALES, MARKETING Y POSICIONAMIENTO DEL CALENDARIO ANUAL DE EVENTOS

**PROPOSITO:**  
Poner en el mercado la oferta de productos culturales de la Ciudad.

12. PARTICIPACION EN MERCADO NACIONAL Y LOCAL

**PROPOSITO:**  
Incrementar y direccionar las acciones de promoción hacia los segmentos del mercado nacional.

13. ORGANIZACION DE PRESS TRIP PARA MEDIOS DE COMUNICACION NACIONALES, LOCALES E INTERNACIONALES

**PROPOSITO:**  
Organización y colaboración en viajes tipo press trip –propios y compartidos– con destino a la ciudad de Buenos Aires con el propósito de posicionar productos específicos en segmentos de mercados específicos.

14. COMUNICACION INSTITUCIONAL

**PROPOSITO:**  
Contribuir, desarrollar y apoyar las acciones de comunicación institucional direccionada al posicionamiento de la Ciudad de Buenos Aires como marca cultural en el mundo.

**CAMPO DE ACTUACION 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO**

15. GESTION Y EVALUACION DE LAS FUENTES DE INVERSION

**PROPOSITO:**  
Mejorar la Oferta Turística de la Ciudad de Buenos Aires a través del apoyo financiero en infraestructura e innovaciones tecnológicas.

16. INFORMACION AL SECTOR TURISTICO PRIVADO SOBRE CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS

**PROPOSITO:**  
Mejorar la Oferta Turística de la Ciudad de Buenos Aires a través de créditos a tasas preferenciales para mejoras en capital de trabajo, infraestructura e innovaciones tecnológicas.

7.2. LINEA DE TIEMPO DEL ENCUADRE PROGRAMATICO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.

PROGRAMA	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Campo de Actuación 1: ORGANIZACION Y GESTION GENERAL.</b>						
1. Fortalecimiento de la participación pública privada.						
2. Generación de Alianzas estratégicas						
3. Creación de ña Consejería Aerocomercial						
4. Creación del Observatorio de Turismo de la CABA						
<b>Campo de Actuación 2: GESTION DE LA CALIDAD.</b>						
5. Afianzar la Competitividad de los servicios al visitante						
<b>Campo de Actuación 3: DESARROLLO DE LA OFERTA.</b>						
6. Desarrollo de nuevos productos turísticos						
7. Institucionalización de la agenda de eventos de turismo cultural						
8. Puesta en valor y fortalecimiento de Cluster turístico. Barrios y ejes						
9. Normalización de prestadores turísticos						
<b>Campo De Actuación 4: PROMOCION Y MARKETING.</b>						
10. Participación en ferias internacionales y workshop						
11. Turismo cultural, presentaciones especiales, marketing y posicionamiento del calendario anual de eventos						
12. Participación en mercado nacional y local						
13. Organización de press trip para medios de Comunicación nacionales, locales e internacionales						
14. Comunicación institucional						
<b>Campo de Actuación 5: INVERSION Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO PUBLICO – PRIVADO.</b>						
15. Gestión y evaluación de las fuentes de inversión						
16. Información al sector turístico privado sobre condiciones de financiamiento de proyectos						



Los Desafíos  
del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

### 5.3. La visión del sector empresario.

La implementación y el éxito de la aplicación de políticas estratégicas en Turismo, es responsabilidad tanto del sector público como privado. Se basa en una labor conjunta, no sólo para establecer reglas claras y equitativas para el funcionamiento de la actividad, sino también para educar y producir conciencia acerca de las posibilidades de promover la igualdad y generar fuentes de trabajo, que el turismo ofrece a una comunidad.

En función de esto, es prioritario considerar al turismo no sólo desde el ámbito promocional y/o económico, sino también desde el social, medioambiental y cultural, valorando y alentando la competencia leal, el financiamiento de la infraestructura de servicios y la capacitación del recurso humano, factores todos ellos necesarios para poder adaptarse al nuevo escenario turístico mundial y resultar competitivos.

Las instituciones del sector empresario nucleadas en la Cámara Argentina de Turismo, a fin de dar sustento y continuidad a este planteamiento, consideramos central trabajar desde un compromiso de gestión conjunta entre todos los actores del Turismo nacional, en los siguientes temas:

#### **FORTALECIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES Y DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR.**

Inducir y sensibilizar a todos los prestadores turísticos del país en forma sistemática, a través de charlas, jornadas y seminarios, para que estén atentos a los cambios en el

consumidor, dándole valor y atendiendo a sus nuevas expectativas, adaptando los productos a sus necesidades cambiantes, sin perder la identidad corporativa y cultural de servicios propia y distintiva del sector empresario.

Trabajar en afianzar la unión estratégica que hoy evidencia el sector público con el privado, generando reuniones de trabajo en temas centrales del PFETS, con participación de todos los actores más importantes de la actividad, para monitorear su evolución y/o hacer posibles aportes y ajustes al mismo, tanto a través de la CAT como del INPROTUR.

#### **DESARROLLO TURISTICO SUSTENTABLE.**

Reconocer que el concepto de sustentabilidad adquiere real dimensión al incorporar conceptos como turismo responsable, estándares medioambientales, optimización de procesos y RSE, cobrando todos ellos, cada día, mayor importancia a nivel mundial.

Seguir diseñando una oferta turística basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat, medioambiente e identidad local. Concentrar los esfuerzos conjuntos de inversión pública y privada, en sintonía con la capacitación, calidad, marketing y promoción entre las variables más importantes.

Alentar la elaboración de un Plan Operativo que, inserto en el PFETS, tenga como meta alcanzar la cifra de 8 millones de visitantes extranjeros al 2020, y en el cual se expliciten los temas y medidas a resolver, como así también el compromiso de la empresa privada para llegar a esa meta.

Promover un gran Acuerdo Sectorial que, contenido en el PFETS y traducido en un plan de acción, persiga como resultado la reducción de emisión de gases al 2020.

#### **GESTION DE LA CALIDAD.**

Promover la creación del ICTA (Instituto de Calidad Turística Argentina) con el objetivo de centralizar e impulsar junto al Ministerio de Turismo, la aplicación de los programas de gestión de Calidad en todo el país, coordinando su aplicación y la formación de profesionales idóneos por región.

Lograr que en el 2020 un número representativo de empresas turísticas hayan adherido e implementado un programa de gestión de calidad, que contemple la gestión ambiental, la seguridad y Responsabilidad Social Empresaria.

#### **CENTRO DE CONVENCIONES.**

Atender la ya impostergable necesidad que la Ciudad de Buenos Aires, en un esfuerzo conjunto del Estado Nacional, el Gobierno de la Ciudad y el Sector Privado, cuente con un Centro de Convenciones acorde a la jerarquía de gran ciudad receptora de eventos.

#### **CONECTIVIDAD E INFRAESTRUCTURA.**

Proponer el tratamiento de la temática mediante un "cambio de visión" que permita contar con una estrategia integral, que aborde a todos los sectores del transporte dentro de un esquema analítico común, entre los cuales está la vinculación con el turismo.

Considerar para ello la creación de un grupo mixto federal de trabajo, que contribuya a alcanzar una mirada global y, por ende pueda, priorizar mejor la búsqueda de soluciones a las dificultades por resolver en materia de conectividad.

Procurar el desarrollo y mejoramiento de infraestructura aeroportuaria, vial y de servicios, como estrategia de consolidación de la conectividad de destinos a nivel nacional.

Buscar la integración de los sistemas de transporte a los sistemas de esparcimiento y turismo, tema que requiere una acción de coordinación del sector público. Animar, en particular al sector transporte terrestre, a mejorar la integración entre su propuesta comercial y la de los servicios turísticos.

Impulsar el Programa de Modernización de la Infraestructura del Transporte Terrestre (PROMITT)- Red Federal de Autopistas.

#### **SEGURIDAD.**

Poner nuevamente en funcionamiento la Comisión Mixta de Seguridad Turística, instrumentando medidas tendientes a su fortalecimiento. Impulsar su réplica en las distintas regiones, así como también la puesta en funcionamiento de Comisarías del Turista en las provincias.

Trabajar fuertemente en concientización, prevención y refuerzos de circuitos turísticos seguros, haciendo foco en el tema de la seguridad como no exclusivo del Turismo, sino de la sociedad en su conjunto.

#### **LEGISLACION Y ASPECTOS FISCALES.**

Desarrollar un modelo de categorización hotelera acorde y en sintonía con la demanda actual del consumidor, teniendo en cuenta los requerimientos generales y de cada segmento en particular.

Realizar la regulación de departamentos de alquiler temporario a turistas extranjeros, ante la competencia desleal que generan para la hotelería formal.

Sostener el escalonamiento vacacional escolar.

Analizar en conjunto con el Ministerio de Turismo, proyectos tendientes a mantener la sustentabilidad socioeconómica del quehacer turístico, en especial ante coyunturas de crisis que afecten severamente la normal operación y funcionamiento del sistema turístico nacional.

#### **PROMOCION Y MARKETING.**

Impulsar la reformulación del uso de algunas herramientas tradicionales de promoción y marketing, como es el caso de las ferias, tanto en calidad como en cantidad y en la asignación presupuestaria.

Considerar la posible creación de fondos que estimulen la presentación a través de la CAT, de proyectos destinados a favorecer la innovación empresarial, el desarrollo de nuevos segmentos de negocios y la captación de nuevos mercados geográficos.

Intensificar las acciones que permitan profundizar la promoción y comercialización, tanto doméstica como internacional de los viajes, por la vía del turismo de interés específico, en vez del turismo de interés general como prevalece en la oferta privada en contraposición de las actuaciones innovativas del INPROTUR.

Estimular y facilitar el uso intensivo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación para la gestión de promoción y marketing, teniendo en cuenta la consideración de que hoy en día los ciclos de vida de los mercados están marcados por el desarrollo tecnológico.

Lograr instalar en Argentina el Evento Regional de Latinoamérica y el Caribe del Turismo de Reuniones, para lo cual AOCA viene gestionando con gran esfuerzo y creciente éxito, la realización de ExpoEventos.

#### 5.4. Los desafíos del Turismo Argentino para el mediano plazo.

Al analizar el desarrollo del Turismo Argentino en términos evolutivos, observamos que el sector se encuentra en plena transición entre una etapa de expansión inicial, con características fundacionales (con el Estado Nacional en un rol de liderazgo activo), hacia una etapa de maduración de la actividad, en la que será necesario consolidar los procesos desplegados a partir de 2005 y profundizar las acciones tendientes a hacer del Turismo una actividad más eficiente y sustentable.

Es claro que, desde la sanción de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 y la formulación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, se ha alcanzado el reposicionamiento de la actividad como factor productivo, el reconocimiento institucional en la estructura de gobierno, la instalación de la planificación estratégica de largo plazo como proceso orientador y articulador de actuaciones, la implantación de la gestión de la calidad como factor indispensable del desarrollo, el rescate de la información estadística como elemento trascendente para la toma de decisiones, el sustento de la promoción en la investigación de mercado, el ordenamiento de las inversiones de soporte a la actividad, entre otros logros.

Sin embargo, vemos con claridad que el devenir de la actividad está atravesando una segunda fase de evolución, que requiere el compromiso de todos los actores del sector para el logro de mayores niveles de concertación y articulación que garanticen la sustentabilidad

y mejoren la competitividad sectorial.

Será necesario profundizar las características instrumentales de las actuaciones de gobierno, reforzando las bases estructurales del sistema turístico, a través de la generación de criterios comunes de desarrollo, el diseño de herramientas de actuación acordes a las problemáticas actuales, la mejora en la gestión del conocimiento, el acceso a la información estratégica y, fundamentalmente, de la articulación de la gestión con los distintos niveles de gobierno y la concertación con los diferentes sectores que hacen a la actividad.

Por su parte, en materia de flujos turísticos, al igual que en 2005, hemos renovado las hipótesis de crecimiento a futuro, lo que nos permitió dimensionar las singularidades de las regiones y reflexionar sobre la necesidad de plantear nuevos programas y proyectos, con el objeto de seguir siendo competitivos como país turístico.

INDICADORES	LINEA DE BASE	PROYECCION 2016		PROYECCION 2020	
	2010	MODERADA.	OPTIMISTA.	MODERADA.	OPTIMISTA.
Llegadas de turistas no residentes.	5.325.129	6.566.682	7.324.471	7.275.343	8.982.251
Gasto de turistas no residentes (millones de USD)	4.816	7.305	8.148	8.907	10.996
Pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros <sup>1</sup>	45.984.028	51.462.964	-	55.115.587	-

Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR.

Es por ello que, resulta interesante analizar el futuro del Turismo Argentino en términos de desafíos para el mediano plazo (5 años), que hemos organizado en 6 campos temáticos (para su mejor comprensión) y que expresan la orientación de las políticas públicas para los próximos años.

#### GESTION INSTITUCIONAL.

Como consecuencia directa de haber logrado la consolidación institucional del turismo en la Argentina, considerado hoy por el Gobierno Nacional como un protagonista central en la construcción de un modelo de desarrollo con inclusión social que ha privilegiado la diversificación productiva y las integraciones regionales, esta nueva etapa nos exige que el turismo profundice el ocupar un espacio prioritario en la agenda de gobierno en los distintos niveles de gestión. Esto implica que, como tal, el turismo sea comprendido como una actividad transversal al resto de las áreas de gobierno en el plano público y a las restantes ramas productivas en la esfera del sector privado.

En este sentido, cobra cada vez más relevancia la construcción de espacios interministeriales de articulación, a efectos de optimizar la actuación del Estado Nacional en relación al desarrollo turístico del país. Del mismo modo, fortalecer al Consejo Federal de Turismo como órgano natural para el acuerdo político sectorial. El fortalecimiento de los Entes Regionales de Turismo, su consolidación institucional y la ampliación y capacitación de sus equipos técnicos, resulta un factor que permitirá acelerar el proceso de articulación de la planificación estratégica en materia turística, incrementando las capacidades regionales. La conformación de redes de articulación federal en los distintos campos de actuación, representa el desafío central de la gestión turística de los próximos años. Entendemos que es el único mecanismo para profundizar el diálogo social, amalgamar las políticas públicas en sus distintos niveles jurisdiccionales y generar un efecto sinérgico entre las actuaciones del sector privado, el sector académico y las asociaciones intermedias del turismo.

La complejidad de nuestra actividad requiere un esfuerzo significativo en la coordinación de las acciones de gobierno para que optimice los recursos, a la vez que conlleve un mecanismo de comunicación que acerque la gestión a la gran diversidad de actores en todo el territorio nacional. En el plano internacional, el mediano plazo demanda consolidar el posicionamiento de la República Argentina mediante acciones bilaterales y multilaterales que posibiliten el fortalecimiento de sus vínculos con otros Estados, la profundización de los procesos de integración regional y el liderazgo en organismos internacionales del sector.

#### DESARROLLO TURISTICO.

Es necesario consolidar el proceso de planificación estratégica iniciado en 2004, procurando un desarrollo turístico equilibrado, sustentable e inclusivo, aumentando la incidencia del turismo en el sistema productivo nacional. Considerar al turismo como factor de inclusión e inductor del desarrollo, deberá ser la premisa que guíe al



Los Horcones. Foto: Ministerio de Turismo.

1. Estos datos corresponden al total país.



5

Los Desafíos  
del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

sector en el mediano y largo plazo, para planificar una oferta equilibrada y sustentable que responda a las expectativas de las comunidades anfitrionas y de la demanda turística nacional e internacional.

La gran extensión de nuestro territorio, sumado la inmensa diversidad de nuestra oferta turística, exige incorporar a la planificación del turismo una mirada de escala regional, que atienda a las particularidades sociales, ambientales, político-institucionales y económicas de sus territorios y que permita hacer foco en las problemáticas de cada una de las regiones, en especial en las necesidades de ordenamiento territorial. El Ministerio de Turismo, en su rol de liderazgo del desarrollo nacional, deberá procurar la instrumentación de los criterios de base, las herramientas de gestión y los indicadores de sustentabilidad que, en el plano federal, faciliten los procesos de planificación regionales.

El desarrollo del turismo nacional se constituye como un objetivo de especial interés, que busca modificar la tendencia de concentración espacial y temporal de la demanda, a través de un modelo descentrado y equilibrado de la oferta. El desafío radica en la estructuración de una oferta de destinos y productos turísticos que permita, además de aumentar la redistribución de los flujos económicos, la inclusión y acceso al turismo de los sectores más vulnerables de la población.

El desarrollo de un sistema de turismo social más amplio y equitativo, que garantice el derecho de todas las personas a la experiencia turística, impone una mirada integral que requiere el acuerdo sobre las estrategias para su abordaje. El desarrollo de la oferta, la calidad de los servicios y

la promoción turística en todos sus niveles de gestión, deberán estar incluidos en la diagramación de estas políticas.

La concertación con el sector privado, para profundizar la senda de construcción conjunta que hemos experimentado durante los últimos años, exige la sensibilización de los prestadores de servicios turísticos del país respecto a los cambios en las características y expectativas del consumidor, para optimizar sus productos en un marco de responsabilidad social, económica y medioambiental.



Los organismos de turismo de los diferentes niveles de gobierno, conjuntamente con el sector privado, deberán analizar en el corto plazo alternativas para mantener la sustentabilidad socioeconómica del quehacer turístico, en especial ante coyunturas de crisis que afecten severamente la normal operación y funcionamiento del sistema turístico nacional.

La concertación de las inversiones en obras de interés turístico en los espacios priorizados en el plan, procurando una adecuada promoción y modelización de

las inversiones privadas, así como la capacitación y radicación de nuevos capitales en el sector, constituyen un accionar a profundizar en el mediano plazo.

A pesar de la mejora reciente en la conectividad de nuestro país, especialmente en lo referente a transporte aéreo, resulta necesario reafirmar las voluntades de todas las áreas de gobierno y de los sectores económicos involucrados, para profundizar el desarrollo de propuestas integrales que perfeccionen los sistemas de trama conectiva del país, con una mirada global que priorice la búsqueda de soluciones a las restricciones que puedan presentarse en materia de conectividad, infraestructura aeroportuaria, vial y de servicios.

### GESTION DEL CONOCIMIENTO.

La madurez que ha alcanzado nuestro sistema turístico, exige mayores niveles de comprensión del fenómeno como tal, hecho que conlleva indefectiblemente la necesidad de mejorar la gestión de la información y del conocimiento. Esta mejora debe constituirse como soporte instrumental que permita formular herramientas de gestión que hagan más eficiente la ejecución de la política turística en todos los niveles.

Particularmente, el análisis exhaustivo de la actividad turística requiere de datos e información que permitan una mejor interpretación de su dinámica, el diseño de políticas asertivas y la orientación eficiente de las inversiones, tanto públicas como privadas. Para ello, sostener e incrementar la generación continua de información estadística sectorial resulta vital para argumentar las decisiones estratégicas en tal sentido.

En esta línea, alcanzar el consenso nacio-

nal sobre criterios comunes de planificación turística, legislación, estadísticas y calidad, entre otros, representa la base de sustentación de un modelo concertado de desarrollo turístico nacional, a través de la formación de valores compartidos.

Avanzar en la articulación y transferencia del Sistema de Información y Estadística Turística nacional (SIET) a los actores regionales y provinciales, contribuirá al fortalecimiento de un sistema nacional de estadísticas de turismo y estudios de mercado.

La inversión de tiempo y recursos para la investigación y desarrollo en el marco de la actividad turística, representa hoy una necesidad real, que se incrementará de forma exponencial acompañando la evolución sostenida en el tiempo que está experimentando el turismo. La articulación con el sector académico y otras carteras de gobierno, constituyen un desafío estratégico que requiere de la organización (en el plano federal) de un mecanismo de fomento y ordenamiento de las investigaciones aplicadas al desarrollo sustentable del turismo, que promueva la generación y transferencia de herramientas de gestión novedosas que atiendan las problemáticas particulares de cada una de nuestras regiones turísticas.

La capacitación y la adecuada formación profesional de los recursos que intervengan en la gestión tanto pública como privada del turismo, demandan mayor compromiso a la hora de planificar los perfiles profesionales y los programas de capacitación, que requieren cada vez más de la concertación intersectorial.

### SUSTENTABILIDAD Y CONSERVACION DEL PATRIMONIO.

Sin dudas, uno de los mayores desafíos que enfrenta nuestra actividad, es garantizar la sustentabilidad de los destinos y de las actividades turísticas. La conservación del patrimonio demanda una adecuada articulación de la gestión del turismo con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, para garantizar la perdurabilidad de los recursos.

A su vez, la expansión del turismo nos exige prestar especial atención a los ordenamientos territoriales, procurando evitar la concentración y el desborde de los centros receptores de los flujos turísticos.

En esta línea, debemos concentrar los esfuerzos de planificación en la definición de umbrales razonables de crecimiento, atendiendo criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental. Por esta razón, estamos llamados a perfeccionar un sistema de indicadores de sustentabilidad y competitividad turística, que permita medir la evolución y el impacto del turismo en nuestro país, al mismo tiempo de brindar parámetros ciertos que proporcionen los elementos sustantivos para la definición de los umbrales mencionados.

### GESTION DE LA CALIDAD.

El desarrollo de la competitividad del sistema turístico argentino enfrenta un reto importante, dado que las estrategias para la mejora de las prestaciones turísticas ejecutadas con éxito en los últimos años, requieren del despliegue de una escala mayor de implementación que cubra y acompañe la creciente oferta de servicios. En este sentido, se vuelven vitales las acciones de capacitación de los gestores locales, en el



Los Desafíos  
del Futuro

## LA NUEVA AGENDA DEL TURISMO ARGENTINO

marco de programas de “formador de formadores”, que permita la transferencia de los modelos de gestión de la calidad a las escalas regional, provincial y local.

Asimismo, es central entender la seguridad turística desde una visión integral, como condición receptiva básica del destino Argentina, que involucre a los distintos niveles de gobierno y a los distintos actores del sector. Requiere no sólo decisiones sectoriales, sino de la articulación con otros sectores a los que la actividad turística atraviesa.

La generación de criterios comunes en términos normativos, especialmente en lo referente a la legislación hotelera, se presenta como una necesidad de mediano plazo que requiere de espacios federales de concertación para la conformación de una estructura homogénea, que permita equilibrar la calidad de los servicios turísticos en todo el territorio.

Paralelamente, será necesario consolidar en el mediano plazo, la Gestión de la Calidad, mediante la creación de una entidad de reconocimiento y distinción de la implementación de las herramientas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) con especialidad hacia el sector turístico, tanto privado como público.

Desde la esfera pública, los organismos de turismo deberán afrontar el desafío de implementar modelos de gestión por resultados, diseñando procesos que respondan al cumplimiento de las misiones institucionales. La madurez que la actividad turística está alcanzando requiere de este salto cualitativo en los estilos de gestión.

### PROMOCION DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURISTICOS.

Fortalecer el posicionamiento internacional de la Argentina como destino turístico, demanda un trabajo sistemático de promoción en los mercados que nuestro país ha identificado como prioritarios, estratégicos y potenciales según su condición. Esto implica la implementación de acciones de promoción que expresen una amplia diversificación de productos acorde a los mercados específicos, haciendo foco en los países de la región.

La necesidad de un fuerte estímulo al turismo interno que favorezca los flujos domésticos, representa una oportunidad genuina para la diversificación y creación de nuevos productos que provoquen la redistribución de la demanda de turismo hacia sitios menos tradicionales, garantizando un volumen constante de turistas a lo largo del año.

Estimular y facilitar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la gestión de promoción y marketing, partiendo de la consideración de que hoy en día los ciclos de vida de los mercados están marcados por el desarrollo tecnológico, impulsa la reformulación del uso de algunas herramientas tradicionales de promoción y marketing.

La actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, nos proporciona la posibilidad de renovar los desafíos del sector para el mediano plazo y hacer los ajustes necesarios a la planificación, de modo que ésta permita actuaciones más eficientes en los nuevos escenarios.

En función de ello, hemos adecuado los Programas Federales del Ministerio de Turis-

mo (ver apartado 5.1), para ceñirse a esta realidad y afrontar mucho mejor los desafíos que nos depara el futuro. A su vez, hemos hecho un gran esfuerzo en articular la planificación y las acciones con las regiones turísticas del país, lo que propició que cada una de ellas haya formulado sus Encuadres Programáticos Regionales, los que han servido de insumo indispensable para configuración de una mirada nacional y federal (ver 5.2).

A su vez, el Ministerio de Turismo de la Nación, formula anualmente los Planes Operativos de cada una de las áreas, identificando las metas específicas para cada período, con el objetivo de implementar acciones que conduzcan a superar los retos que la evolución del turismo nos propone.

De esta manera, renovamos el compromiso con la visión, consensuada por el sector en su conjunto, de posicionar turísticamente a nuestro país en el contexto internacional. Haciendo hincapié tanto en la diversidad de su oferta, la calidad de sus servicios y el respeto por el hábitat e identidad de las comunidades con vocación turística, como en la misión de impulsar condiciones óptimas de competitividad, que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector, promoviendo tanto la calidad de vida de las comunidades residentes como la experiencia positiva de los visitantes a los destinos turísticos de nuestro país.



Estancia La Blanca - La Pampa. Foto: Florian von der Fecht.



# 6

## ■ APENDICES Y ANEXOS



Turismo 2020



6.1 / El turismo en el ámbito global. El contexto internacional y regional del turismo.

6.2 / Datos del escenario actual del turismo argentino.

6.3 / Anexos.

## APENDICES Y ANEXOS



### 6.1. El turismo en el ámbito global. El contexto internacional y regional del Turismo.

#### EL TURISMO EN EL AMBITO GLOBAL.

Desde 1950, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación. Cuando en 2004 iniciábamos en Argentina este proceso de planificación colectiva, observábamos cómo en los primeros años del siglo XXI, la actividad turística crecía a nivel mundial, alcanzando en el 2010 la cifra de 940 millones de llegadas según la Organización Mundial de Turismo (OMT). Este movimiento significó ingresos estimados por USD 919.000 millones. Si tenemos en cuenta que en el año 2003 se registraron 691 millones de llegadas internacionales, que representaron ingresos mundiales por USD 514.000 millones, verificamos cómo en sólo 7 años prácticamente se duplicaron los ingresos estimados por turismo, colocando a nuestra actividad entre las más dinámicas de la economía mundial, posicionándose como uno de los sectores con mayores tasas de crecimiento en el mundo.

Hoy, gran parte de los países visualizan al turismo como una de las principales actividades económicas, con un impacto general positivo en el crecimiento y en el empleo que, además, posibilita la valorización del patrimonio cultural, natural, las tradiciones y culturas contemporáneas. Particularmente, el turismo representa unos de los sectores más importantes en la economía de muchos países en desarrollo. El trabajo permanente y mancomunado del sector, ha logrado la sensibilización de los diversos actores nacionales e internacionales,

públicos y privados, permitiendo incorporar al turismo como una herramienta de crecimiento económico sostenible, capaz de contribuir al desarrollo, al respeto de la diversidad cultural y ambiental, entre otros.

Si bien durante esta primera etapa del PFETS (2004-2010) se vivió una crisis económica mundial, Argentina pudo sobrellevar esta instancia sin grandes problemas. A pesar de que la gran incertidumbre provocada a nivel global afectó (especialmente a partir del 2008) la confianza del consumidor, a fines del 2009 comienza una clara tendencia de recuperación que se consolida en el 2010, con un crecimiento del 6,6% de las llegadas de turistas internacionales a comparación de 2009.

#### EVOLUCION DEL TURISMO MUNDIAL EN LOS ULTIMOS AÑOS.

El 2008 fue récord en llegadas turísticas internacionales con 913 millones, lo cual implicó un crecimiento de aproximadamente 4% con respecto al 2007. Debido a los efectos de la crisis financiera mundial, y la subsiguiente recesión económica hacia fines del 2008 y 2009, las llegadas turísticas internacionales disminuyeron un 4,2% en 2009, hasta 880 millones<sup>1</sup>. Salvo África, que no siguió la tendencia mundial (+3%), todas las regiones tuvieron resultados negativos. Europa (-6%), Oriente Medio (-5%) y las Américas (-5%) fueron las regiones más afectadas. Asia y el Pacífico también sufrieron el impacto, pero en menor medida (-2%).

Ya para el 2010, la reactivación económica post crisis fue más rápida de lo que se esperaba, siendo los países emergentes sus principales protagonistas. La OMT asegura que la recuperación "a dos velocidades" implicó un ritmo más lento de crecimiento en economías avanzadas (+5% con respecto al año anterior) y más rápido en las emergentes (+8% con respecto al mismo período)<sup>2</sup>. De este modo, Asia (+13%), Oriente Medio (+14%) y África (+6%) crecieron rápidamente, mientras que Europa tuvo un crecimiento más lento (+3%) debido a la nube de cenizas volcánicas que afectó la actividad turística y la incertidumbre económica que existe en la zona del Euro. Particularmente, las Américas se recuperaron de la caída sufrida en el 2009 con un crecimiento del +8%, equivalente a 151 millones de llegadas internacionales (siendo América del Sur la subregión que registró mayor crecimiento, +10%).

Para continuar, es representativo analizar cómo el turismo mundial creció un 5% durante los dos primeros meses de 2011, período en que se registraron en el mundo 124 millones de viajes. En general, todas las regiones y subregiones del mundo presentaron crecimientos positivos, con excepción de Oriente Medio y el Norte de África. Al respecto, si comenzamos a analizar las particularidades de cada región mundial, podemos apreciar cómo América del Sur y Asia Meridional encabezaron el crecimiento (ambas con un +15%), seguidas del África Subsahariana (+13%) y Europa Central y del Este (+12%). En estas dos últimas regiones la recuperación económica fue un factor importante que provocó un impacto positivo en Europa (+6%). Esto se suma a la redistribución temporal de los viajes a destinos de la Europa Meridional y Mediterránea, debido a los acontecimientos vividos

en el Norte de África (-9%) y en Oriente Medio (-10%). En el caso de Asia y el Pacífico, la región con ritmo de crecimiento más rápido en 2010, experimentó una cierta ralentización (+6%). Finalmente las Américas (+5%) se mantuvieron en la media mundial, con notables resultados en América del Sur y el Caribe y un crecimiento más débil en América del Norte y América Central.

Particularmente, en relación a las economías emergentes, es necesario destacar la importancia para el turismo mundial de los países que conforman el BRIC: Brasil, Rusia, India y China. En la Cumbre Anual del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (realizada en Beijing China, mayo de 2010) se afirmó que los países mencionados serán líderes y motores del crecimiento del turismo mundial en las próximas décadas. A pesar de la crisis económica mundial de fines del 2008 y 2009, la India y China han incrementado la emisión de turistas hacia el exterior notablemente, mientras que Brasil y Rusia lo han hecho a un ritmo menor, pero siempre en la misma senda del crecimiento<sup>3</sup>.

Las llegadas turísticas internacionales para los países que conforman el BRIC, totalizaron alrededor de 100 millones para el año 2010 y su participación en el total del mercado emisor mundial seguirá aumentando, gracias a la incorporación de una nueva clase media y alta con pretensiones de viajar al exterior.

#### ALGUNAS PROYECCIONES.

A pesar que la actividad turística es sensible a problemas como catástrofes naturales, sanitarias o guerras, los recientes sucesos del Norte de África y Oriente Medio, así como el trágico terremoto y el tsunami que asolaron Japón en marzo del 2011, o la erupción de volcanes (en Sudamérica y Europa) con la consecuente interrupción del espacio aéreo, no se

1. Panorama OMT del Turismo Internacional, Edición 2010.

2. Organización Mundial del Turismo, Comunicado de Prensa – 17 de Enero del 2010.

3. Cumbre Anual del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, Beijing 2010.



## APENDICES Y ANEXOS

cree que vayan a afectar sustancialmente a la previsión general para el 2011 (entre 4% y 5%). Asimismo, el dinamismo del sector permite la rápida recuperación del turismo en relación a otros sectores, mitigando las caídas ocasionadas por factores como los mencionados anteriormente. Si bien los resultados para el Noreste Asiático, el Norte de África y Oriente Medio están por debajo de lo previsto inicialmente, los destinos de Europa y América del Sur muestran, de momento, una pujanza mayor de la anticipada. Estos datos son, sin dudas, apropiados para reflexionar sobre la evolución de la actividad turística. Si los estudiamos en relación al conjunto de hechos ocurridos durante el primer decenio del siglo XXI, y además consideramos la evolución de la actividad turística como un fenómeno socio-económico (cuyo desarrollo denota un impacto global en los últimos 50 años del siglo XX) podemos interpretar que es probable que exista una redistribución temporal del tráfico, así como un incremento de los viajes intrarregionales frente a los internacionales.

Dentro de estas proyecciones, cabe identificar una serie de condicionantes que podrán influir en la evolución del sector. Por un lado, la tímida recuperación del mercado laboral afectado por la crisis económica mundial, se prevé resultará insuficiente para compensar la destrucción de empleos ocurrida durante el 2008 – 2009<sup>4</sup>.

Por otro lado, la creciente inestabilidad política en Oriente Medio y el Norte de África, regiones que en los últimos años han experimentado un crecimiento constante afectando a varios países y cuyos efectos expansivos aún se desconocen. Indefectiblemente, el alza del precio del petróleo perjudicará a la industria turística mundial al aumentar los precios de los pasajes. En la misma línea, el terremoto y

posteriores tsunamis que azotaron la costa nororiental de Japón, afectarán necesariamente a dicho mercado y a la región en su conjunto.

Posiblemente, lo que se generará será un cambio en el mapa turístico mundial, al canalizarse los efectos negativos de estas crisis, en oportunidades para nuevos destinos, que tengan la capacidad de brindar servicios turísticos en condiciones de seguridad y estabilidad política, económica y social. Por último y no menos importante, la tendencia hacia la introducción y el aumento de tasas a los viajes como una forma de equilibrar las cuentas públicas, también representará un desafío para el crecimiento del sector.

### CONSIDERACIONES GENERALES.

El T20<sup>5</sup> afirma que el sector constituye aproximadamente el 5% del Producto Bruto Global (PBG), con un fuerte efecto multiplicador en otros sectores. El mismo aporta entre el 6% y el 7% de los empleos directos a nivel mundial, asegura una rápida entrada al mercado laboral (en especial a jóvenes y mujeres en comunidades urbanas y rurales) y se constituye como una importante fuente de ingresos por exportaciones (aportando el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y alrededor del 45% del total de exportaciones de servicios en los países en vías de desarrollo)<sup>6</sup>.

La República Argentina particularmente, ha participado de las dos reuniones de Ministros de Turismo del G20 celebradas hasta la fecha, en Sudáfrica (2009) y República de Corea (2010)<sup>7</sup>. En la segunda reunión del T20, se afirmó que *“El turismo puede realizar una importante contribución a las iniciativas que el G20 está llevando a cabo para lograr un crecimiento compartido después de la crisis, especialmente en términos de creación de empleos y avance en la agenda del desarrollo. El sector turístico está preparado para trabajar por el objetivo común de un crecimiento fuerte, sostenible y equilibrado”*<sup>8</sup>.

### ARGENTINA Y EL TURISMO EN EL CONTEXTO REGIONAL.

En la región de las Américas, el turismo receptivo en el 2010 creció un 8% (151 millones de llegadas), implicando una recuperación de la caída provocada por las dificultades económicas sufridas en América del Norte y el impacto del brote de gripe A (H1N1), durante el 2009. Se estima que para el 2020, la cantidad de llegadas de turistas internacionales crecerá a un 3,8% anual (282 millones de llegadas)<sup>9</sup>.

Con respecto al total del mercado turístico mundial, la región de las Américas tenía en 1995 el 19,3% del mercado turístico receptivo internacional. Sin embargo y a pesar del crecimiento anual mencionado, la OMT calcula que la proporción del turismo mundial correspondiente a nuestra región será solamente del 18,1%, en 2020. Esto se explica a partir de que la tasa de crecimiento turística de nuestra región se encontraría por debajo de la mundial (4,1% para 1995-2020) y por encima de la europea (3,1%)

Específicamente en el plano regional, la República Argentina se ha esforzado en consolidar las relaciones con los países de la región, bajo su perspectiva histórica de integración regional. Esta política nacional de priorización de la integración regional, ha permitido aumentar el flujo de turistas dentro de Sudamérica.

En esta línea, con la firma del Tratado de Asunción (Tratado Constitutivo del MERCOSUR) los Estados Miembros del bloque formalizaron la voluntad de fortalecer los lazos que vinculan a la región. El sector turístico ha contribuido a este proceso de integración, a través de la consolidación de un espacio permanente de debate creado en el marco de las Reuniones de Ministros (RM) y las Especializadas de Turismo del MERCOSUR (RET),

donde se trabaja conjuntamente sobre diversas temáticas: promoción turística (Fondo de Promoción Conjunta), asistencias técnicas para el intercambio de conocimiento, facilitación de fronteras, realización de importantes eventos internacionales compartidos, mejora y armonización de las metodologías estadísticas nacionales, entre otros.

Actualmente<sup>10</sup>, el volumen de turistas que tiene como origen y destino los países miembros y asociados del MERCOSUR, representa el 55% del turismo de nuestra región. Particularmente para la República Argentina, las llegadas de origen intra-MERCOSUR han representado el 62% y en cuanto a los ingresos, el 35% del total.

Paralelamente a las acciones llevadas a cabo en el ámbito del MERCOSUR, Argentina ha tenido siempre un rol muy activo en el proyecto sudamericano. Más aún cuando, en diciembre de 2004, a través de la Declaración del Cusco, se inicia la Comunidad Sudamericana de Naciones (CSN), que se consolida a partir de mayo de 2008 en Brasilia, cuando adopta el nombre de Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR). Esta busca fortalecer el proceso de integración entre los países miembros que, además de Argentina incluye a Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Suriname, Uruguay y Venezuela. También pretende alcanzar el desarrollo de un espacio integrado en lo político, social, cultural, económico, financiero, ambiental y en infraestructura. Su objetivo último es y será favorecer un desarrollo más equitativo, armónico e integral de América del Sur<sup>11</sup>, aspirando a establecer *“de manera participativa y consensuada, un espacio de integración y unión en lo cultural, social, económico y político entre sus pueblos”*<sup>12</sup>.

Particularmente, el accionar conjunto permite la creación de las bases necesarias para

el desarrollo del turismo sostenible, fortaleciendo y profundizando la integración regional para el posicionamiento de nuestro país en el plano internacional.

Es menester tomar el modelo de integración del MERCOSUR y la UNASUR como herramientas de desarrollo, enriquecimiento cultural y atenuación de la pobreza, capaces de consolidar al turismo como uno de los principales sectores de las economías de los países que integran ambos bloques.

Dentro de este panorama, Argentina consolida su posicionamiento en el contexto de las Américas, tanto por su volumen de llegadas como por los ingresos que genera el turismo receptivo. Al respecto, es claro que existe una correlación entre este posicionamiento alcanzado y las políticas turísticas implementadas estos años. Todo indica que se deben redoblar los esfuerzos para continuar en esta senda de crecimiento sostenido, ya que al igual que los demás sectores de la economía, el turismo en Argentina se enfrenta a una creciente competencia, con países que trabajan para atraer a un número cada vez mayor de turistas de los mismos mercados.

El contexto económico permite comprender que, si bien el crecimiento de los arribos internacionales aumentaron considerablemente al ritmo del incremento del PBI a nivel mundial (3,3 y 3,6% respectivamente), el arribo de extranjeros a la Argentina fue significativamente superior al promedio mundial. Por ello, existen otros motivos que explican el buen desempeño de nuestro país.

Cabe señalar, que el aumento en volumen de llegadas de nuestro país ha quedado reflejado en el Barómetro 2010 de la Organización Mundial de Turismo (OMT). Mientras que en 2009, Argentina ocupaba el puesto 47, en 2010 pasó a ocupar el lugar 44, con un total 5,3 millones de arribos por todas las vías, lo que representa

4. Organización Mundial del Turismo, Comunicado de Prensa, 17 de enero del 2010.
5. Iniciativa de las autoridades de turismo de los países miembros del G20, que se constituye como un foro para el crecimiento y el desarrollo del turismo sustentable, a partir de la promoción del diálogo y el intercambio de conocimientos y mejores prácticas entre las mayores economías del mundo.
6. Segunda Reunión de Ministros del T20, Buyeo – República de Corea.
7. Está prevista la realización de la Tercera Reunión de Ministros de Turismo del G20, en París-Francia.
8. Segunda Reunión de Ministros del T20, Buyeo – República de Corea.
9. Organización Mundial del Turismo, Visión Turismo 2020.
10. Cifras correspondientes al 2009.
11. Cabe destacar las potencialidades de la región, la cual posee un PIB de 973. 613 millones de dólares, con una población de 361 millones de habitantes y una superficie superior a los 17 millones de km2. Página Web de UNASUR.
12. Tratado Constitutivo de la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), Art. 2.

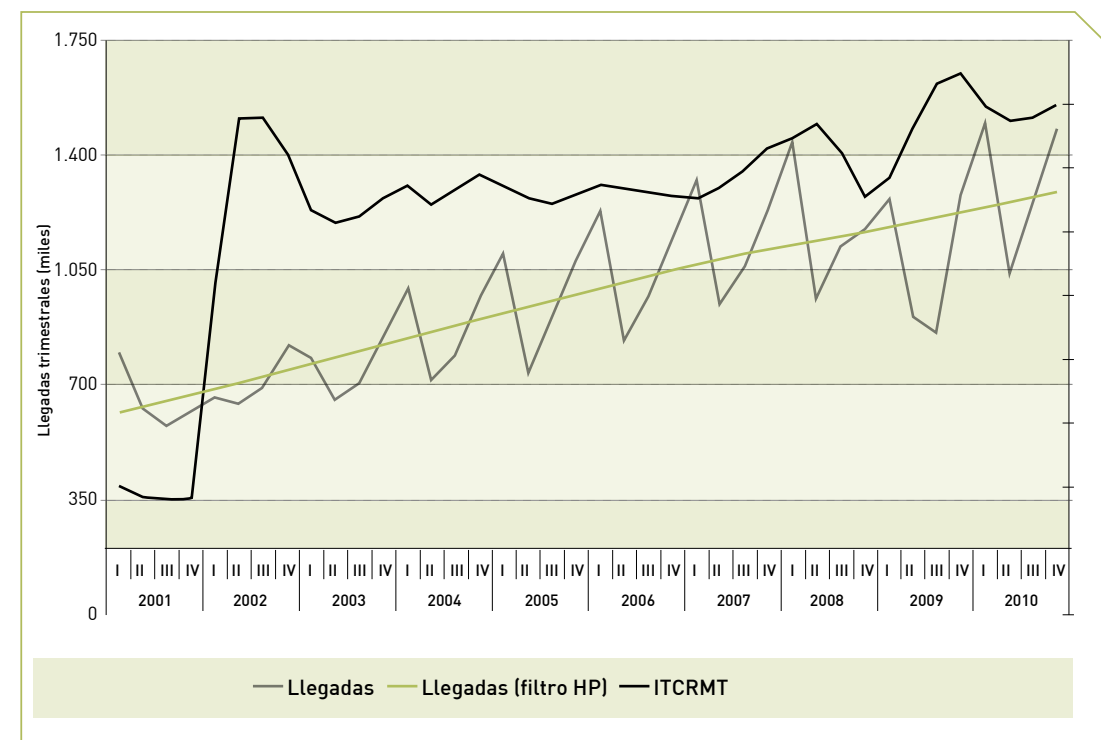
un crecimiento del 24 por ciento respecto del año 2009. Este volumen de llegadas representó ingresos por USD 4.816 millones para el 2010.

Entre los diversos factores que han coadyuvado a posicionar turísticamente a nuestro país, las políticas macroeconómicas influyeron para que el desempeño del turismo receptivo en Argentina haya estado por encima del promedio mundial. Pueden distinguirse la política monetaria y cambiaria, llevada a cabo por el Gobierno Nacional, que sostuvo un tipo de cambio real competitivo, ampliamente favorable al turismo receptivo.

En ese sentido, el Índice de Tipo de Cambio Real Multilateral Turístico (ITCRMT), deviene en una herramienta útil para seguir la evolución de la "competitividad turística" del peso argentino frente a las monedas con las cuales Argentina mantiene mayor intercambio turístico. La evolución del ITCRMT desde el año 2003 al 2010 permite observar niveles muy por encima de los que caracterizaron al período de la convertibilidad, y si lo comparamos con los arribos turísticos en el mismo período, se observa nuevamente un incremento a un ritmo muy superior a los de la última década del siglo pasado.

Finalmente, se destaca la convicción que ha demostrado el sector para desarrollar una actividad sustentable y de alta calidad, aprovechando adecuadamente los recursos naturales y culturales. Esa convicción, junto a las políticas de integración y cooperación con los países cuya población puede proporcionar una fuente de visitantes a los destinos argentinos, han contribuido fuertemente a que Argentina lograra alcanzar, al cabo de estos 5 años de iniciado el Plan, una excelente performance en el contexto mundial del turismo.

**Evolución del ITCRMT y las llegadas turísticas extranjeras a la Argentina. Años 2001- 2010.**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información del INDEC y MINTUR.

## 6.2. Datos del escenario actual del turismo argentino.

### EL TURISMO RECEPTIVO.

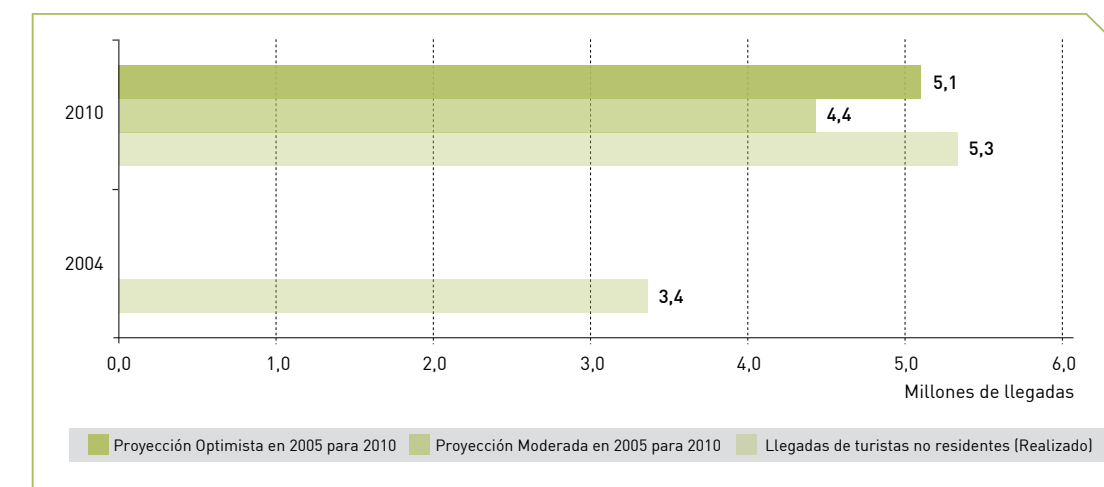
Por su capacidad para generar ingreso genuino de divisas, el aumento sostenido del turismo receptivo es considerado por el Estado como un resultado permanente a alcanzar. En el 2005 realizamos proyecciones (una hipótesis moderada y otra optimista) sobre dos indicadores básicos del turismo receptivo para el año 2010. Las variables fueron: llegadas de turistas no residentes e ingresos de divisas por turismo receptivo. Además sumamos un tercer indicador: pernoctaciones en hoteles y parahoteles<sup>1</sup>, tanto para turistas residentes como para no residentes. Los resultados obtenidos de los tres indicadores superaron, incluso, las proyecciones más optimistas.

Estos resultados dan cuenta de cómo el esfuerzo sectorial ha permitido que el turismo receptivo muestre el excelente desempeño de los últimos años. Por ejemplo, las llegadas de turistas extranjeros a nuestro país han crecido un 39% entre el 2005 y 2010, a una tasa interanual mayor al 7%, mientras que los ingresos económicos por este motivo crecieron un 82%, aumentando a un promedio del 13%.

En relación con este incremento, tal y como ya fuera mencionado, cabe destacar que Argentina ha trabajado en pos de consolidar un excelente vínculo con los países sudamericanos durante este período. Ello queda plasmado a través de los numerosos acuerdos internacionales firmados como, por ejemplo, el "Acuerdo sobre facilitación Turística entre la República Argentina y la República Federativa del Brasil" en diciembre de 2009 o el "Acuerdo sobre tránsito vecinal fronte-

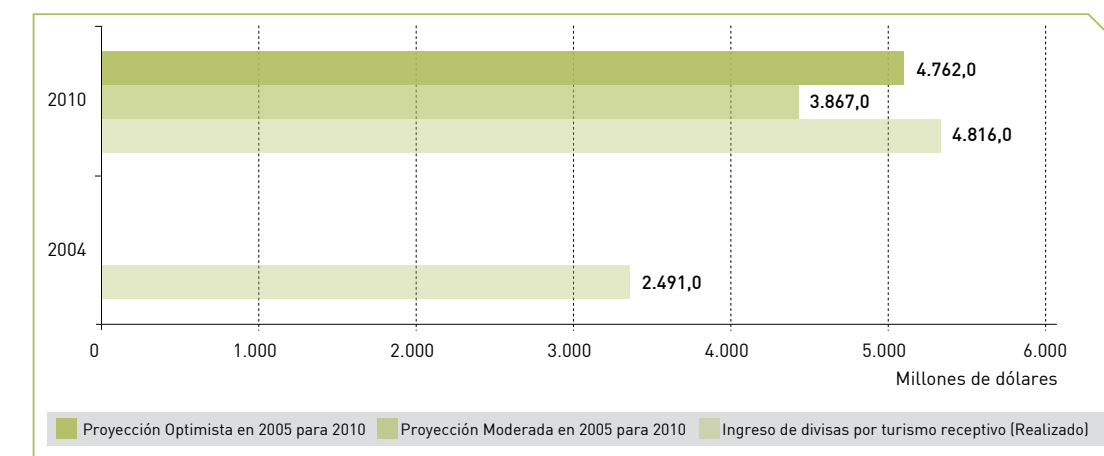
1. En base a 17 localidades relevadas en 2004.

**Llegadas de turistas no residentes a la Argentina 2004-2010 y proyecciones en el PFETS 2005.**



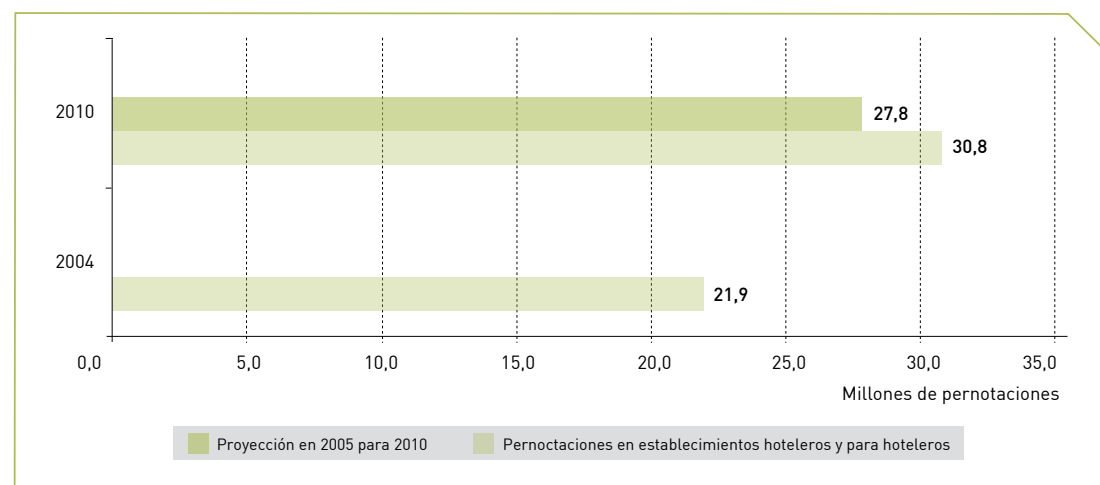
Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información del INDEC y MINTUR.

**Ingresos de divisas por turismo receptivo en la Argentina 2004-2010 y proyecciones en el PFETS 2005.**

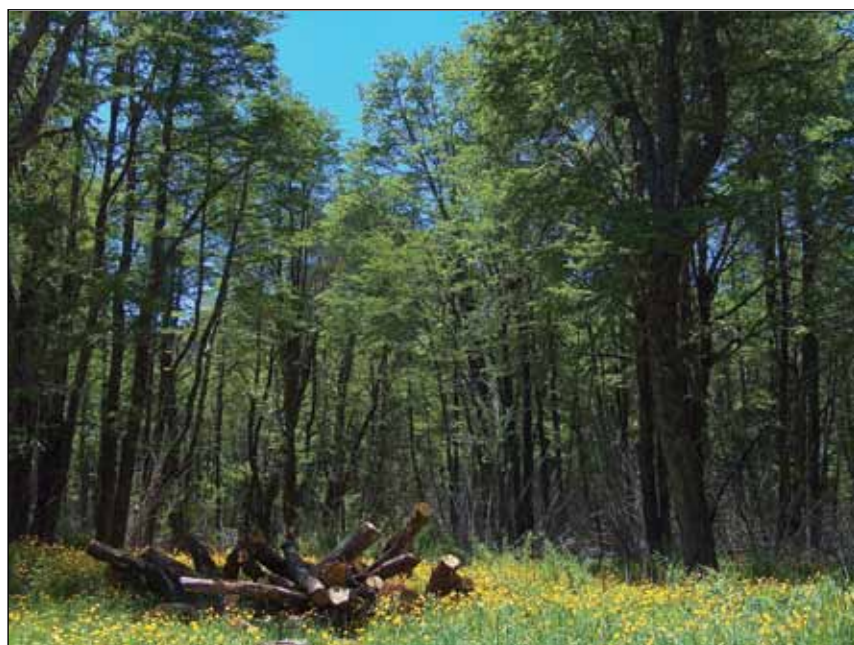


Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información del INDEC y MINTUR.

## Pernotaciones totales en establecimientos hoteleros y parahoteleros en 17 localidades turísticas del país 2004-2010 y proyecciones en el PFETS 2005.



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).



Junín de los Andes, Neuquén.  
Foto: Cecilia C. Morales.

rizo entre la República Argentina y la República de Chile” en junio de 2010.

Es oportuno observar que el PIB de los países de la región creció significativamente más que en las economías de los países más adelantados y creó, por lo tanto, un mayor turismo emisoro hacia la región y el mundo. El impacto positivo en el sector turístico está a la vista, reflejándose en distintos indicadores. Por ejemplo, podemos observar que la participación de los turistas provenientes de países limítrofes pasó de representar el 59% del total de las llegadas en 2005, al 67% en el año 2010.

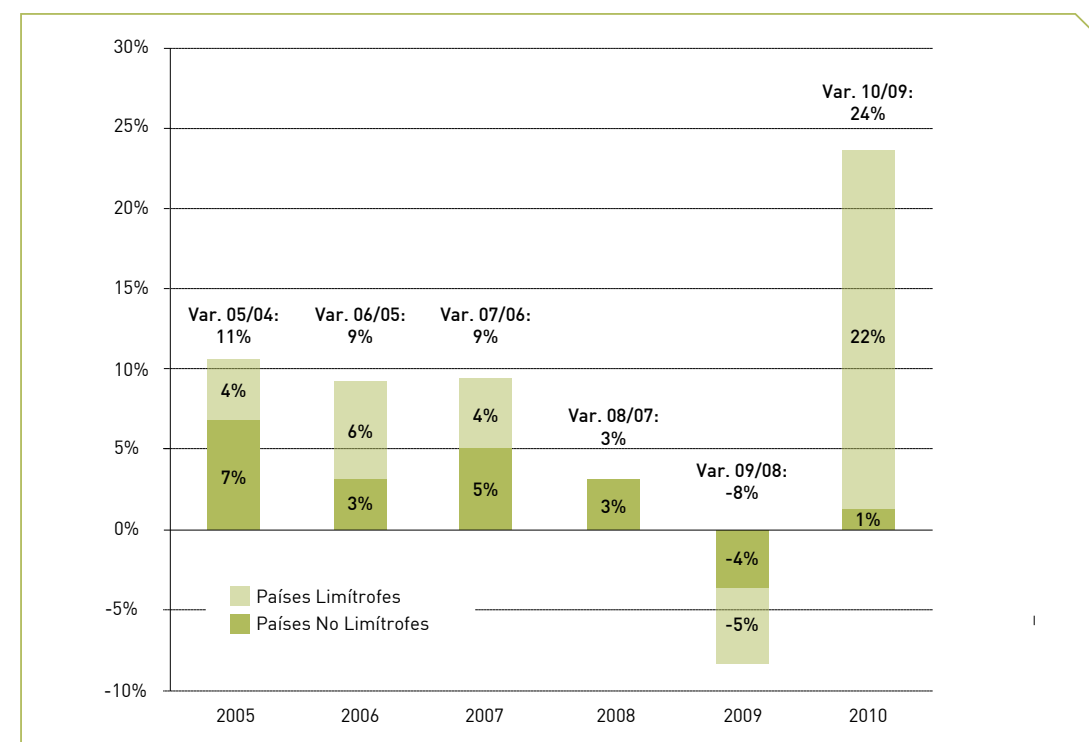
Al analizar las llegadas de turistas extranjeros según mercados limítrofes o no limítrofes vemos que aumentaron 39% en el período 2005-2010, alcanzando los 5.325.129 visitantes en el último año. Este crecimiento es explicado principalmente por los mercados limítrofes en 33 puntos porcentuales, mientras que los no limítrofes participaron en 5,6 puntos porcentuales.

Los países que crecieron más que el promedio mundial y que, por lo tanto, aumentaron su participación porcentual (pp) en el total, fueron Brasil (+10,8pp), Uruguay (+0,4pp) y Paraguay (+0,7pp).

Otro de los signos más claros que ilustra cómo las políticas públicas sectoriales han resultado relevantes para el turismo receptivo, reside en la verificación de la tendencia creciente en los ingresos económicos generados por los turistas extranjeros, que aumentaron un 82% entre 2005 y 2010, alcanzando USD 4.816 millones en el último año. Por lo tanto, los ingresos económicos por turismo crecieron más del doble que las llegadas de turistas extranjeros. Mercados como el brasileño, priorizado desde las estrategias de promoción, creció incluso más que dicho promedio.

Si analizamos las participaciones de las lle-

## Incidencia de los países limítrofes en el crecimiento del Turismo Receptivo. Período 2005 - 2010.



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información del INDEC.

gadas y de los ingresos económicos por turismo receptivo en el 2010, advertimos que para algunas regiones emisoras como Europa, la participación en el gasto (28%) es superior a la participación en llegadas (14%). La situación inversa ocurre con Chile, con una participación en el gasto del 9,1% y de llegadas del 20%, y con Uruguay, con una participación de ingresos del 3%, mientras que la participación en llegadas fue del 12%. De esto se deduce que el gasto que realiza un residente europeo llegado a la Argentina es superior al de los chilenos y uruguayos.

Al sumar como elemento de análisis el ranking de llegadas de extranjeros a la Argentina por los Aeropuertos de Ezeiza y de Aeroparque, obtenemos información para apreciar otras situaciones y perspectivas. En primer lugar, se encuentran los residentes de Brasil, que totalizaron 878.851 llegadas en el 2010. A su vez, este mercado creció un 176% desde el 2005, que como ya se mencionó fue la variación más importante registrada por un mercado.

En segundo lugar, se posiciona otro de los mercados priorizados, EE.UU., con 253.293 llegadas en 2010, manteniéndose relativamente

estable en el período 2005 - 2010.

En tercer lugar, Chile, tuvo 226.271 arribos en 2010, con un crecimiento de 6% en el período de referencia.

España se ubica en el cuarto lugar, con una caída de 13%, posiblemente por efectos de la crisis económica mundial, que afecta a este país europeo aún en la actualidad.

## Ranking de Llegadas de Extranjeros a la Argentina por los Aeropuertos Internacionales de Ezeiza y Aeroparque. Años 2005 y 2010.

PAÍS	AÑO 2005		AÑO 2010		VAR. % 05/10	CLASIFICACIÓN DE MERCADOS	
	TURISTAS	RANKING	TURISTAS	RANKING		2005	2010
Brasil	318.867	1	878.851	1	175,6	■	■
EE.UU.	253.920	2	253.293	2	-0,2	■	■
Chile	214.360	3	226.271	3	5,6	■	■
España	163.016	4	141.146	4	-13,4	■	■
Uruguay	101.960	5	106.737	5	4,7	■	■
Italia	96.183	6	105.076	6	9,2	■	■
Colombia	57.491	10	88.782	7	54,4	■	■
Perú	62.009	8	87.429	8	41,0	■	■
Francia	61.972	9	76.954	9	24,2	■	■
Alemania	49.192	11	63.769	10	29,6	■	■
Paraguay	22.422	17	59.908	11	167,2	■	■
Venezuela	30.393	13	56.408	12	85,6	■	■
México	73.231	7	56.212	13	-23,2	■	■
Reino Unido	46.445	12	51.458	14	10,8	■	■
Bolivia	27.147	14	42.248	15	55,6	■	■
Australia	19.553	18	39.186	16	100,4	■	■
Canadá	25.479	16	34.432	17	35,1	■	■
Ecuador	26.741	15	28.234	18	5,6	■	■
Holanda	14.943	22	19.965	19	33,6	■	■
Suiza	15.326	21	19.360	20	26,3	■	■
Japón	15.356	20	19.244	21	25,3	■	■
China	12.200	24	18.882	22	54,8	■	■
Israel	18.119	19	18.171	23	0,3	■	■
Corea Del Sur	9.508	26	12.854	24	35,2	■	■
Bélgica	9.451	27	10.990	25	16,3	■	■
Portugal	10.140	25	10.853	26	7,0	■	■
Sudáfrica	13.921	23	10.131	27	-27,2	■	■
Suecia	8.420	28	9.242	28	9,8	■	■
Nueva Zelanda	4.318	34	8.438	29	95,4	■	■
Austria	5.805	30	7.500	30	29,2	■	■
Rusia	3.385	40	6.843	31	102,2	■	■
Costa Rica	5.563	31	6.376	32	14,6	■	■
Irlanda	6.969	29	6.022	33	-13,6	■	■
Dinamarca	5.227	33	5.982	34	14,5	■	■
Rep. Dominicana	3.527	37	5.911	35	67,6	■	■
Noruega	4.044	35	5.589	36	38,2	■	■
Polonia	2.819	41	5.083	37	80,3	■	■
India	2.389	44	4.965	38	107,8	■	■
Panamá	5.297	32	4.906	39	-7,4	■	■
Turquía	1.594	49	3.613	40	126,6	■	■
Resto del mundo	46.264		50.065	8,2			
<b>Total</b>	<b>1.874.965</b>		<b>2.667.379</b>		<b>42,3</b>		

■ Prioritario   
■ Estratégico   
■ Potencial   
■ Otros

Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la Dirección Nacional de Migraciones.

Para el análisis de estas llegadas, la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) nos da información sobre diversos factores, entre ellos los motivos del viaje. Se puede observar que entre el año 2003 y el 2005, hay una variación significativa del perfil del turista extranjero. El motivo de viaje "vacaciones/ocio/recreación" aumentó fuertemente su participación, pasando del 35% al 60% del total del flujo turístico por lo que, si bien las llegadas crecieron en términos de volumen por todos los motivos, específicamente el vacacional creció más que el promedio. Luego, entre 2005 y 2010, la participación se sostuvo.

Otra información que nos aporta la ETI, es el tipo de alojamiento utilizado. Por un lado, la participación de la utilización del alojamiento se mantiene constante en el tiempo siendo los hoteles de 4 y 5 estrellas los más demandados (47% de las pernoctaciones totales). Pero, por otro lado, se observa una leve disminución del uso de la vivienda de familiares y/o amigos, compensada con el aumento de alojamientos alternativos como son el alquiler de viviendas y hostels.

El incremento en las llegadas, tanto en los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque como por todas las vías, se explica por múltiples causas, entre las cuales podemos mencionar el posicionamiento de la Marca País, tanto en el contexto sudamericano como en el internacional y las acciones del INPROTUR.

### TURISMO EMISIVO.

El modelo productivo impulsado por el gobierno nacional, ha permitido que los ciudadanos se encuentren en mejores condiciones económicas para realizar viajes al exterior. En este sentido, entre los años 2005 y 2010, las salidas de turistas residentes al exterior aumentaron un 36,3%. Si bien el incremento de las salidas hacia los países no limítrofes fue

superior al incremento de las salidas hacia los limítrofes (73% y 23% respectivamente), los segundos siguen representado el 75% del total de los viajes en el 2010. Algo que tiene absoluta coherencia con la política de integración regional que ha impulsado Argentina.

El país que más contribuyó al aumento de las salidas entre 2005 y 2010 fue Brasil, seguido por Estados Unidos, Canadá y Chile. Asimismo, los mayores incrementos de las salidas fueron hacia el Resto del Mundo (177%), Estados Unidos, Canadá (123%), Resto de América (68%) y Brasil (+51%).

Por su parte, los egresos de divisas por turismo emisoro aumentaron un 73,8% entre 2005 y 2010. A diferencia de lo que sucede con las salidas de turistas, el 55% del total de divisas que egresan se dirigen hacia los países no limítrofes.

Los países que más contribuyeron al incremento de los egresos de divisas fueron Estados Unidos/Canadá, Brasil, Resto del Mundo y Uruguay. Asimismo, los mayores incrementos se dirigieron al Resto del Mundo (198%), Brasil (113%) y Estados Unidos/Canadá (111%).

### EL TURISMO INTERIOR?

El turismo interno ha sido identificado en el Plan como la columna vertebral del turismo, por su capacidad distributiva de recursos económicos. Por lo tanto, es claro que para el modelo productivo nacional basado en el trabajo, la producción, la inclusión social y la generación de demanda agregada, como para el enfoque amplio y contextual del PFETS, el mercado interno es la clave para un desarrollo sustentable y equitativo.

El crecimiento del movimiento turístico de los argentinos en el país en estos últimos años se explica, en gran parte, a través de los indicadores económicos positivos. En este sentido, la política de desendeudamiento ha sido vital a la

hora de mantener el modelo productivo vigente. La reestructuración de la deuda, en el año 2005 y la última en el 2009 reflejan esta decisión política, ya que en el 2009, el peor momento de la crisis mundial, Argentina reestructuraba el 93% de la deuda defaultada en el año 2001. Esto permite derivar más recursos para una política anticíclica que favorece que el mercado interno mantenga y aumente su capacidad de consumo, entre ellos el consumo turístico.

2. El turismo interior comprende a los residentes argentinos y los no residentes que se desplazan dentro del país, abarcando al turismo interno y al receptivo en la Argentina.

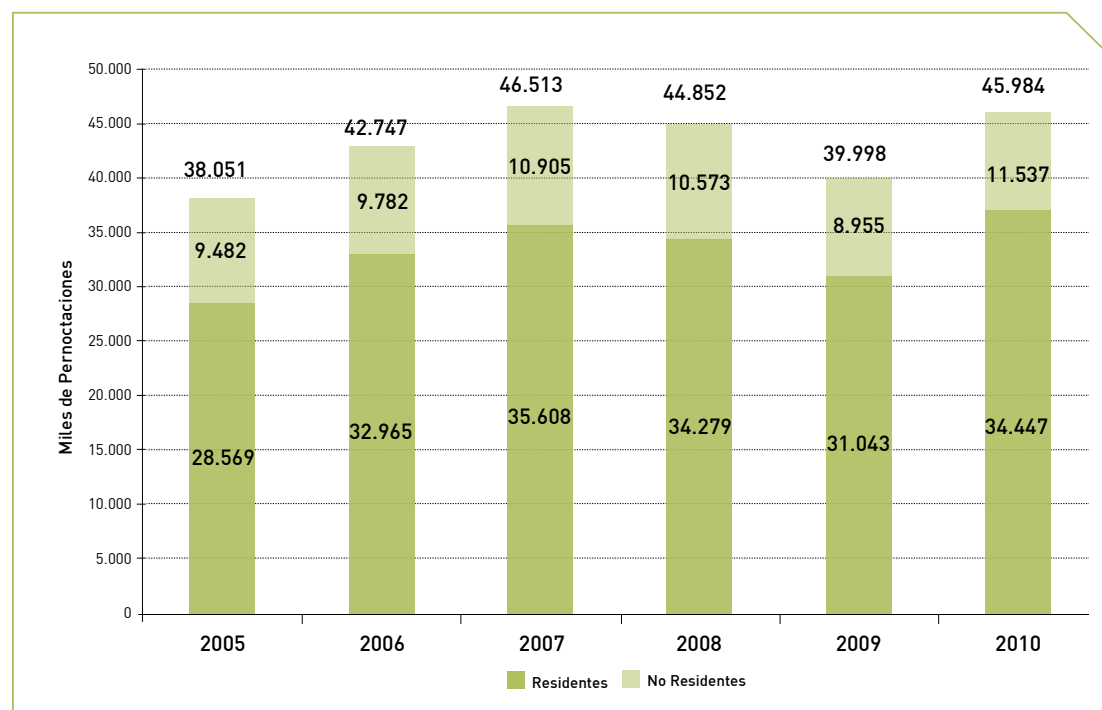
Las políticas públicas, acompañadas del crecimiento del PIB, contribuyeron a una distribución del ingreso más equitativa y al aumento del salario real. Estos son algunos de los descriptores que retratan la mejora en la situación de los ciudadanos y el modo en que impacta sobre la actividad turística.

Prueba de ello es el porcentaje de viajeros en relación al total de la población, incrementándose de 19% (EVyTH<sup>3</sup> 2006) a un 28% (EVyTH 2011).

Las políticas sectoriales han apoyado el fortalecimiento de destinos y productos turísticos emergentes y alternativos, destacando un gran esfuerzo de inversión en promoción para estimular el turismo interno desde un enfoque de producto combinado con un enfoque regional.

De acuerdo a datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) es posible observar otro indicador que también refleja el crecimiento del turismo interior: las pernoctaciones totales. En 2010 alcanzaron los 46 millones de pernoctes, registrando una variación positiva respecto del 2005 del 21%. Asimismo, en 2010 las pernoctaciones de turistas residentes fueron de 34,5 millones (+21%) y las de no residentes de 11,5 millones (+22%), en ambos casos respecto del 2005.

## Pernoctaciones totales en hoteles y parahoteles según condición de residencia. Años 2005-2010.



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

En el caso de los Parques Nacionales, las visitas también han crecido (20%), pasando de 2.583.543 en el 2005 a 3.096.011 en 2010. Estas áreas han tenido un rol preponderante en la diversificación de oferta turística Argentina. En este sentido, se han creado en este período el P.N. Monte León en Santa Cruz en el 2004, el P.N. Campos del Tuyú en Buenos Aires y el P.N. Islas de Santa Fe en el 2010.

También, la expansión del crédito dirigido al sector y la fuerte inversión pública (11% del PBI en el 2010) y privada fueron determinantes para fortalecer la competitividad del sector. Por ejemplo, la inversión privada en alojamiento en el pe-

ríodo 2005-2010 fue de \$ 5.200 millones.

Asimismo, el estímulo al desarrollo turístico en nuestro país, también es impulsado por la capacidad del sector para generar empleo genuino. En este sentido, a partir de los datos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH)<sup>4</sup>, es posible estimar el volumen de empleo en las ramas características del turismo. En 2005, el número de empleados en las doce ramas características del turismo alcanzaba los 908.260. En 2010, ocuparon 1.046.940 de personas, un 4,13% más que en 2009 y 16% respecto del 2005.

Frente a las perspectivas de estabilidad económica, otras acciones como por ejem-

plo la mejora de la conectividad aérea, fue un factor sustantivo para el turismo interior. La decisión del gobierno nacional de estatizar Aerolíneas Argentinas ha sido una de las medidas que ha impactado considerablemente en el sector. Esta línea área de bandera ha permitido mantener rutas claves para el desarrollo no sólo de la actividad turística, sino de todas las actividades económicas de las regiones de nuestro país.

Por otro lado, la "Ley de Feriados" promulgada en el 2010, es otra de las acciones del gobierno nacional que impulsa, sobre todo, la distribución del turismo interno. Su propósito es incentivar el turismo en el país en distintos momentos del año, contribuyendo a disminuir la estacionalidad de los destinos turísticos. Al respecto, los primeros datos del 2011 ya muestran como se han re-significado los viajes y la distribución de los viajeros, especialmente en el mes de marzo, registrando un incremento del 37% en los arribos a destinos del país.

Todo lo mencionado relata tan sólo algunas de las múltiples políticas llevadas adelante en este período, que han contribuido a un crecimiento continuo del turismo en un marco general de sustentabilidad ofrecido por el Plan.

## LAS REGIONES TURISTICAS DE ARGENTINA.

En el contexto analizado precedentemente, se destaca la capacidad del sector para consolidar las regiones en pos de un trabajo integrado sobre el desarrollo y promoción del turismo. Esto ha dejado como resultante el fortalecimiento institucional del turismo a nivel regional. Asimismo, este esfuerzo se ha potenciado con el trabajo realizado tanto a nivel local, provincial como regional, para acompañar las políticas sectoriales de la administración nacional del turismo.

Al comenzar a analizar los datos regionales, observamos que reflejan el crecimiento y la consolidación del turismo como actividad económica a lo largo y ancho de nuestro país. Es así como podemos ir evaluando determinados indicadores que dan cuenta de los distintos matices que tiene el desarrollo turístico región por región. En cuanto a la oferta de establecimientos hoteleros y parahoteleros, cabe destacar que en el país se registró un crecimiento del 32% y un 20% de incremento en las plazas, entre 2005 y 2010.

De los datos suministrados por la EOH, se analizaron las estadías promedio<sup>5</sup> en hoteles y parahoteles de residentes y no residentes, la oferta de plazas disponibles y ocupadas. A través de esta fuente también se calculó la estacionalidad, para lo cual hemos usado un coeficiente que surge de la relación del valor promedio de los pernoctes hoteleros y el valor de cada mes. La observación de la información a nivel país y por región, refleja el crecimiento en las pernoctaciones, destacándose el año 2007.

Esto nos permite ir generando información para apreciar las condiciones presentes y pre-visibles en el contexto regional. Es así como observamos que para los no residentes, la estadía promedio fue de 2,4 noches en 2010. Se registró una suba de la misma desde el 2005, en la que fue de 2,3 noches. Las estadías promedio más extensas en el 2010 se observan en la Región Buenos Aires y Patagonia (2,5 noches).

En cuanto a los residentes, se observa que la estadía promedio fue de 2,4 noches en 2010, la misma que en 2005. Las estadías promedio más extensas en el 2010 se observan en la Región Buenos Aires (posiblemente por el impacto del turismo de sol y playa), con un promedio de 3,4 noches. El menor promedio, es decir las estadías más breves se registran en la Región

Litoral (1,7 noches). Según el origen de los turistas, se observa que los promedios de estadías más elevados en el 2010 fueron entre los viajeros que residen en CABA y Partidos del GBA, el Resto de Buenos Aires (2,6 noches).

Por otro lado, a partir los datos suministrados por la EVyTH (período estival 2011), podemos ampliar la visión de las dinámicas del turismo en las distintas regiones. En primer lugar, el 91,1% de los viajes de los hogares de nuestro país realizados en el período estival 2011, tuvieron como destino Argentina. Observamos que, en general, el mayor número de visitantes es de procedencia intrarregional (69,2%), seguidos por los interregional (30,8%). En el caso particular de la Región Córdoba, se observa que emite y recibe turistas desde y hacia todas las regiones del país, fenómeno que respondería a su ubicación geográfica, limitante con el resto de las regiones.

Esta fuente, permite analizar a qué destinos realizaron los viajes los argentinos, comparando el período estival 2006 y 2011. En 2006, del total del movimiento turístico arribaron a la Región Buenos Aires el 43,8%, seguida por Córdoba (13,9%), Litoral (10%), Norte (9,8%), Patagonia (7,6%) y Cuyo (6,8%). Al comparar estos datos con los del 2011, observamos las siguientes proporciones: Buenos Aires (37,3%), seguida por Córdoba (15,5%), Litoral (14,1%), Norte (10,9%), Cuyo (7,3%) y Patagonia (6,0%). Observamos, en primer lugar, que la concentración que generan las regiones Buenos Aires y Córdoba disminuyó en 5 puntos porcentuales en el 2011, implicando que los viajes se han distribuido hacia otras regiones del país, con un crecimiento de Litoral, Norte y Cuyo.

5. La estadía promedio se define como la relación entre Plazas ocupadas y los Viajeros (PO / V).

Si queremos profundizar la dinámica regional, observamos que los viajes realizados por los residentes de CABA representaron el 13,2% y los de la provincia de Buenos Aires el 37,5% (sumando el mayor porcentaje de emisión de turistas del período estival 2011), seguidas por Litoral (15,1%) y Norte (11,4%). Cabe tener en cuenta que según datos del censo nacional 2010, las regiones mencionadas son las que presentan mayor número de habitantes.

La información de estas diversas fuentes nos permite profundizar la descripción y análisis de cada región en particular.

Centrándonos en la **Región Buenos Aires**, se observa un incremento del 25% en la oferta de establecimientos hoteleros y parahoteleros y un 14% en las plazas, entre 2005 y 2010. Cabe destacar que la región ha recibido la mayor inversión privada en materia de alojamiento, alcanzando \$ 1.985 millones. Este nivel de inversiones se vincula al gran volumen de demanda turística que presenta la región.

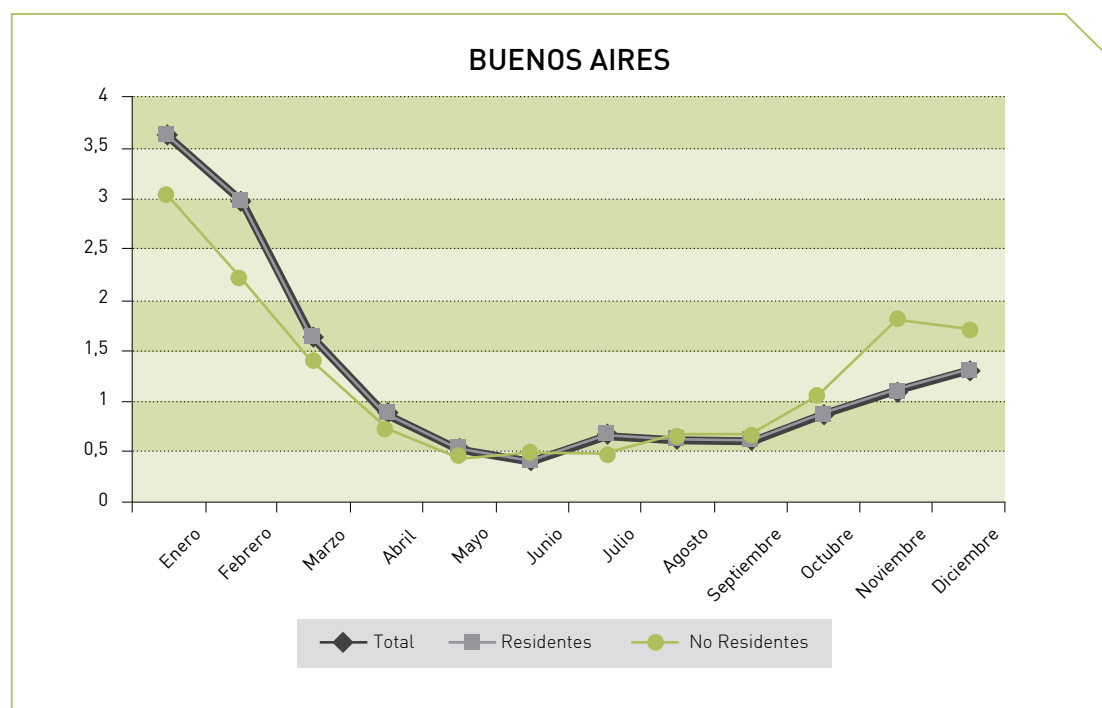
Analizando en primer lugar la provincia de Buenos Aires, observamos que los pernóctes de turistas residentes y no residentes registraron un crecimiento del 9% en período 2005-2010. En este último año, la región tuvo una participación porcentual del 17% (7,8 millones) respecto del total de las pernóctaciones del país, de los cuales 7,7 millones de las mismas corresponden a turistas residentes (99% de los pernóctes de la región) y 78,4 mil a turistas no residentes. En 2010, el 86% de los viajeros residentes hospedados provinieron de CABA y Partidos de Buenos Aires (62%) y del resto de la provincia de Buenos Aires (24%).

La estadía promedio de los no residentes en la región fue de 3,0 noches en 2005, y de 2,5 en 2010. Las pernóctaciones del principal mercado (los brasileños) aumentaron su

participación del 9% en 2005 al 15% en el 2010. Para los turistas residentes, la estadía promedio fue de 3,5 noches en el 2005 y 3,4 en el 2010.

Por otro lado, en la provincia de Buenos Aires se observan fuertes caídas en el coeficiente de estacionalidad, con los menores valores registrados entre mayo y septiembre. Esto se debe a que las pernóctaciones vinculadas a las ofertas de sol y playa (principal tipología de oferta turística, tanto en cantidad y variedad), se concentran en los meses estivales en esta región (diciembre-marzo).

**Coefficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, de residentes y no residentes, en la Provincia de Buenos Aires. Años 2005-2010.**



Fuente: DEMyE, SSOT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

El porcentaje de ocupación de habitaciones y plazas de la región alcanza su máximo en el primer trimestre del año. Asimismo, por cuestiones estacionales, se observa una menor oferta de habitaciones y plazas en particular durante el segundo y tercer trimestre del año, con una recuperación en el cuarto.

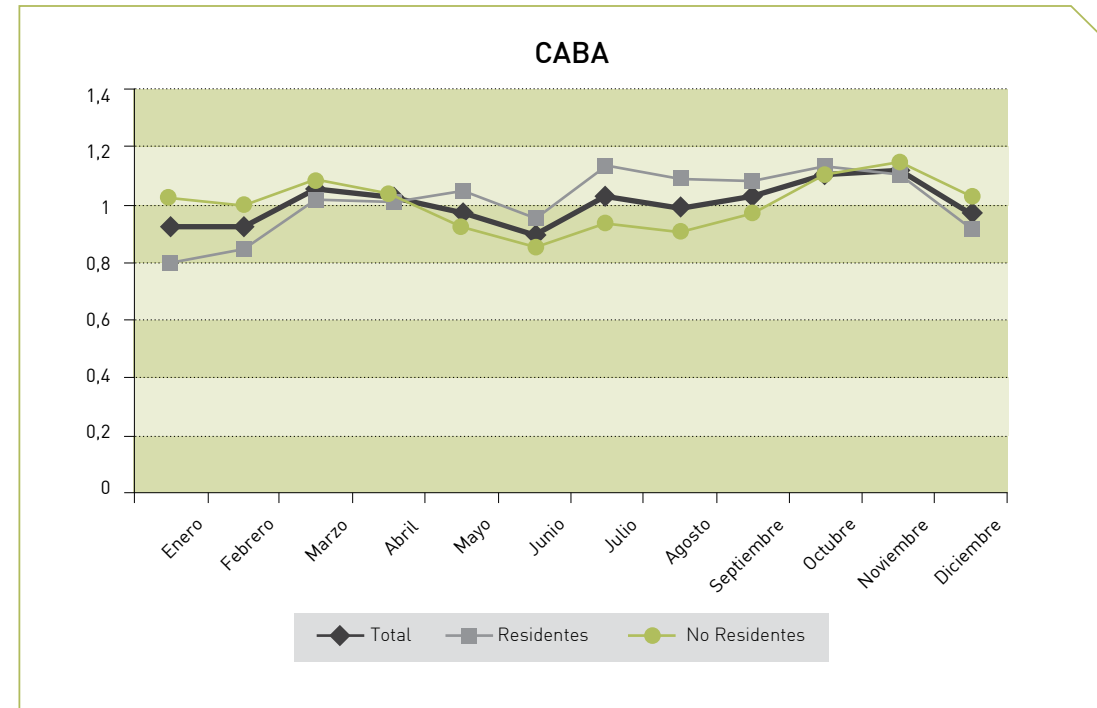
En segundo lugar, si analizamos la **Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)**, observamos un incremento del 21% en la oferta de establecimientos y del 14% en la oferta de plazas de establecimientos hoteleros y parahoteleros entre 2005 y 2010. Esto implica la apertura de

establecimientos de menor tamaño promedio.

Se observó un crecimiento total de las pernóctaciones del 21% respecto del 2005, registrando en 2010 una participación en el total de las pernóctaciones del 25,2%. En este último año, la cantidad de pernóctaciones hoteleras y parahoteleras fue de 4.970.783 turistas argentinos (42,9% del total) y 6.624.479 turistas extranjeros (57,1%).

La estadía promedio de no residentes en la Región CABA fue de 2,3 noches en 2005, y de 2,5 en 2010. Los mercados emisores que más participaron fueron Brasil (35%) y EEUU/Canadá (12%).

**Coefficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, para residentes y no residentes, CABA. Años 2005-2010.**



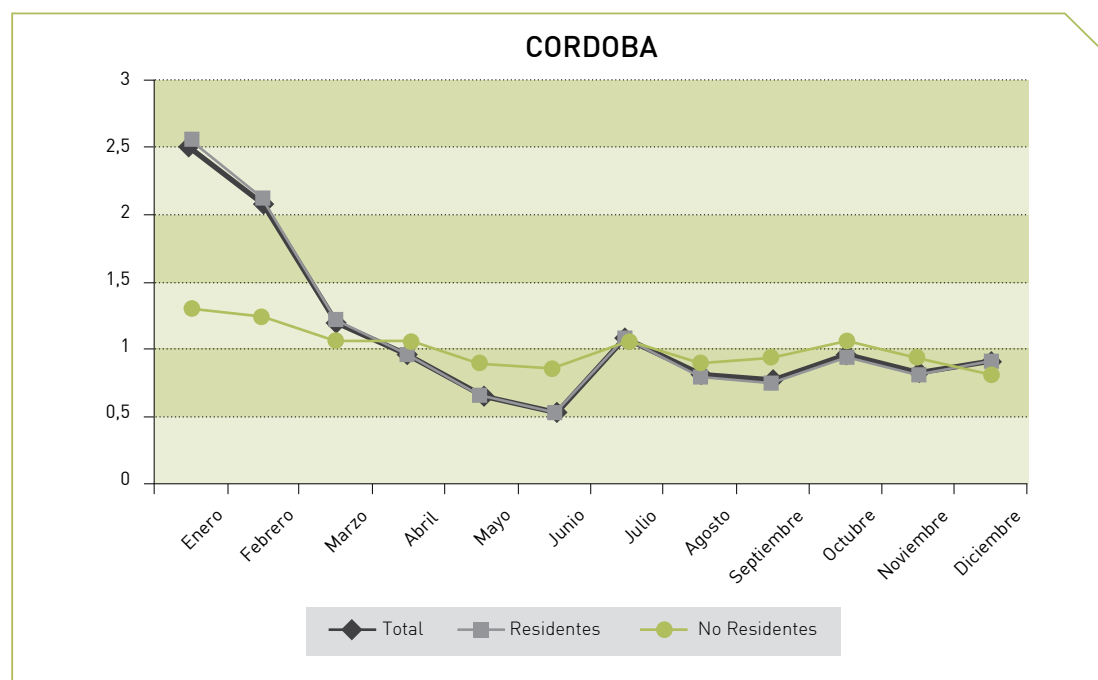
Fuente: DEMyE, SSOT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

En lo que se refiere al turismo interno, la estadía promedio fue de 2,2 noches para el 2005 y 2,6 para el 2010. El origen de los turistas que pernóctaron en CABA en 2010 fue mayormente de Litoral (20%), resto de Buenos Aires (18%) y CABA y Partidos de Buenos Aires (16%).

CABA tiene la menor estacionalidad, dada las características de la oferta turística, y el flujo de turistas con distintas motivaciones (turismo cultural, turismo de negocio, y otros).

El porcentaje de ocupación de habitaciones de todos los establecimientos hoteleros y parahoteleros en CABA oscila entre 60 y 70%, observándose en general una menor tasa en el 1º y 2º trimestre del año.

**Coefficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, para residentes y no residentes, Región Córdoba. Años 2005-2010.**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

En la **Región Córdoba**, se observa un incremento del 21% en la oferta de establecimientos y un 15% en las plazas ofrecidas en establecimientos hoteleros y parahoteleros entre 2005 y 2010. Cabe destacar que la Región Córdoba ha recibido un total de inversiones privadas en alojamiento de \$ 241 millones. A partir del año 2010, el aeropuerto Pajas Blancas agrega a sus vuelos internacionales operaciones con Europa. En cuanto a la conectividad terrestre, cabe mencionar las obras de la autopista Rosario-Córdoba con una inversión de \$ 3,2 millones, en seis tramos.

Cabe destacar que las visitas al Parque Nacional Quebrada del Condorito tuvieron un crecimiento del 164% entre 2005 y 2010. El volumen de pernóctes que presenta la ubica como la tercera región receptora de turismo del país.

En el 2010, las pernóctaciones de la región sumaron 5.471.625 pernóctaciones (11,9% del país), 5.294.511 correspondientes a turistas argentinos (96,8%) y 177.114 a turistas ex-

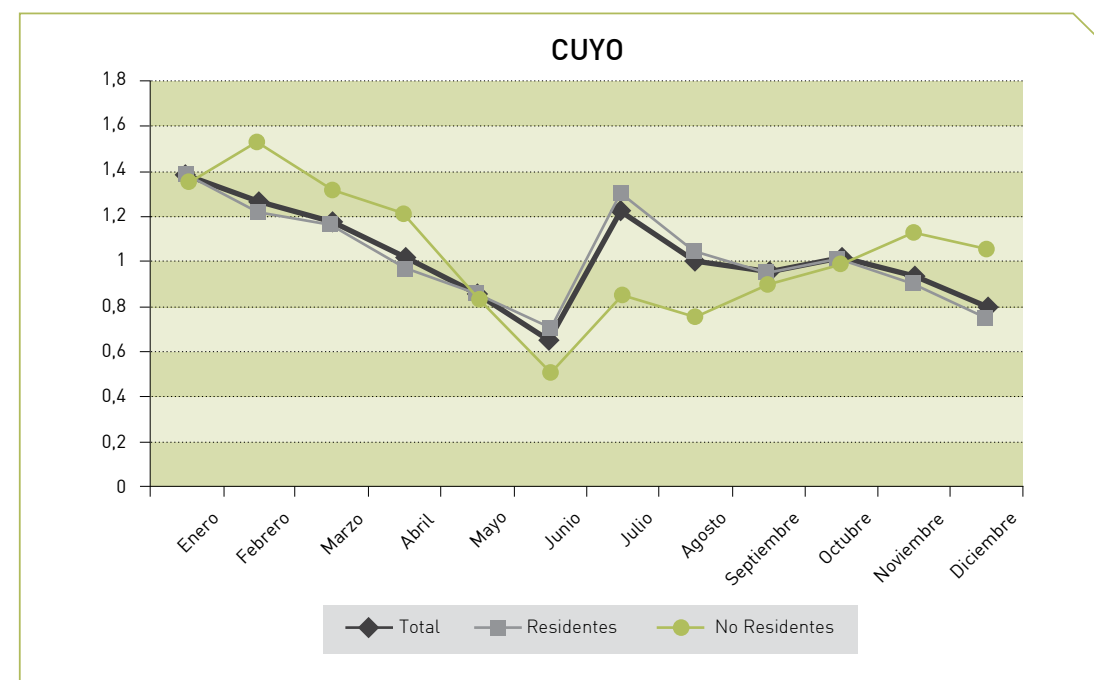
tranjeros (3,2%). En comparación con 2005, se observó un incremento del 45% respecto del 2005, siendo la segunda región en términos de crecimiento.

La estadía promedio de no residentes fue de 2,3 noches en 2005, y de 2,1 en 2010. Los mercados emisores que más participación tuvieron fueron Brasil (17%), EEUU/Canadá (14%), y Chile (11%).

En lo que se refiere al turismo interno, la estadía promedio fue de 2,4 noches en 2005 y 2,6 noches en 2010. El origen de los turistas que pernóctaron en la región fue mayormente de CABA y Partidos de Buenos Aires (35%), seguido por la propia región (23%) y Litoral (19%).

Se observa una alta estacionalidad en la temporada estival movilizada principalmente por la demanda de turismo interno, en tanto que la demanda de turismo extranjero es relativamente estable durante todo el año. Por tal motivo, los porcentajes de ocupación de habitaciones y plazas registran sus máximos en los meses de verano.

**Coefficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, para residentes y no residentes, Región Cuyo. Años 2005-2010.**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

La **Región Cuyo**, fue la que mayor crecimiento tuvo en la oferta de establecimientos hoteleros y parahoteleros en el período 2005-2010 (66%), al igual que en las plazas ofrecidas (44%). En este período, se registró un total de \$ 918 millones en inversiones privadas en alojamiento, del cual el mayor porcentaje fue realizado por cadenas internacionales (la tercera región del país en volumen de inversiones por cadenas internacionales). En relación a la inversión pública, se destacan las obras relacionadas con la ruta nacional 40, por un monto de \$ 350 millones, y 4 millones en señalética en rutas nacionales.

Cabe mencionar que en la región, la visita-

ción en los parques nacionales ha experimentado un crecimiento durante el período considerado: un 27% el Parque Nacional Talampaya (La Rioja), un 10% en el Parque Nacional Sierra de las Quijadas (San Luis) y un 84% el Parque Nacional El Leoncito (San Juan).

En relación a las pernóctaciones hoteleras y parahoteleras en la región en 2010, la cantidad fue de 3.251.648 turistas argentinos y 659.449 turistas extranjeros (totalizando 3.911.147), lo que representa el 8,5% del total de pernóctaciones del país. Respecto del 2005, se experimentó un crecimiento del 10%.

La estadía promedio de no residentes en la Región Cuyo fue de 2,3 noches en 2005, y de

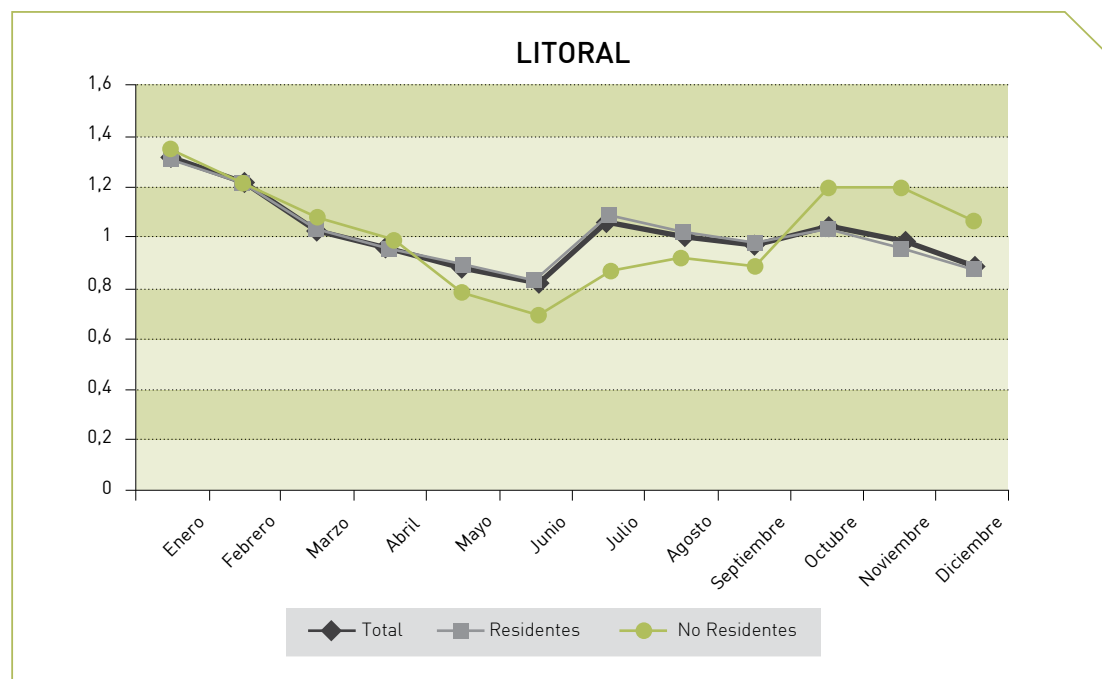
2,0 en 2010. Los mercados emisores con más participación fueron Chile (34%) y Estados Unidos/Canadá (14%).

En lo que se refiere al turismo interno, la estadía promedio fue de 2,1 noches en el 2005 y 2,0 en el 2010. El origen de los turistas que pernóctaron en Cuyo fue mayormente de CABA y Partidos de la provincia de Buenos Aires (34%), seguido por la propia región (21%).

Esta región presenta una estacionalidad con menores fluctuaciones mensuales y más marcada entre los no residentes. En estos últimos años, la región ha trabajado para posicionar el turismo del vino, con ofertas alternativas en distintos momentos del año. En los meses de julio y agosto se observa un pico de turistas residentes, esto posiblemente esté vinculado a las alternativas de la oferta turística relacionada a la alta montaña, el esquí y la nieve.

El porcentaje de ocupación de habitaciones y plazas alcanza su máximo en el 1º trimestre en cada período observado. En cuanto a la oferta de plazas disponibles, se observa una evolución progresiva entre 2005 y 2010, con menos fluctuaciones estacionales que la demanda durante el año.

**Coeficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, para residentes y no residentes, Región Litoral. Años 2005-2010.**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

En la **Región Litoral**, la variación en la oferta de establecimientos hoteleros y parahoteleros entre 2005 y 2010 fue del 27%, mientras que las plazas aumentaron un 19%. Durante este período, la región ha recibido un total de \$ 809 millones en inversiones privadas en alojamiento, correspondiendo en mayor proporción a cadenas internacionales. Cabe destacar que esta región es la tercera en el volumen de pernóctaciones de turistas no residentes (EOH). Respecto a la inversión pública, se destacan las obras en relación a la ruta nacional 16, por \$ 182 millones y \$ 5 millones en señalética.

La tendencia de crecimiento en la visita de la mayor parte de las áreas nacionales protegidas está en consonancia con la diversificación de productos en la región: el Parque Nacional Iguazú experimentó una variación del 33%, el Parque Nacional Predelta un 500%, el Parque Nacional Chaco un 35%, el Río Pilcomayo un 18% y El Palmar un 10%.

La cantidad de pernóctaciones hoteleras y parahoteleras en 2010 fue de 4.379.449 turistas argentinos y 707.939 turistas extranjeros. El total de pernóctaciones (5.087.386) representa el 11% del total del país, y tuvo desde el 2005 un crecimiento del 54%, el mayor de todas las regiones.

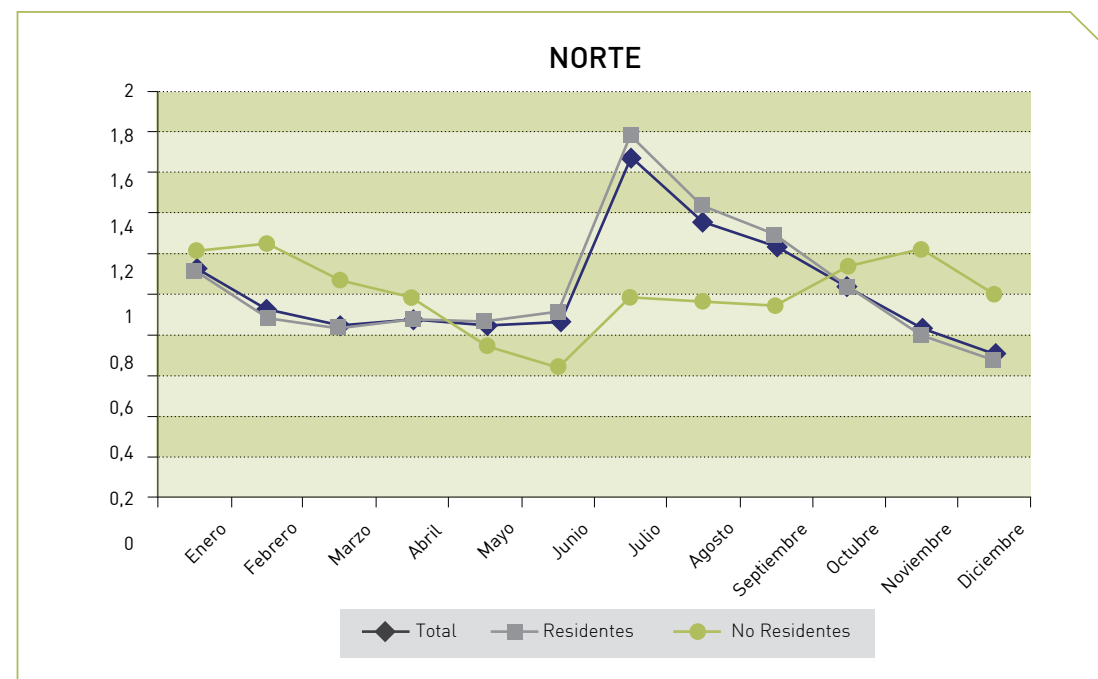
La estadía promedio de no residentes fue de 1,9 noches en 2005, y de 2,0 en 2010. Los mercados emisores que más participación tuvieron, fueron Brasil (16%) y EEUU/Canadá (14%).

En lo que se refiere al turismo interno, la estadía promedio fue de 1,8 noches en el 2005 y 1,7 en el 2010. El origen de los turistas fue mayormente de CABA y Partidos (39%) seguido por Región Litoral (33%).

Esta región presenta una menor estacionalidad, con picos en los meses de enero y febrero, probablemente debido a la gran cantidad de alternativas de turismo de sol y playa que ofrece y al encanto del Carnaval, que se celebra en las provincias con diferencias ca-

racterísticas según los destinos. Por último, se observa una menor diferencia entre los meses de mayor y menor índice, lo que podría estar asociado a ofertas alternativas, entre ellas el termalismo, la ruta de la yerba mate y la pesca deportiva.

**Coeficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, para residentes y no residentes, Región Norte. Años 2005-2010.**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

La **Región Norte**, es la tercera en cuanto a variación de establecimientos hoteleros y parahoteleros ofrecidos entre 2005 y 2010, incrementándose en un 37%, y un 16% en las plazas ofrecidas. En el período de referencia, la región recibió un total de \$ 687 millones en inversiones privadas en alojamiento, cuyo mayor volumen correspondió a inversores independientes. En relación a la inversión pública, cabe destacar las obras en la ruta nacional 40 por \$ 161 millones, así como \$ 4,7 millones en señalética en rutas nacionales.

En cuanto a la visita en los Parques Nacionales de la región, se incrementó en un 700% en el Parque Nacional Los Cardones,

70% en el Parque Nacional Los Alisos y un 21% en Calilegua.

En 2010, la cantidad de pernóctaciones hoteleras y parahoteleras fue de 3.228.081 turistas argentinos y 486.643 turistas extranjeros. El total de 3.714.724 representa el 8,1% de las pernóctaciones totales, con un crecimiento desde el 2005 de 6%.

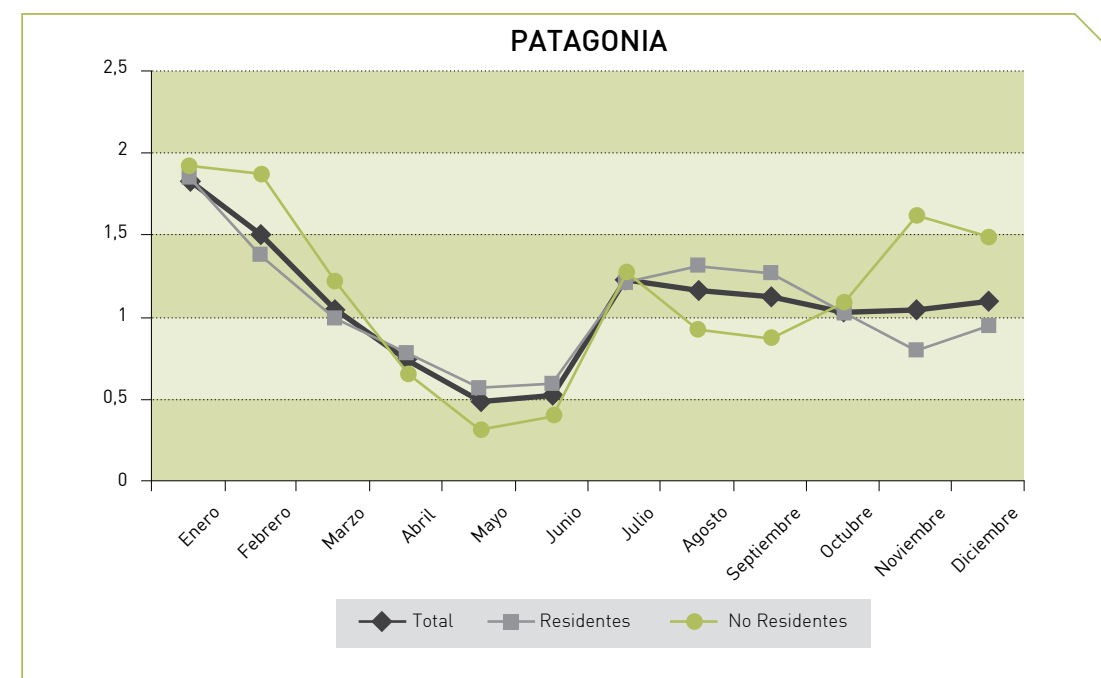
La estadía promedio de no residentes en la región fue de 1,8 noches en 2005, y de 1,7 en 2010. Los mercados emisores que más participación tuvieron fueron Francia (16%) y Estados Unidos/Canadá (16%).

En lo que se refiere al turismo interno, la estadía promedio fue de 1,9 noches en el 2005 y 1,8 en el 2010. El origen de los turistas que

pernoctaron en Norte fue mayormente de la Región Norte (32%), seguido por CABA y Partidos del Conurbano Bonaerense (30%).

En esta región se observan picos de estacionalidad en los meses de Julio y Agosto, período correspondiente a la temporada invernal en el país. Por sus particularidades climáticas, geográficas y por el tipo de atractivos turísticos que se pueden visitar, es posible recorrer la totalidad de la región ya que no coincide con el período de lluvias en la misma. En general, las pernóctaciones de los no residentes muestran menor volumen de fluctuación.

**Coefficiente de estacionalidad de los pernóctes hoteleros y parahoteleros, para residentes y no residentes, Región Patagonia. Años 2005-2010.**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

La **Región Patagonia** presentó un aumento de oferta de establecimientos hoteleros y parahoteleros y sus plazas del 37% y 29% respectivamente entre los años 2005 y 2010. La Región Patagonia ha recibido en este período (2005-2010) un total de inversiones privadas en alojamiento de \$ 603 millones, cuyo mayor volumen correspondió a inversores independientes. En cuanto a la inversión en infraestructura pública se destacan las inversiones en la ruta nacional 40 por un monto de \$ 831 millones y \$ 6,9 millones en señalética en rutas nacionales.

En relación a las áreas nacionales protegidas que experimentaron una variación positiva en el período de referencia podemos mencionar el Parque Nacional Lago Puelo (65%), el Parque Nacional Lihué Calel (81%), el Parque Nacional Los Alerces (22%), el Parque Nacional Los Glaciares (19%), el Parque Nacional Nahuel Huapi (10%) y el Parque Nacional Tierra del Fuego (47%).

En 2010, la cantidad de pernóctaciones hoteleras y parahoteleras fue de 5.623.196 turistas argentinos y 2.802.050 turistas extranjeros (8.425.246), representando el 18,3% del país. Se verifica un crecimiento del 17% respecto de 2005.

La estadía promedio de no residentes en la región fue de 2,6 noches en 2005, y de 2,5 en 2010. Los mercados emisores que más participación tuvieron, fueron Brasil (26%) y Chile (10%).

En lo que se refiere al turismo interno, la estadía promedio fue de 2,8 noches en el 2005 y 2,6 en 2010. El origen de los turistas que pernóctaron en Patagonia fue mayormente de CABA y Partidos del Conurbano Bo-

naense (49%), seguido por Patagonia (21%).

La región también tiene una estacionalidad marcada, posiblemente influenciada también por factores climáticos, aunque con fluctuaciones dada la variedad y particularidad de las ofertas. Por ejemplo Puerto Madryn, con el avistaje de ballenas a partir de octubre, Bariloche con el turismo estudiantil, de nieve y esquí, entre otras. No obstante, se observan picos en enero y febrero (meses de temporada alta estival para los residentes), y también en noviembre y diciembre (estos picos referidos en mayor medida a pernóctes de extranjeros).

## PROYECTANDONOS AL 2020.

El análisis del desenvolvimiento del sector turístico argentino en el contexto internacional, regional y nacional, demuestra que las políticas públicas y sectoriales han tenido una incidencia considerable en relación al desarrollo de la actividad. En este sentido, las proyecciones presentadas en el Plan del 2005 han sido superadas.

Este proceso también nos permitió dimensionar las singularidades de las regiones y reflexionar sobre la necesidad de plantear nuevos programas y proyectos con el objeto de seguir siendo competitivos como país turístico.

Es por ello, que entendemos la necesidad de renovar las hipótesis de crecimiento a futuro.

Estas proyecciones nos alientan a seguir profundizando el modelo de desarrollo turístico con inclusión, bajo una visión amplia y contextual. Imaginar y construir el sector que anhelamos, implica el compromiso de todos, requiriendo de espacios de colaboración, negociación, concertación, participación y diálogo social, que nos permita encontrar respuestas a los nuevos desafíos del futuro.

INDICADORES	LÍNEA DE BASE	PROYECCION 2016		PROYECCION 2020	
	2010	MODERADA	OPTIMISTA	MODERADA	OPTIMISTA
Llegadas de turistas no residentes.	5.325.129	6.566.682	7.324.471	7.275.343	8.982.251
Gasto de turistas no residentes (millones de Dólares).	4.816	7.305	8.148	8.907	10.996
Pernóctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros <sup>6</sup> .	45.984.028	51.462.964	-	55.115.587	-

Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR.

6. Estos datos corresponden al total país.

## 6.3. Anexos.

### 6.3.1. Productos Integradores Regionales formulados en los Informes Estratégicos Regionales.

#### PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES DE LA REGION DE CUYO.

##### 1. CAMINOS DEL VINO.

###### Concepto:

Es el conjunto de actividades que se desarrollan a partir de la trilogía vid – vinos – bodegas, y que tiene por objeto acercar a los interesados al conocimiento de la vitivinicultura y al placer de degustar y beber vinos. Es una sub-tipología del turismo rural, aunque también pueden encontrarse componentes en ámbitos urbanos. Se asocia al turismo cultural y a la gastronomía.

###### Descripción:

- Son espacios multitemáticos donde el eje estructurante e integrador es el vino y su complemento es la identidad de cada una de las Provincias que componen la Región Cuyo.
- Es un producto turístico regional, en gran parte posicionado, aunque crece a la vez incorporando nuevas áreas en el concierto regional en cuanto a localidades y provincias como San Luis. Asimismo, cada día se multiplican las bodegas, viñedos, productos y prestadores de servicios que se

agregan a la oferta del Enoturismo.

- Articula acciones en las 4 provincias, 33 municipios que involucran a más de 2,2 millones de habitantes en su área de influencia, pero el efecto cascada que produce multiplica el beneficio a toda la región.
- Tiene una gran oferta en materia de tipos de bodega, tipos de vino, tipos de viñedos, variedades, industrias relacionadas, gastronomía y maridaje, rutas enogastronómicas entre otros recursos.
- Incorpora una amplia cuota de mercado. Moviliza una demanda con variados segmentos y perfiles desde lo masivo a lo selectivo y exclusivo con gran poder adquisitivo. Esa gama involucra a los amantes del vino y los entendidos del vino (vienen específicamente y se interesan por el maridaje, son expertos), los interesados del vino (conocer bodegas como complemento de otras actividades), los iniciados al vino (vienen por otros motivos, visitan bodegas en una excursión, sin saber de la materia).
- Actúa como multiproducto al combinar variados productos y gran cantidad de destinos turísticos. Escenarios de montaña, valles, planicies, oasis rurales y urbanos y múltiples actividades, entre las que se destacan recorridos por bodegas y viñedos, gastronomía gourmet y típica cuyana,

maridaje, alojamiento en bodegas, degustaciones dirigidas, cursos de catación, actividades rurales como cosecha y elaboración de vinos caseiros, paseos, cabalgatas, excursiones en bicicleta, rally por áreas vitivinícolas, etc. A todas ellas se le suman otras originales que se van incorporando, como espacios de arte, de golf, de astronomía, viajes en globo, salas de aroma, exclusivos spa con productos derivados de bodegas y viñedos.

- Activa un valioso calendario turístico, con fiestas temáticas emblemáticas dentro de la región, destacándose la Fiesta Nacional de la Vendimia en la Provincia de Mendoza, a las que se suman concursos internacionales de cata, de maridaje, ferias, torneos y competencias deportivas originales.
- Se puede combinar con otras rutas como la del olivo, de la fruticultura (propias de la trilogía mediterránea: Vid, Olivo y frutales) que caracteriza al espacio agrícola de la Región. De tal manera que puede combinar un subproducto muy valioso para la región: Las **Rutas Enogastronómicas**, por la riqueza de las recetas cuyanas.
- La declaración de pertenecer una de sus ciudades a la red mundial de 8 capitales del vino del mundo, derrama su influencia a toda la región, dándole jerarquía internacional.
- Rompe la estacionalidad, ya que es factible explotarla todo el año.
- Aumenta el pernocte y la repitencia a los destinos.
- Permite vender la región al mercado interno y al mercado externo, incorporando cada vez más flujos procedentes

de países extranjeros (latinoamericanos, europeos y asiáticos) y con gran potencialidad para continuar creciendo.

##### 2. RUTA DE LOS DINOSAURIOS.

###### Concepto:

Un amplio espacio de la Región Cuyo, en el que la Naturaleza ha dejado escrita la apasionante historia de los dinosaurios. Un espacio único e integrador (La Rioja, San Juan, San Luis y Mendoza) que relata una gran historia escrita en tres capítulos (Triásico – Jurásico – Cretácico).

###### Descripción:

- Articula acciones en las 4 provincias y 7 municipios, que involucran a más de 200 mil habitantes en su área de influencia.
- Vincula Áreas protegidas, 2 de ellas declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad, capital humano y conocimiento científico.
- Rompe la estacionalidad.
- Diversifica la oferta y permite regresar a la Región.
- Fomenta el turismo itinerante dentro de la Región.
- Aumenta el pernocte.
- Es integrador respecto a los otros productos que se asocian.
- Unifica temáticamente.
- Permite vender la región al mercado interno y al mercado externo, con grandes potencialidades para continuar creciendo una vez incorporadas.
- En síntesis: desde el 2007, el Ente Cuyo propuso como producto regional emergente a la Ruta de los Dinosaurios, basado en un concepto innovador,

equilibrado e integrador, que define un espacio funcional compuesto por un conjunto heterogéneo de áreas y sitios naturales de excepcional valor geológico paleontológico, sus respectivos centros y prestadores de servicios turísticos y sus comunidades residentes. La principal ventaja comparativa de este producto es que el valor del conjunto es infinitamente mayor a la simple sumatoria de las partes y a cualquiera de ellas en forma individual.

##### 3. DE LAS SIERRAS A LOS ANDES.

###### Concepto:

Es un multiproducto basado especialmente en el turismo de naturaleza, aventura, termas y nieve, en escenarios montañosos y serranos pertenecientes a los paisajes de la Cordillera Andina, Sierras Pampeanas, Precordillera, Valles, Quebradas y sus áreas protegidas, con importantes ecosistemas que constituyen el marco de la Región Cuyo. Participan los recursos, atractivos y subproductos interconectados por los siguientes corredores:

- Tramos serranos y montañosos de la RN 7 y de la RN 40.
- RN 149 en combinación con la RN 40 y sus conectores.

La Motivación principal es el desplazamiento a espacios naturales, con el fin de disfrutar y llevar a cabo actividades turísticas y/o deportivas, de aventura, prácticas de ecoturismo y turismo de salud (termas).



## APENDICES Y ANEXOS

### Descripción:

- Existencia de oferta de actividades de aventura y naturaleza para el mercado nacional, y de andinismo para el mercado internacional.
- Compuesta por áreas naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) con la posibilidad de realizar actividades como safaris fotográficos, trekking, cabalgatas y observación de la Fauna y senderismo.
- Terrestres: ascensiones, cabalgatas, canopy, escaladas, espeleísmo, mountain bike, out door, overlanding, rappel, senderismo, supervivencia, tirolesa, trekking, vulcanismo, entre otros.
- Acuáticas: buceo, canotaje, ducky, Jet Ski, kayak, pesca deportiva, rafting, river board, windsurf. Aéreas: aladeltismo, globonáutica, parapente.
- De nieve: las actividades ofrecidas son diversas y apuntan a diferentes niveles económicos y edades de la demanda. Permiten que, tanto los aficionados a la práctica del esquí como el segmento familiar, puedan disfrutar su estadía en contacto con la nieve. Entre las propuestas más importantes se destacan esquí de travesía, de fondo, snowboard, programas de Easy esquí (para principiantes), Extreme Expeditions (expediciones fuera de pista con la utilización de snowcats, para aficionados al esquí), esquí nocturno, Snow Park (parque de nieve con obstáculos artificiales para la realización de destrezas).
- Termas y salud: actividades que se desarrollan en centros balneoterápicos, spa termales, hoteles con unidad termal, en base a aguas hidrotermominerales,

brindando tratamientos revitalizantes. Las actividades se complementan con deportes al aire libre y tratamientos estéticos personalizados. Actividades o modalidades: balneoterapia, fangoterapia, hidroterapia. Masoterapia y terapia corporal: tratamientos de belleza facial y corporal.

### 4. TRADICIÓN CUYANA.

#### Concepto:

Es la actividad turística que se desarrolla en un medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional, actividades campestres y gastronomía típica. Es una actividad que integra a toda la comunidad rural y resguarda sus costumbres y tradiciones. Se combina con distintas modalidades como el agroturismo, el turismo cultural-educativo, turismo gastronómico, turismo del vino, aventura y ecoturismo. Asocia estancias típicas, posadas campesinas, fincas, puestos, granjas y chacras.

#### Descripción:

- Actividades agrícola-ganaderas: poda, cosechas, recolección de frutos, destrezas criollas, yerra, paseos en sulqui, etc.
- Actividades Gastronómicas: elaboración de dulces y comidas caseras en base a productos de la zona.
- Actividades folclóricas: aprendizaje de bailes y música típica, confección de artesanías, etc.
- Es un producto de alta cobertura territorial.
- La oferta de servicios y atractivos tiene

gran variedad en alojamiento, gastronomía, bodegas, fábricas de aceite de oliva, fábricas de queso de cabra, etc.

- Ofrece a los productores rurales la posibilidad de una unidad económica extra a su principal fuente de producción.

### 5. RUTA SANMARTINIANA.

#### Concepto:

Es un producto con dos tipos de ofertas diferenciadas. Por una parte, orientado a los circuitos relacionados con los valores del patrimonio histórico cultural sanmartinianos y con la epopeya de la campaña del Ejército Libertador como atractivos preponderantes (que es la motivación más solicitada por la demanda). Además está muy enraizada en la cultura cuyana y complementa turismo educativo. Adquiere particularidad según las distintas zonas, jugando un rol complementario, en su mayoría. Por otra parte, desde la aventura, se desprende como un producto propio, con grandes posibilidades a través de expediciones y cabalgatas andinas, siguiendo las rutas y los pasos del Cruce del Ejército hacia Chile.

#### Descripción:

- Un atractor muy importante es el reconocimiento internacional del General San Martín como estrategia, la envergadura de la hazaña del Cruce de Los Andes en los escenarios andinos y la personalidad del prócer como promotor de valores éticos y morales.
- Articula acciones en las 4 provincias y en 19 municipios. Involucra a más de 1,6 millones de habitantes en su área de influencia.

- Por una parte, vincula un vasto patrimonio cultural tangible e intangible, relacionado no sólo con los monumentos, ruinas, sitios de recordación y documentos históricos con alto valor educativo, sino con los valores que el General San Martín supo transmitir al pueblo cuyano, quien lo ha internalizado en su propia identidad como un bien intangible.
- Desde este aspecto, si bien es un subproducto, enriquece y aparece como nexo integrador de las cuatro provincias con el resto de la amplia oferta cultural que ofrece la región.
- Por otra parte, desde la aventura, es un producto en desarrollo, con amplias posibilidades para el mercado calificado nacional e internacional, permitiendo experiencias increíbles siguiendo las rutas del Ejército en las cuatro provincias, en cabalgatas que atraviesan los más bellos escenarios de montaña.
- Diversifica la oferta y tiene una gran potencialidad para generar un macro circuito internacional con Chile.
- Es integrador respecto a los otros productos que se asocian principalmente con el turismo histórico, cultural y educativo.
- Unifica temáticamente.
- Permite vender la región al mercado interno y al mercado externo, con grandes potencialidades para crecer como producto integrador.

### 6. RUTAS DE LAS ESTRELLAS.

#### Concepto:

Implica una forma de turismo responsable, generalmente en un espacio na-

tural que posee equipamientos e instalaciones astronómicas, que promueven el conocimiento de las ciencias naturales y la contemplación de un cielo limpio. Puede combinarse con turismo cultural educativo.

#### Descripción:

- Es un producto potencial para desarrollar, innovador, original y exclusivo de Cuyo en la Argentina.
- Articula acciones en las 4 provincias y 6 municipios que involucran a más de 200.000 habitantes en su área de influencia.
- Las tendencias indican que la astronomía es una actividad en franco crecimiento, fuera del círculo exclusivamente científico, que logra adeptos entre amantes y curiosos de la actividad, igualmente ideal para tours educativos. Puede posicionarse en mercados nacionales jerarquizados y en mercados internacionales de segmentos exclusivos de la actividad.
- La fortaleza de la Región Cuyo es que es única en el país por concentrar en su espacio complejos astronómicos de carácter internacional. Por ejemplo, en San Juan El Leoncito y el Observatorio Astronómico Dr. Carlos Cesco, únicas por su originalidad y valor científico; en San Luis, el Parque Astronómico de la Universidad de La Punta "El solar de las Miradas" (único observatorio a cielo abierto del Mundo); y en Mendoza el Centro de Rayos Cósmicos Pierre Auger (que lidera un proyecto científico de una red internacional para conocer el origen del Universo) y el Planetario de Malargüe.

- Las condiciones naturales óptimas de la Región la valorizan como escenarios entre los únicos en el Mundo para la actividad.
- Admiradores de la Astronomía, una actividad que crece en adeptos.
- El producto es complementario a otros atractivos, especialmente en escenarios de gran belleza, por lo que puede funcionar como integrador.

### 7. PRODUCTO RUTA NACIONAL 40 EN COMBINACIÓN CON RN 7 PANAMERICANA.

#### Concepto:

Sin duda se trata de un multiproducto de integración que permite ofrecer macro circuitos turísticos con las regiones turísticas y espacios colindantes del resto de Cuyo, Patagonia, y Norte Argentino. A través de la RN 7, con el ámbito del corredor bioceánico y con expectativas hacia todo el MERCOSUR.

#### Descripción:

- Entre ambas rutas se articulan acciones en las 4 provincias y 35 municipios que involucran a más de 3,2 millones de habitantes en su área de influencia.
- Es integrador con todos los productos expuestos precedentemente.
- La RN 40, atraviesa once provincias de estas tres regiones argentinas y permite el acceso a cinco enclaves declarados patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Creada en 1935, recorre 5.224 kilómetros, por lo que es considerada la ruta más larga de Argentina.
- Particularmente en Cuyo, constituye un corredor turístico de excepción, y por su ubicación permite encrucijadas con otras rutas nacionales, especialmente



## APÉNDICES Y ANEXOS

con el corredor bioceánico de la Ruta Nacional 7 y la rutas provinciales que conectan áreas turísticas tradicionales y potenciales de La Rioja, San Juan, Mendoza y San Luis. En continuo contraste entre la cordillera de Los Andes, oasis agrícolas, oasis urbanos, valles intermontañosos, áreas de alta montaña, ríos y lagunas de montaña, espacios volcánicos, reservas y parques provinciales, sierras pampeanas, llanuras agrícolas, espacios del desierto y planicie, brinda acceso a los más importantes productos y actividades turísticas como: Caminos del Vino, Turismo de aventura y deportivo en sus modalidades rafting, cabalgatas, ascensiones, trekking, mountain bike, overlanding, pesca deportiva de salmónidos y pejerreyes, mineros. Turismo cultural histórico: rutas sanmartinianas, circuitos religiosos, yacimientos histórico-arqueológicos, combinando con Turismo educativo. Ecoturismo: safaris fotográficos, observación de flora, avistaje de fauna, senderismo, excursiones a cavernas, minas, atractivos geológicos, volcánicos, yacimientos paleontológicos. Turismo de salud en espacios termales y turismo rural en amplias variedades.

### PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES DE LA REGIÓN LITORAL.

#### 1. PESCA.

La pesca es una de las actividades más antiguas que el Hombre ha desarrollado para procurarse alimentos. Aún hoy, ya sea a nivel industrial ó artesanal, la pesca es una de las principales actividades económicas del mundo. La pesca artesanal utiliza técnicas tradi-

cionales, sin desarrollo tecnológico y suele estar destinada al autoconsumo, aunque una pequeña parte puede destinarse a la comercialización.

La pesca deportiva, en cambio, se lleva a cabo por ocio o competición. Es habitual que los ejemplares capturados se devuelvan al agua con el menor daño posible.

#### Corrientes.

La excepcional presencia del Dorado en las costas de los ríos Corrientes y Paraná, convierten a la pesca como punto de encuentro de los adeptos más experimentados del mundo. A él se suman el Pacú, Surubí, Patí, Manguruyú y la Boga. Año tras año, los pescadores van al encuentro de la especie más importante de las aguas correntinas, tratando de cumplir el sueño de atrapar a tan apetecida presa. El Dorado, conocido como el Tigre del Paraná, llega a los 25 kilos y resulta desafiante por su característica salvaje y luchadora.

Al llegar la primavera, la pesca comienza su temporada alta y recibe a los pescadores ansiosos por vivir fascinantes aventuras en el río. Paso de la Patria, Itzaingó, Bella Vista, Esquina, Empedrado, Itá Ibaté, Goya y Esteros del Iberá son los sitios más destacados para lanzar el anzuelo a la espera de un inmenso espécimen. Y es en estos puntos de pesca, en Corrientes, donde se refleja la majestuosidad de esteros, riachos y lagunas de la provincia.

#### Santa Fe.

En Santa Fe, los lugareños acercan a los turistas aficionados a esta pasión, sus conocimientos relacionados a la

fauna ictícola de la zona. La pesca deportiva en Santa Fe se ve beneficiada por las extensas costas del Río Paraná, además de sus numerosas islas, sitios ideales para atrapar Dorados, Surubíes, Patíes o Bogas.

Reconquista es sede del Concurso Argentino de Pesca del Surubí, una de las convocatorias más reconocidas a nivel nacional. Los pescadores encontrarán en el sitio Ramsar Jaaukanigás un extenso complejo de riachos, islas y bosques ribereños donde soñar con las mejores presas.

#### Misiones.

En la Provincia de Misiones (encerrada entre el gran Paraná y el Río de los Pájaros, en Uruguay), la pesca, no podría ser de otro modo, constituye un verdadero "anzuelo" para atrapar turistas. Dorados, Bogas, Pacúes y Surubíes hacen las delicias de los visitantes amigos del deporte silencioso. Además, por todo el territorio provincial, se desarrollan emprendimientos de "Pesque y Pague".

Como se mencionara anteriormente, los Ríos del Litoral han sido por siempre vehículos de integración, mucho antes que existiera el turismo como actividad para el descanso y el esparcimiento.

Este producto se caracteriza por cubrir un amplio espectro de la demanda, ya que contiene a los turistas cualquiera sea su poder adquisitivo. En ese sentido iguala y satisface a la demanda, ya que respecto a los servicios, cuenta con una amplia gama de alternativas.

Este producto está sujeto a un régimen estacional debido a la existencia de pe-

ríodos de veda, que tienen como objetivo la conservación del recurso ictícola.

#### Chaco.

La Isla del Cerrito se ha constituido en otro de los nacientes atractivos turísticos de la provincia. La posibilidad de practicar pesca deportiva en los ríos Paraguay y Paraná, en un entorno de gran belleza natural cercano a la capital provincial, la posiciona como el principal centro turístico de Chaco.

En la Isla se desarrolla el torneo internacional de pesca del Dorado con devolución, que en los últimos años se ha convertido en el concurso de mayor convocatoria del país.

#### Entre Ríos.

Entre Ríos presenta excelentes posibilidades para la pesca deportiva, por sus características biogeográficas, sus innumerables arroyos y la decisiva presencia de los tramos finales de los ríos Paraná y Uruguay que alimentan la Cuenca del Plata, la sexta más extensa del planeta.

Muchas ciudades y pueblos ribereños entrerrianos han desarrollado la pesca deportiva como producto turístico, realizando fuertes inversiones en hotelería y gastronomía. Cada uno de ellos tiene características propias que garantizan experiencias únicas. Algunos combinan la pesca con baños termales; otros con golf o náutica.

En las profundidades conviven dorados, surubíes, pejerreyes, bogas, tarariras, chafalotes, entre otras especies que representan el producto turístico Pesca, que la provincia de Entre Ríos ofrece a

los aficionados que la visitan.

La provincia cuenta con la "Ruta del Dorado", que se extiende entre Hernandarias y La Paz. Actualmente el área del Delta que rodea a la localidad de Victoria, otrora refugio de doradillos, sábalos y bagres amarillos, es frecuentada también por dorados de excelentes portes. Más hacia el Norte, sobre el río Paraná, en Diamante encontramos la presencia de dorados de interesantes medidas.

Grandes ejemplares pueden conseguirse en Concordia, que se ve favorecida por el paredón de la represa de Salto Grande, zona declarada reserva ictícola. Hacia el Sur, el río Gualeguay sorprende con sus poblaciones de dorados.

Es habitual capturar surubíes en el río Paraná Guazú, más precisamente en las proximidades del Complejo Ferroviario de Zárate-Brazo Largo. También abunda en el área de la ciudad de Paraná, en donde se lo pesca con morena o cascarudo.

En el río Uruguay, últimamente en Puerto Yerúa, es capturado con la modalidad del trolling mediante señuelos de fondo. Por último, La Paz y Santa Elena compiten en poblaciones de surubíes.

El pejerrey recalca, entre otros lugares, en las costas entrerrianas del Paraná Guazú. Por el río Uruguay pasa primero por Villa Paranacito y los más avezados se animan hasta Punta Gorda, en la vecina República Oriental del Uruguay, para frecuentar luego el área de Gualeguaychú y llegar hasta la altura de Concepción del Uruguay.

Otras especies se consiguen en Federación y Chajarí, bagres amarillos y hasta armados, que se capturan em-

barcados o desde la costa.

También en el tramo del río Uruguay que se extiende desde Colón a Pueblo Liebig, entre los arroyos de la Leche y Perucho Verna, se pueden capturar dorados, patíes, surubíes, bogas y bagres. Las nuevas modalidades de pesca: La Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos viene realizando varias acciones para lograr la conservación de las especies de peces que pueblan sus arroyos y ríos.

En tal sentido, ya se cuenta con guías de pesca capacitados en la modalidad de pesca con devolución. Asimismo, las autoridades correspondientes están controlando rigurosamente el respeto a los tamaños indicados para cada especie y el cumplimiento de las vedas estipuladas, de modo de asegurar a los pescadores deportivos la continuidad en el tiempo de su actividad preferida.

La pesca con mosca resulta, en este sentido, la modalidad más conservacionista, ya que la delicadeza de sus señuelos permite al pescador deportivo desprender a su presa con escaso daño y devolverla a su medio.

#### 2. TERMAS.

Entendemos por aguas termales a aquellas aguas que surgen de la Tierra de modo natural y que poseen un alto nivel de mineralización, lo cual hace que sean (por lo general) aguas cálidas o calientes a diferencia de las aguas marítimas u oceánicas. Debido a estos factores, las aguas termales son normalmente vistas como aguas altamente sanadoras y terapéuticas que cumplen con efectos rejuvenecedores y relajantes de la piel y del organismo humano en general. Las aguas termales son aguas naturales, es



# 6

## APENDICES Y ANEXOS

decir que no son modificadas artificialmente por el hombre, como puede suceder con el agua clorurada de las piscinas. Usualmente, la presencia geográfica de las aguas termales tiene que ver con la presencia de volcanes o de zonas montañosas, ya que las mismas surgen de las profundidades y llegan a la superficie a través de estos elementos geográficos. Algunas de las regiones con importantes centros de aguas termales son los países de Argentina, Japón, Uruguay, Alemania, Perú, Rusia, Bolivia, Chile, Estados Unidos, Puerto Rico, México e Islandia por mencionar tan sólo a algunos.

Debido a sus características esenciales, que hacen que las aguas termales posean más temperatura que el agua normal e incluso que el ambiente que las rodea, permite que las mismas pueden disfrutarse aún en épocas invernales al aire libre, ya que provocan relajación y protección del frío al cuerpo. Las aguas termales se clasifican tanto por su temperatura como también por la presencia de minerales en su composición: hierro, cloro, azufre, bicarbonato, sodio, calcio, magnesio. Cada una de ellas cuenta con propiedades específicas y es recomendada para ciertos tipos de dolores o molestias. Además de ser relajantes, las aguas termales pueden ser un importante y muy natural método de sanación para algunas complicaciones en la salud.

Las aguas termales pueden ser utilizadas para desarrollar:

- Termalismo salud: se usa para recuperar la salud como tratamiento complementario.
- Termalismo lúdico: se orienta a la recreación, ocio o esparcimiento.
- Termalismo de bienestar: se destina a

una puesta en forma de la salud física y mental.

En la Región Litoral podemos decir que Entre Ríos lleva la delantera, con un entramado de más de 10 complejos termales con importante equipamiento y comodidades al servicio de la salud y bienestar de los visitantes, con piletas de agua a distintas temperaturas, circuitos de agua con distintos volúmenes de caída, servicios de masajes, toallas, confiterías, restaurantes, cabañas y otros. Pero en el Chaco también se destacan las Aguas Termales de Presidencia Roque Sáenz Peña.

Las Aguas termales de Presidencia Roque Sáenz Peña están consideradas unas de las mejores del país, según médicos y científicos de la **SADET** (Sociedad Argentina de Estudios Termales). Así lo hicieron saber en el XIII Congreso Nacional de Termalismo. Las aguas termales de Presidencia Roque Sáenz Peña son termo- mineralo -medicinales, con un recurso médico - terapéutico que tiene gran acción sobre el organismo humano y se convierte en un elemento insustituible de terapéutica balneoterápica. Teniendo en cuenta que las sustancias químicas más importantes que contienen las aguas termales de Sáenz Peña son el azufre y el cloro, esta composición química convierte a estas termas únicas por su naturaleza, quedando claramente demostrada su superioridad y su calidad curativa. Y en Misiones está próximo a concretarse el Proyecto Parque Aguas Termales "*Parque de la Selva*", en la localidad de Oberá, zona centro de la Provincia y puerta de entrada hacia los Saltos del Moconá.

Una singular característica de este gran parque termal está dada por las propieda-

des de sus aguas. Su temperatura la convierte en un preciado líquido por el alto valor de concentración de propiedades curativas. En la actualidad, está explotada transitoriamente por el Municipio.

Dadas las características del Producto, puede disfrutarse en ambientes abiertos o cerrados y no está condicionado por la estacionalidad. Tampoco es sesgado por grupos etarios, ya que pueden practicarlo familias, parejas, grupos de amigos, tercera edad, personas con motricidad reducida, etc.

Por lo tanto, este producto es integrador, no solo de las tres provincias que lo poseen en su oferta, sino también de los distintos segmentos que pueden acceder a él.

### 3. AVES.

El avistaje de aves consiste en la observación pacífica, silenciosa, sin disturbar y a prudente distancia, de la vida de toda clase de pájaros, garzas, patos y otras especies, que todavía y a pesar de la depredación y muchas veces del descuido, abundan en nuestras plazas, parques urbanos, reservas naturales, parques provinciales y parques nacionales, áreas de conservación (**AICAS**) de todas las provincias que integran el Litoral.

La observación atenta puede practicarse tanto en predios privados, chacras y estancias, así como en los citados parques, preferentemente con baqueanos o acompañantes especialistas.

Esta actividad se puede practicar en todos los parques y reservas del litoral, si bien la oferta de servicios es aún incipiente.

Parques Nacionales Iguazú en Misiones, El Palmar y Pre-Delta en Entre Ríos, Mburucuyá en Corrientes, Pilcomayo en Formosa y Chaco en la Provincia homónima.

Todos ellos, Nacionales o Provinciales, inte-

gran todas las provincias del Litoral todavía ricas en recursos como fauna y flora, para el disfrute amigable de turistas, estudiantes, científicos o público en general, interesado en tener una experiencia de contacto cercano con la más plena expresión de la naturaleza.

El Parque Nacional Río Pilcomayo, por ejemplo alberga más de 500 especies de aves de las 1000 registradas en el país.

Este es un Producto que no tiene techo, en tanto y en cuanto conservemos la rica flora y fauna que regalan nuestros Parques y reservas, tampoco está sujeto a estacionalidad, aunque sí requiere de precauciones determinadas por las condiciones climáticas.

### 4. RUTA DE LA YERBA MATE.

Este producto está compuesto por todas las actividades que se desarrollan a través de lo que es el cultivo de la Yerba Mate, plantaciones, producción y degustación.

El objetivo es poner en valor y hacer conocer a los visitantes qué es y cómo se produce este alimento y el placer de degustar todos los subproductos derivados de la misma. Esto es posible, dado que es la única ruta en el mundo, ya que sólo en este lugar crece y se desarrolla en condiciones óptimas.

Se la define como un componente o derivación del Turismo Rural, asociándola al turismo cultural y a la gastronomía regional. Es un Producto Turístico Regional con posicionamiento firme y ascendente que integra al sector público y privado. La oferta de servicios puede atender a variados segmentos y perfiles de turistas, ya que contempla todas las categorías de comodidades y alojamiento. No está sujeto a estacionalidad alguna ya que es posible trabajarlo todo el año e incrementa los desplazamientos por la zona, además de contribuir a aumentar los per-

noctes y repitencia a los sitios visitados.

La Ruta de la Yerba Mate, es un producto muy bien gestionado por la **ARYM**, Asociación Ruta de la Yerba Mate.

### 5. CARNAVAL.

Desbordando de alegría, brillo y colores, los veranos del Litoral se mueven al ritmo de batucadas que transitan por las avenidas de las ciudades o por predios especialmente diseñados para el desfile de las comparsas (corsódromos). El Carnaval despliega todo su encanto en esta región del país, destacándose en las Provincias de Entre Ríos y Corrientes.

Enraizado en la cultura de Corrientes, el Carnaval es una tradición que se comparte entre generaciones y permiten conocer las distintas localidades: la ciudad de Paso de los Libres mezcla magia y fantasía, mientras que Monte Caseros vive el lujoso Carnaval del Arte, con la curiosa fusión de ritmos de batucada y candombe. Esta buena costumbre se extiende a muchas otras localidades correntinas.

En Entre Ríos, el Carnaval del País convoca a miles de espectadores en Gualeguaychú para deleitarse con el espectáculo brindado por el paso de las majestuosas comparsas. Carrozas temáticas, música en vivo, radiantes trajes, diseños sorprendentes, son sólo algunas de las maravillas que se pueden observar.

En el resto de la provincia, el espíritu del carnaval también se adueña de las ciudades: murgas grotescas en Victoria; comparsas rasgando con su brillo las noches en Concordia; carrozas alegóricas coloreando las calles de Chajarí, completan esta propuesta carnavalesca y entrerriana.

Junto con Corrientes, cuyo mayor esplendor está representado en la ciudad Capital,

donde hicieron época comparsas de fama Internacional como **ARA BERA** y **COPACABANA**, con fuerte impacto sobre toda la población del Litoral, países vecinos como Paraguay, Brasil y Uruguay, y visitantes de los centros emisores de turismo como Ciudad de Buenos Aires, Córdoba y otras. Podríamos decir que, sumado al componente Pesca con los ríos Paraná y Uruguay como ejes estructurantes, son de los más antiguos Productos Turísticos Integradores de la Región Litoral. Asimismo, las localidades de Gral. San Martín y Villa Ángela en el Chaco, reciben gran cantidad de visitantes.

Se trata de un Producto que si bien está sujeto claramente a la estacionalidad (época de carnavales) presenta un fenomenal efecto multiplicador de la economía local y zona de influencia.

Trabajado con criterio económico/social es un verdadero disparador que apunta al desarrollo de pequeños y medianos proveedores de materias primas, tanto como movilizador del sector hotelero, gastronomía local, souvenirs, fotografías, talleres, estaciones de servicio, venta de ropa, zapatos, carteras y más.

Respecto a los visitantes, atrae a muchos de los países vecinos, especialmente Uruguay y los estados brasileños lindantes con nuestro país, no sólo por la excelente calidad de las comparsas intervinientes, sino también por la coyuntura económica que favorece el arribo de visitantes del Mercosur.

Al ofrecer un programa extendido de varias semanas, permite que los visitantes se desplacen por las provincias involucradas. La competencia de los carnavales de una u otra, se superan cada año a sí mismas y contribuyen a incrementar el deseo de repetir.



## APENDICES Y ANEXOS

### 6. SOL Y PLAYA.

El verano en Argentina, no solo tiene playas marítimas, sino que también ofrece alternativas en ciudades más pequeñas, pero no por eso menos atractivas. El litoral argentino con provincias como Entre Ríos, cuenta con playas que son ideales para disfrutar del sol en finas arenas y practicar deportes acuáticos. Importantes ríos invitan a ser disfrutados en ciudades como Concepción del Uruguay, cuya playa sobre el río Uruguay impone tranquilas aguas que permiten navegar, practicar la pesca y disfrutar de la tranquilidad por estar alejada del cono urbano, respirando un aire mucho más puro.

Otras playas de aguas tranquilas en Entre Ríos son las de la Ciudad de Colón. Sus cinco playas muy cercanas al centro, permiten un rápido escape a lo cotidiano, y disfrutar del sol cada día. Conforman casi siete kilómetros de arenas, que esperan en la época estival la alegría de la gente para ser aprovechadas.

El paso del río Paraná por Corrientes deja increíbles playas que, junto al entorno natural, son deseadas por cualquier turista para descansar al máximo. En Ituzaingó, las playas presentan una increíble belleza tanto por lo integrador de su oferta natural como por la pureza de sus aguas. La misma Corrientes Capital tiene playas que invitan a zambullirse cuando el calor es incesante. Al caer la tarde, son propicias para realizar deportes al aire libre o caminatas en familia.

Otra de las provincias que conforma el litoral argentino y caracteriza al verano en Argentina es Santa Fe. En Santa Fe la época estival, como en todo el litoral, llena a las playas del Paraná de gente que trata de escaparle al calor y practicar deportes. Este espejo de agua es ideal para desarrollar windsurf, navegar o simplemente disfrutar del aire libre.

Las citadas provincias del **Consejo Litoral Turístico (COLITUR)** tienen en el turismo de playas ribereñas un verdadero componente integrador en su oferta de verano. Sus múltiples alternativas logran retener al turista recorriendo la zona, que es el objetivo máximo a cumplir cuando los técnicos se reúnen a planificar la oferta en los diferentes destinos.

Como oferta de verano se trata de un Producto estacional pero que al ofrecer una tan variada gama de actividades y servicios, puede atender a todos los segmentos y perfiles especialmente de familias dispuestas a disfrutar el verano en las costas del Litoral. Promueve obviamente los pernoctes en la zona y la oferta va incrementando sus niveles de sofisticación.

### 7. FIESTAS TRADICIONALES.

Todas las Provincias del Litoral cuentan con importantes fiestas, tanto provinciales como nacionales. En ellas se expresan claramente los saberes, sentires e idiosincrasia del pueblo que les dio vida y las representa. Contar con un calendario más o menos estable de Fiestas las convierte en un Producto Integrador ya que los interesados pueden hacer las previsiones necesarias para visitarlas, porque el que viaja a una Fiesta determinada, aprovecha para conocer otra cercana o visitar un nuevo lugar.

De esta forma, al conocer las fechas de las fiestas se puede aprovechar mejor el tiempo para desplazarse por las distintas zonas que se están recorriendo. Es un objetivo básico lograr el desplazamiento y extender la estadía de los turistas que llegan a conocer o recorrer nuevamente la Región Litoral. A modo de ejemplo podemos nombrar en:

#### Corrientes:

Fiestas Nacionales: Del Chamamé – Corrientes (Capital).  
Del Carnaval – Esquina.  
Capital Nacional del Carnaval Argentino – Corrientes (Capital).  
Carnaval de Frontera - Paso de los Libres.  
Del Pacú – Esquina.  
Del Surubí – Goya.  
Del Dorado – Paso de la Patria.

#### Entre Ríos:

Fiestas Nacionales: Del Mate – Paraná.  
De la Artesanía – Colón.  
Pesca Variada de Río - La Paz.  
De la Playa de Río – Concepción del Uruguay.  
De la Boga – Concordia.  
De la Jineteada y Folclore – Diamante.  
Del Lago - Federación.

#### Formosa:

Fiestas Nacionales: Del Pomelo – Laguna Blanca.  
De la Corvina – Herradura.

#### Santa Fe:

Fiestas Nacionales: Del Folclore Suizo - San Jerónimo Norte.  
De la Pesca del Amarillo – Helvecia.  
Del Zapallo – Ceres.  
De la Agricultura – Esperanza.  
De la Frutilla – Coronada.

#### Chaco:

Fiestas Nacionales: Del Algodón - Presidencia Roque Sáenz Peña.  
Del Meteorito – Gancedo.

#### Misiones:

Fiestas Nacionales: Del Te - Campo Viera.  
De la Yerba Mate – Apóstoles.  
Del Inmigrante – Oberá.  
De la Orquídea – Montecarlo.  
De la Música del Litoral - Posadas.

### 8. MISIONES JESUITICAS.

Constituyen el fiel testimonio de la antigua vida cultural de la región. El circuito de Ruinas Jesuíticas, inserto en la provincia de Misiones, permite conocer paso a paso la historia de la colonización y evangelización de nativos en la época de la conquista europea del territorio americano.

El recorrido hace escala en más de un sitio donde las ruinas aún dominan el paisaje. Unas poseedoras de menos jerarquía que otras, pero todas merecedoras de ser conocidas, las distintas reducciones (pueblos integrados por comunidades indígenas reunidas para ser catequizadas) invitan a viajar en el tiempo para vivir en carne propia aquellos acontecimientos.

En el acceso a las Ruinas de San Ignacio Miní, las más destacadas y reconocidas de Misiones, el Centro de Interpretación y Recreación Jesuítico-Guaraní presenta nueve salas que, a modo de relato histórico, reconstruyen el pasado. Desde la llegada de los primeros españoles, incluye una maqueta de lo que fueron las reducciones, y culmina con un emocionante y educativo espectáculo que, mediante imágenes y sonidos, revive lo sucedido entre los Siglos XVII y XVIII.

En un estado más natural y mimetizadas con la selva que las envuelve, otras ruinas menores exhiben su visión de los hechos. Las Ruinas de Nuestra Señora de la Candelaria, situadas a 19Km. de Posadas; las Ruinas de Santa Ana, ubicadas a 40Km. de la capital provincial, lugar donde se está construyendo y a punto de culminar El Parque Temático de Santa Ana; las Ruinas de la Misión de Nuestra Señora de Loreto, emplazadas unos 10 Km. más allá y las Ruinas de Santa María la Mayor, que aparecen pasando Itacaruaré son los descansos subsi-

guiente en este itinerario de gran importancia cultural y religiosa.

Una interesante arquitectura, ornamentada con figuras en las que puede apreciarse la clara impronta guaraní, constituye la principal parte de este magnífico atractivo turístico-cultural que permite descubrir el modo de organización de la ciudad en los tiempos en que la plaza y el templo funcionaban como ejes estructurales.

### 9. TURISMO RURAL.

#### Turismo Rural Comunitario.

*"Turismo rural comunitario es aquel que se gesta en el seno de las comunidades, promueve la participación de todos sus miembros y los dignifica, en un marco de sustentabilidad de sus territorios y recursos".* El mismo se sustentó en el Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (**RaTURC**), cuya misión es contribuir al desarrollo local, mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo por parte de pueblos originarios y comunidades campesinas, sustentado en sus principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural, garantizando el respeto de los territorios y la identidad.

La provincia de Entre Ríos participa de la **RaTURC** a través de la Secretaría de Turismo de la Provincia y la Fundación Baqueanos del Río. La Fundación posee un emprendimiento de turismo rural comunitario creado por pescadores artesanales de Puerto Sánchez, en la ciudad de Paraná, cuyo principal objetivo es la lucha por la defensa del río Paraná y la generación de conciencia sobre el cuidado de este recurso hídrico. Dentro de las actividades que ofrecen

los baqueanos se destacan los paseos en lancha por las islas y el río, avistaje de aves y safaris fotográficos, pesca degustación de comidas típicas, todo ello a través de su cultura transmitida a través de sus costumbres e historia.

#### Turismo rural.

El Litoral ofrece una gran cantidad de establecimientos rurales que se dedican a diferentes tareas agropecuarias, como la agricultura, la ganadería y la avicultura. De este modo, la perpetuación de esa tradición gauchesca que hoy tiene tanto valor entre los viajeros del mundo que buscan vivir experiencias vinculadas a lo autóctono de cada país, en esta parte de la Argentina está asegurada.

La región cuenta con una buena cantidad de establecimientos rurales que alojan a visitantes y les permiten compartir la vida típica del campo, ofreciendo una cuidada atención y servicios de excelente calidad. Los visitantes pueden recorrer a caballo el campo, trepando colinas y sorteando arroyos, geografía típica de la provincia y hasta arreando la hacienda que les sale al paso.

La diversificación de sus servicios y posibilidades ha llevado a identificarlos de distinta manera, llamándolos almacenes de campo, casas de campo, quintas, chacras, solares de campo, complejos de turismo ecológico, centros de reservas y recuperación de animales silvestres, centros de crianza de animales y proceso de producción y estancias, de modo que los turistas se encuentren en condiciones de elegir según los servicios que se ofrezcan.



## APENDICES Y ANEXOS

Visitantes argentinos y extranjeros por igual encuentran en estos rincones vivencias únicas e irrepetibles, en contacto con las tradiciones de esta tierra, con las particularidades de la naturaleza y la especial hospitalidad de la gente.

### 10. COLONIAS JUDIAS.

Hoy en día en Argentina, la colectividad judía constituye menos del 2% de nuestra población. Sin embargo hubo muchas corrientes inmigratorias judías, de las cuales no se tienen datos ni registros, otras sin embargo fueron estudiadas y registradas. La información sobre la llegada de judíos a Argentina en los primeros años de república es poca e incompleta, es por eso que las corrientes inmigratorias se señalarán desde 1846 hasta 1900 aproximadamente.

En 1846 una corriente de judíos llega a nuestro país desde Alemania, cuyo número se desconoce. Antes de 1855, los judíos emigraron de Europa Occidental y se asentaron en Buenos Aires. En el año 1853, comienza la existencia del judaísmo argentino como comunidad.

Entre 1881 y 1889 llegan de Rusia y Rumania miles de inmigrantes y a fines de 1885, un total de 120 judíos emigran a Argentina, de los cuales 96 permanecen en el país. En el mismo año se establecen relaciones diplomáticas entre Rusia y Argentina, las que traen como consecuencia que en 1886, 918 rusos emigren, que en 1887 sean 955 los inmigrantes a esta región y que en 1888 sean 512 los nuevos pobladores argentinos. En los tres años un total de 2.385 judíos llegaron al país, a bordo del barco Weser, a causa de la intensificación de las amenazas de expulsión de los judíos de las zonas rusas, y de los cuales se sabe 2.260 permanecieron en el país.

En 1889 llegan de Alemania unos 1.200 inmigrantes, una vez más a bordo del barco Weser y Bremer. Pero en 1889 se produce un giro decisivo para la inmigración, ya que se producen cambios en el gobierno y en la política de inmigración y colonización. Un año más tarde, en 1890, llegaron a Argentina unos 20.121 judíos.

A fines de 1890 Argentina lanza su plan de inmigración, el cual consiste en pagar los pasajes, lo que trae como consecuencia que desde 1891 hasta 1896 unos 10.000 judíos emigren a Buenos Aires, Entre Ríos y Santa Fe.

En la actualidad, el circuito de paseo a lo que fueron las laboriosas Colonias Judías del centro de Entre Ríos y Santa Fe, integra a las tres provincias litorales que dan testimonio de la lucha y sufrimiento por las penosas condiciones de vida de estos inmigrantes.

Los turistas se encontrarán con sinagogas, casas y estaciones de trenes convertidas en museos y cuidadas por descendientes de quienes llegaron huyendo de pogromos. Hoy solo quedan valiosos vestigios de aquellas colonias que fueron desapareciendo durante el siglo pasado.

El circuito de las Colonias Judías es un paseo por el pasado y el presente de los judíos en Entre Ríos. Comunidades que han hecho de ésta su tierra prometida.

La Colonización Judía fue una de las corrientes migratorias más importantes de esta Provincia. Esta iniciativa dio lugar a la fundación de decenas de pueblos (como San Gregorio, Villa Domínguez, Carmel, Ing. Miguel Sajaroff, Villa Clara y Basavilbaso, Villaguay, entre otros) y a la creación de numerosas escuelas, hospitales, templos, bibliotecas, y asociaciones cooperativas, muchas de las cuales aún hoy permanecen activas.

### Encuadre según grilla del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR).

<b>ARGENTINA GOURMET.</b>	Ruta de la Yerba Mate.
<b>GASTRONOMIA:</b>	Fiestas Tradicionales. Turismo Rural. Colonias Judías.
<b>ARGENTINA AUTENTICA.</b>	
<b>Turismo Cultural:</b>	Gastronomía Típica. Turismo Religioso. Fiestas y Festiv. Diversas. Misiones Jesuíticas.
<b>Turismo Educativo:</b>	Misiones Jesuíticas. Parques Nac. y Pciales.
<b>Turismo De Bienestar:</b>	Turismo de Salud. Relax y Spa. Termas.
<b>Turismo Rural:</b>	Chacras. Estancias. Turismo Rural Comunitario. Polo – Golf.
<b>ARGENTINA NATURAL.</b>	
<b>Turismo Naturaleza:</b>	Parques Nac. y Pciales. Avistajes.
<b>ARGENTINA ACTIVA.</b>	
<b>Turismo De Aventura.</b>	Pesca Deportiva. Navegación a Velas.
<b>ARGENTINA DE REUNIONES.</b>	Eventos/Incentivos. Reuniones/Urbano.

### LINEAS DE PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES DE LA REGION NORTE.

El concepto de Líneas de Productos se sustenta en base a indicadores y se concreta en varias etapas hasta lograr el producto y llegar a una oferta definida.

Uno de los principales compromisos es la participación activa y equitativa de todas las provincias.

Actualmente se han identificado cinco Líneas principales:

#### 1. FORMAS – COLORES – SENSACIONES DEL NORTE ARGENTINO.

La Línea de Productos “*formas, colores y sensaciones*”, propone un recorrido por la región que integra áreas de alto valor paisajístico, caracterizadas por escenarios variados, de impactantes formas y colores y pueblos pintorescos y coloridos, donde las costumbres y artesanías juegan un papel importante. Incluye actividades innovadoras que buscan producir sensaciones y nuevas experiencias en los visitantes. Además del circuito principal, ofrece alternativas que enriquecen las experiencias en el Norte, permitiendo al turista crear sus propios recorridos.

FORMAS – COLORES – SENSACIONES DEL NORTE ARGENTINO	
<b>Imaginación del Turista.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paisajes.</li> <li>• Vestimentas.</li> <li>• Idiosincrasia.</li> <li>• Arquitectura típica.</li> </ul>
<b>Contexto Regional.</b>	Involucra a todas las provincias.
<b>Meta Promocional.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferenciar al Norte Argentino de otras regiones.</li> <li>• Destacar el tema “color”.</li> <li>• Considerar a los colores como atractivo, que transmiten calidez, variedad y vivencias que estimulan los sentidos y dan alegría.</li> </ul>
<b>Fundamentos.</b>	Incentiva el desplazamiento para ir descubriendo el norte y promueve la visita de diversos lugares, motivando el intercambio cultural y la participación en diferentes actividades.
<b>Productos concretos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circuito con alto valor paisajístico</li> <li>• Fiestas populares y religiosas</li> <li>• Artesanía local</li> <li>• Pueblos con encanto</li> </ul>
<b>Empresas turísticas.</b>	Agencias de turismo receptivo, hoteles, alojamiento de diferentes categorías, restaurantes, medios de transportes. Municipios

#### 2. CONTRASTES Y VIVENCIAS DEL NORTE ARGENTINO.

La línea de productos “*contrastes y vivencias del norte argentino*”, permite concretar la fantasía de vivir intensas experiencias en un recorrido que conjuga diversas emociones e incluye la realización de actividades innovadoras con el fin de producir sensaciones y nuevas experiencias en los visitantes. Cambios de escenarios naturales y culturales en pocos kilómetros de recorrido.

CONTRASTES Y VIVENCIAS DEL NORTE ARGENTINO	
<b>Imaginación del Turista.</b>	Vivir experiencias intensas.
<b>Contexto Regional.</b>	Involucra a todas las provincias.
<b>Meta Promocional.</b>	Captar la nueva tendencia mundial del viajero que busca encontrar en una sola región contrastes fuertes y diferentes atractivos.
<b>Fundamentos.</b>	La suma de los contrastes de cada provincia fortalece el posicionamiento regional y forma un producto único y distintivo. Algunos ejemplos de contrastes se manifiestan entre las actividades que generan adrenalina y relax (como Parapente–Termas y Andinismo–Visita Bodegas) y pueden realizarse el mismo día. Entre las actividades que se realizan en la naturaleza y en la ciudad surge el contraste entre el trekking y el shopping, la visita a ruinas arqueológicas y disfrutar un desfile Gaucho. Hay actividades sencillas, como la visita a un artesano y sofisticada como el alojamiento en una bodega de lujo. Igual que la participación en una peña folclórica y el placer de escuchar la orquesta sinfónica, entre otros.
<b>Productos concretos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrastes Culturales.</li> <li>• Contrastes Paisajísticos.</li> <li>• Contrastes naturales.</li> <li>• Contrastes de actividades.</li> </ul>
<b>Empresas turísticas.</b>	Agencias de turismo receptivo, Oferta SPA, todos los prestadores de servicios. Municipios



## APENDICES Y ANEXOS

### 3. PLACERES CON SABOR A NORTE ARGENTINO.

La Línea de Productos “*placeres con sabor a norte argentino*” se dirige al campo gastronómico. La gastronomía es un ingrediente que no puede faltar en la receta de un viaje. Las comidas, junto al ambiente y las costumbres típicas, hacen de este momento una experiencia de placer con sabor a Norte Argentino. Además, los servicios gastronómicos juegan un papel fundamental en la conformación de un destino, ya que son el primer contacto del turista con el lugar.

PLACERES CON SABOR A NORTE ARGENTINO.	
<b>Imaginación del Turista.</b>	Hay mucho por descubrir y conocer de otras culturas, como su gastronomía y las diferentes maneras de elaborarla y saborearla, en diversos ambientes coloridos y sofisticados.
<b>Contexto Regional.</b>	Involucra a todas las provincias.
<b>Meta Promocional.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinguir el Norte de otros partes de Argentina y del mundo.</li> <li>• Mostrar que en el Norte se come bien y variado, es decir, que para todos los gustos se encuentra algo.</li> </ul>
<b>Fundamentos.</b>	<p>Incentivar el desplazamiento para ir descubriendo el Norte a través de su gastronomía. Los componentes de esta línea de productos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comidas típicas que solo pueden encontrarse en el Norte.</li> <li>• Comidas del Norte que pueden encontrarse en Argentina.</li> <li>• Bebidas típicas.</li> <li>• Ingredientes y condimentos típicos del norte.</li> </ul>
<b>Actores involucrados.</b>	Agencias. Emprendimientos gastronómicos. Productores y comerciantes gastronómicos. / Municipios. Comunidades Locales.

A continuación se definieron las categorías que existen dentro de la gastronomía:

- **Restaurante Gourmet:** Lugar donde se elaboran comidas regionales nacionales e internacionales. El local es sofisticado y de jerarquía. Con ingredientes regionales, se preparan platos gourmet con presentaciones elaboradas.
- **Restaurante Clásico:** Son establecimientos en donde se ofrece una carta variada, con platos clásicos y comidas regionales.
- **Restaurante Regional:** El menú ofrece platos regionales elaborados de manera tradicional. La ambientación y decoración responden al estilo nortehño.
- **Estancias / Fincas:** Cascos de campo en entornos rurales en donde se puede disfrutar de comidas y actividades típicas de la región.
- **Parrilladas:** Son de estilo gauchesco y se encuentra como plato principal el asado. Además se pueden encontrar otras alternativas.
- **Confiterías:** Lugares de encuentro donde se pueden paladear repostería, sándwiches, y bebidas calientes y frías.
- **Peñas:** Espacios recreativos con espectáculos folklóricos donde se pueden disfrutar comidas regionales. Generalmente funcionan a la noche.
- **Ferias, puestos callejeros y producción de productos regionales.**
- **Fiestas populares relacionadas a la gastronomía.**

Ejemplos de productos turísticos que sirven de insumos para esta línea:

Ruta del Vino de Altura, actualmente se encuentra desarrollada en las provincias de Salta y Catamarca, mientras que en las provincias de Tucumán y Jujuy con incipiente desarrollo.

A su vez, en la región existen otros ejemplos con potencialidades para el desarrollo como Ruta de la Empanada, Ruta del Queso, Ruta del Olivo, etc.

### 4. CIUDADES CAPITALES DEL NORTE ARGENTINO.

La Línea de Productos *Ciudades Capitales del Norte Argentino* permite diferenciar a las capitales de las provincias del Norte de otras capitales, resaltando su identidad cultural, su importancia histórica y las cualidades de su gente. Además, permite destacar la seguridad que se vive en las ciudades del Norte. Cabe resaltar que cuentan con una estructura de servicios al nivel de las grandes metrópolis, conservando sus características especiales respecto a la forma y al ritmo de vida de los nortehños.

CIUDADES CAPITALES DEL NORTE ARGENTINO.	
<b>Imaginación del Turista.</b>	Algunos turistas llegan al Norte creyendo encontrarse con ciudades poco desarrolladas.
<b>Contexto Regional.</b>	Involucra a todas las provincias.
<b>Meta Promocional.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferenciar a las capitales de las provincias del Norte por su identidad cultural, por su importancia histórica y por las cualidades de su gente.</li> <li>• Destacar la seguridad que se vive en las ciudades del Norte.</li> <li>• Resaltar que son ciudades cuya estructura de servicios se encuentra al nivel de grandes metrópolis.</li> <li>• Transmitir las características especiales sobre la forma y el ritmo de vida de los nortehños.</li> </ul>
<b>Fundamentos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar el conocimiento de las capitales como atractivos y no solo como centros de distribución.</li> <li>• Dar respuesta a los requerimientos del sector empresarial resaltando las oportunidades que ofrecen las capitales y sus atractivos.</li> </ul>
<b>Actores involucrados.</b>	Todos los prestadores de servicios turísticos y no turísticos.

### 5. NORTE: CUNA DE LA HISTORIA ARGENTINA.

Esta última línea de productos Norte permite revalorizar el rico legado histórico y cultural, que identifican al Norte Argentino como una de las regiones con mayor acervo histórico del país. Los diferentes períodos se transforman en excelentes oportunidades para el desarrollo de productos temáticos que permitan un acercamiento y una experiencia más participativa del turista en la historia. Estas vivencias pueden produ-

cirse a partir del encuentro con expresiones nortehñas del pasado, con visitas al patrimonio histórico o a través de la figura de algún personaje histórico.

NORTE: CUNA DE LA HISTORIA ARGENTINA.	
<b>Imaginación del Turista.</b>	La existencia de un contexto histórico por descubrir.
<b>Contexto Regional.</b>	Involucra a todas las provincias.
<b>Meta Promocional.</b>	Vivenciar la historia en el lugar de los acontecimientos. Diferenciar el Norte Argentino de otras regiones del país, buscando la valorización de su patrimonio histórico a través de interesantes propuestas y actividades
<b>Fundamentos.</b>	Incentivar el desplazamiento de turistas, para valorizar y comprender el Norte a través de sus testimonios históricos.
<b>Actores involucrados.</b>	Agencias de viajes, prestadores de servicios.

## PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES DE PATAGONIA.

### 1. CRUCEROS Y NAVEGACIÓN.

Navegar los mares, ríos y lagos patagónicos invita a descubrir infinitos escenarios imperdibles. Desde cruceros de líneas marítimas internacionales, catamaranes, lanchas hasta embarcaciones a vela, los diferentes paseos arriban a pequeñas playas, bosques de belleza única, montañas de picos nevados o imponentes glaciares. Una vivencia indescriptible es el avistaje de la ballena franca austral en Península Valdés (sitio declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y las excursiones

para ver delfines, toninas overas, orcas y pingüinos desde Puerto Madryn, Puerto Pirámides y Puerto de Rawson.

En Neuquén, paseos por el lago Lacar, el Nahuel Huapi, o la cuenca del Huechulafquen con el volcán Lanín en el horizonte, cautivan por la belleza de sus paisajes.

Barcos que parten desde Ushuaia recorren el Canal Beagle y ofrecen una increíble vista de la ciudad más austral del mundo, sus islas y colonias de pingüinos.

Navegaciones entre glaciares, con la posibilidad de avistar gran cantidad de fauna marina se destacan en la provincia de Santa Cruz. Los amantes del mar podrán embarcarse en expediciones hacia la Isla de los Estados y al mítico Cabo de Hornos en el extremo oriental de Tierra del Fuego. Entre noviembre y marzo, algunos cruceros zarpan desde Ushuaia para sentir la inigualable emoción de pisar la inhóspita e inquietante Antártida.

### 2. TRENES TURISTICOS.

Los trenes turísticos en la Patagonia ofrecen paseos que acercan al viajero a cientos de anécdotas de otros tiempos.

Ya casi no existen en el mundo trenes como El Viejo Expreso Patagónico “*La Trochita*”, que realiza recorridos desde El Maitén o desde su cabecera Esquel, en la provincia de Chubut. Con sus asientos de madera y su locomotora original a vapor es una auténtica pieza de museo de la década del 20. “*La Trochita*” también realiza un programa mensual de excursiones, en Río Negro, desde la cabecera de Ing. Jacobacci hasta la estación Ojos de Agua.

Para atravesar la Patagonia, desde la costa atlántica a la cordillera, el Tren Patagónico realiza el trayecto Viedma-Bariloche recorriendo toda la estepa, al paso de pintores-



## APENDICES Y ANEXOS

cas localidades en la provincia de Río Negro. También allí, el Tren Histórico a Vapor ofrece una espectacular vista al lago Nahuel Huapi. Un poco más al sur, en Ushuaia se puede abordar el mítico Tren del Fin del Mundo que permite internarse en el Parque Nacional Tierra del Fuego. Con el viejo sonido de las locomotoras a vapor y elegantes coches, se pone en marcha para recorrer lugares históricos y disfrutar de increíbles vistas entre bosques de coihues y lengas.

Al sur del sur, los trenes turísticos de la Patagonia Argentina sorprenden con una mirada diferente hacia los más soñados e inquietantes paisajes.

### 3. NIEVE.

La inmensidad de los cielos patagónicos y un paisaje de infinita blancura invitan a disfrutar de la mejor nieve. Modernos centros de esquí como el Cerro Catedral en San Carlos de Bariloche, Cerro Chapelco en San Martín de los Andes, Cerro Castor en Ushuaia, La Hoya en Esquel, Cerro Bayo en Villa la Angostura y Cerro Caviahue ofrecen todas las posibilidades a fanáticos y principiantes. Los centros invernales patagónicos tienen extensas temporadas, pistas para todos los niveles, medios de elevación seguros y escuelas de esquí y snowboard de primer nivel. En pleno verano europeo, los esquiadores podrán disfrutar de la variada oferta invernal de la Patagonia. Practicar esquí alpino o de fondo, andar en trineo, dar paseos en motos de nieve o caminar con raquetas en las laderas de un volcán nevado de cara a la imponente Cordillera de los Andes, son algunas posibilidades que ofrece la Patagonia. Excelente hotelería y deliciosos platos regionales completan la oferta de un invierno inolvidable.

### 4. GLACIARES.

Los glaciares muestran toda su magnificencia en la Patagonia Argentina. Admirar estos monumentos blancos, únicos en el mundo, es una forma distinta de habitar el silencio y la inmensidad patagónicas. También caminarlos o escalarlos es una opción que tienta a los más diversos visitantes. En Santa Cruz, hacer trekking en el glaciar Perito Moreno es una experiencia imperdible. Una embarcación permite contemplar de cerca la grandiosidad del glaciar Upsala con sus 600 km<sup>2</sup>, el Spegazzini, cuya pared frontal alcanza los 135 m, el Onelli, el Agassiz o el Bolado. Hacia el norte, el pueblo de El Chaltén es un punto de encuentro para los amantes de los hielos continentales. Desde allí parten travesías hacia los glaciares Torre y Viedma que exigen extensas caminatas y permiten escalar estos imponentes colosos. En Ushuaia, el Glaciar Martial es otra alternativa a la que se accede en aerossilla, a pocos minutos de la ciudad y muy cerca de un cálido refugio de montaña.

### 5. TURISMO RURAL.

La actividad del campo forma parte de la identidad patagónica. Visitar sus establecimientos rurales, chacras o lujosas estancias, permite acercarse a la calidez de su gente, su historia, sus más antiguas tradiciones y a la incesante actividad de los paisanos en los campos de la Patagonia. La oportunidad de comer un típico asado criollo, recorrer a caballo grandes extensiones de tierra, realizar tareas de esquila, ordeño y señalada de animales, participar en la producción de quesos caseros, licores, dulces artesanales y frutas finas que formarán parte de los platos que se pueden degustar durante la estadía, son experiencias que cortejan el

vivir de los días en el campo.

La caza, la práctica de polo o pato, el rafting, el mountain bike, la observación de aves, flora y fauna, se disfrutan entre caudalosos ríos y la paz de los atardeceres más impactantes en la estepa sureña. La hospitalidad de los anfitriones acompaña cada paso. Comer delicias preparadas con antiguas recetas o amasar pan, pueden ser el comienzo de un increíble día de campo.

### 6. CAZA.

La diversidad de la Patagonia Argentina brinda un escenario codiciado por los cazadores que buscan grandes trofeos. Entre paisajes de inigualable belleza, las tierras pampeanas y la estepa neuquina son el hábitat de especies aptas para la caza como jabalíes y ciervos colorados. La paciencia del cazador se pone a prueba en los bosques de la Pampa, propicios para la práctica del acecho. Y para los más audaces y experimentados, el entorno ofrece el desafío de cacerías activas al rececho. La caza de animales como el antílope o el búfalo; el ciervo dama, el ciervo colorado, el ciervo axis, el jabalí y la cabra de cuatro cuernos puede realizarse únicamente en cotos habilitados que establecen el tope máximo de ejemplares que pueden abatirse. También pueden cazarse pumas, codornices, conejos, liebres europeas, martinetas, palomas monteras, turcas y torcazas, peludos, vizcachas, patos, perdices y zorros. Es necesario obtener el permiso correspondiente para la caza. La práctica está reglamentada por normas que determinan las especies y las temporadas habilitadas. Por otra parte, especies autóctonas como el pudú o el huemul están prohibidas durante todo el año.

### 7. AVISTAJE DE AVES Y FAUNA.

Observar la naturaleza y sus habitantes es una experiencia auténticamente patagónica. El avistaje de la ballena franca austral en las cercanías de Puerto Madryn es un espectáculo único: embarcado o desde la costa, el contacto con estos gigantes del mar es fascinante. Otros sitios en Chubut permiten avistar lobos y elefantes marinos, maravillarse con las orcas o con los delfines y descubrir sus numerosas colonias de pingüinos. El nuevo Parque Nacional Monte León en Santa Cruz, invita a avistar ejemplares de su inigualable fauna marina. Y hacia el fin del mundo, la colonia de pingüinos de la Isla Gable en el Canal Beagle es sumamente atractiva. Maravillados por la biodiversidad patagónica, exigentes avistadores de aves llegan a la provincia del Neuquén, a Tierra del Fuego o a Santa Cruz, para observar bajo la guía de especialistas a más de 200 especies que en excelente estado de conservación habitan la zona. También pueden avistarse en Río Negro, aves playeras como chorlos y playeros rojizos. Por su parte, Neuquén y La Pampa albergan variedades de ciervos que fascinan especialmente en época de brama, durante la cual, la experiencia del avistaje, es absolutamente conmovedora. Los bosques fueguinos, tientan a su vez, con su variada fauna entre la que sobresalen castores y zorros.

### 8. RESERVAS Y AREAS PROTEGIDAS.

La Patagonia Argentina es una región sumamente atractiva para los amantes de la naturaleza y cultores de la ecología, la protección de los ambientes y las espe-

cies. Sus extensas áreas protegidas, desde la provincia de La Pampa hasta Tierra del Fuego, preservan la gran diversidad de la fauna y flora, y resguardan celosamente el equilibrio de sus ecosistemas. Antiguos habitantes de la Patagonia, la ballena franca austral y el huemul fueron declarados Monumentos Naturales, para asegurar su protección. Espacios diseñados para el estudio, la interpretación y el placer de interiorizarse en el cuidado de la naturaleza, como el Eco-centro en Puerto Madryn, ofrecen en plena Patagonia Argentina la oportunidad de entrar en el inmenso mundo de la fauna propia de la costa atlántica del sur. Once Parques Nacionales, diversos sitios declarados patrimonio natural y cultural de la humanidad por la UNESCO, y reservas provinciales, dan cuenta de la permanente protección de la riqueza patagónica que la torna tan atractiva a los ojos del mundo.

### 9. AVENTURA.

Desde las profundidades del océano hasta los altos picos de la Cordillera de los Andes, la Patagonia ofrece inmejorables escenarios para vivir la aventura. Una intensa colección de cumbres, volcanes, lagos, ríos, acantilados, mar y bosques se potencian para brindar infinitas posibilidades. Bajo la guía de especialistas en las distintas modalidades, cada ámbito despliega propuestas que atrapan a los menos entrenados y a quienes hacen de la aventura una forma de vida. Escalada en el Cerro Catedral, en el Fitz Roy y en el López y ascensos al Volcán Lanín, al Domuyo o al Cerro Alvear, desafían a los amantes de las alturas. Trekking entre valles en Neuquén, en el Parque Nacional

de Tierra del Fuego o sobre glaciares en El Chaltén, cabalgatas por el Cerro Campanario y a orillas del Lago Moreno en Río Negro, mountain bike por el Camino de los Siete Lagos y a orillas del lago Mascardi permiten disfrutar del deporte mientras se recorren sitios de increíble belleza. Rafting en los ríos Manso y Corcovado o kayak en el Aluminé y en el Canal Beagle, parapente en El Bolsón, vuelo a vela y 4x4 en las salinas y en el monte en La Pampa, carovelismo en las playas de Rada Tilly en Chubut, canopy en Villa la Angostura, buceo en los arrecifes naturales en Puerto Madryn y en Tierra del Fuego, son alternativas diferentes para experimentar la aventura patagónica.

### 10. PESCA DEPORTIVA.

La Patagonia Argentina posee inigualables escenarios para la pesca deportiva y servicios especialmente destinados a los pescadores que se acercan a desafiar la excelente calidad de sus aguas y especies. La variedad que proponen la costa atlántica y los ríos de la Patagonia, las codiciadas truchas salvajes de la zona, la belleza y la tranquilidad de los paisajes, conforman uno de los mejores destinos para su práctica. La pesca deportiva, en sus distintas modalidades, se practica en la mayoría de los cursos de agua en la Patagonia. La trucha arco iris, la trucha marrón, la trucha steel head, el salmón encerrado, el salmón del Pacífico y la trucha de arroyo, deslumbran a los amantes de este deporte. La temporada se extiende principalmente de noviembre hasta mediados de abril, aunque hay ciertos ríos y lagos habilitados durante todo el año. Los permisos son obligatorios y de portación visible. La pesca en el litoral atlántico rionegrino



## APENDICES Y ANEXOS

o chubutense se practica durante todo el año. Pejerreyes, róbalo, sargos, chuchos, rayas, peces palo y lenguados son algunas de las especies.

Amantes de la pesca encuentran en la Patagonia un entorno incomparable.

### 11. TURISMO CULTURAL.

Culturas ancestrales y tradiciones que se mantienen a pesar del paso del tiempo, hacen de la Patagonia un lugar único. Sus artesanías, gastronomía regional, museos y fiestas populares son sellos de identidad que sus habitantes, cálidos anfitriones, atesoran celosamente.

Fiestas nacionales, provinciales y populares despliegan colores infinitos, acompañadas de espectáculos musicales, domas, folklore y excelente gastronomía regional.

Otras, como la Fiesta de la Noche Más Larga en Ushuaia, ofrecen un impactante show de fuegos artificiales.

Ciudades como San Carlos de Bariloche y Neuquén (con su sede del Museo Nacional de Bellas Artes), deleitan con su vasta oferta de eventos culturales de proyección internacional.

Museos como el Atelier Ortiz Echagüe o la antigua Pulpería de Chacharramendi en La Pampa, el Museo Marítimo y el del Fin del Mundo en Ushuaia o el Ecocentro en Chubut, permiten acercarse a los orígenes de la cultura patagónica e interpretar su variada naturaleza.

Artesanías en cuero, plata, madera y telares realizados con técnicas transmitidas de generación en generación, son las creaciones más características de sus comunidades originarias y remiten al enorme acervo cultural que permanece siempre vivo en la Patagonia Argentina.

### 12. TERMALISMO.

Aguas poderosas y de altísimas temperaturas ofrecen todas sus propiedades en la Patagonia Argentina.

Mundialmente reconocido por la calidad y variedad de sus aguas termales, sus fangos y algas, Copahue, al pie del volcán homónimo en la provincia del Neuquén, conforma un lugar único para entregarse a días de salud, belleza y relax en manos de especialistas. En medio de un paisaje de singular belleza, cargado de milenarias araucarias, el centro termal Copahue ofrece toda la energía del volcán a sus visitantes.

También en Neuquén, las termas del Domo y las de Epulafquen se distinguen por sus propiedades preventivas y curativas.

En medio de valles y bosques en la provincia de La Pampa, se ubica el Parque Termal de Guatraché. Sus aguas hipotermales y las propiedades de sus fangos y algas especiales, aseguran terapias con excelentes resultados.

Las Termas de Bernardo Larroudé brindan otra opción en La Pampa, combinando la recuperación de la energía corporal con actividades recreativas para lograr días de excelente descanso.

### 13. ARQUEOLOGIA.

Los hallazgos arqueológicos en tierras patagónicas conforman un atractivo de poderosa singularidad.

Al sur de Chubut, el Bosque Petrificado Sarmiento ofrece un increíble paisaje de enorme riqueza paleobotánica, formado por troncos de coníferas de un antiguo bosque que se remonta a 75 millones de años atrás.

En Santa Cruz, excursiones diarias permiten conocer la famosa Cueva de las Manos,

declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, por ser un auténtico santuario del arte rupestre, rodeada por el cañadón del Valle del Río Pinturas. A 150 km de Puerto San Julián también en Santa Cruz, se pueden ver pinturas en dos grandes formaciones rocosas distribuidas en 25 cuevas que conforman un fantástico sitio que llega a los 12.600 años a.c.

Descubierta por el Perito Moreno en 1877, otra alternativa en Santa Cruz es Punta Walichu con pinturas de 4.000 años a.c., a orillas del Lago Argentino y a sólo 8 km de El Calafate.

El valle de las pinturas en el Parque Nacional Lihué Calel resguarda pictografías milenarias, misteriosas, abstractas y sugestivas, expresión mágico-religiosa de antiguos moradores de La Pampa.

Piedras y formaciones rocosas guardan parte de la historia en la extensa Patagonia Argentina.

### 14. PALEONTOLOGIA.

Múltiples descubrimientos paleontológicos en la Patagonia Argentina, permiten conocer más acerca de los orígenes de nuestra Tierra. El Museo Paleontológico Egidio Feruglio en Trelew y el Parque Paleontológico Bryn Gwyn, ubicados en uno de los yacimientos de fósiles más importantes del mundo, invitan a vivir una experiencia que combina la ciencia con el entretenimiento.

En la provincia del Neuquén, Rincón de los Sauces, el Centro Paleontológico Lago Barreales, Villa El Chocón y Plaza Huinul, exhiben los fósiles de mayor tamaño hallados en el mundo hasta el momento. A la vanguardia en la extracción y estudio de fósiles (especialmente vertebrados terrestres e invertebrados marinos) Neuquén permite

internarse en el mundo de estos gigantes patagónicos.

El Parque Valle Cretácico en Río Negro, presenta un exótico y árido paisaje, con bosques petrificados, restos fósiles y huellas de animales prehistóricos que se remontan a 100 millones de años atrás.

En Cipoletti, un paisaje lunar con curiosas formas y profundos cañones llamado El Anfiteatro, muestra distintas capas geológicas de 100 a 60 millones de años de antigüedad. Los museos paleontológicos de la Patagonia Argentina atesoran infinidad de secretos por descubrir.

### 15. PLAYAS.

La Patagonia ofrece miles de kilómetros de playas de aguas templadas, que alternan limpias arenas, rodados y abruptos acantilados. Comenzando por los primeros desniveles que preanuncian el norte patagónico, se pasa luego a extensas y doradas playas de mar calmo y agua transparente.

Médanos, puertos, golfos, barrancas y apacibles bulevares costeros completan este inigualable paisaje, que brinda la posibilidad de realizar innumerables actividades y deportes.

Santa Cruz posee unos 900 km de litoral marítimo, cuenta con golfos, bahías, ensenadas, rías, caletas, cabos, acantilados y algunas playas de arenas finas, a este impactante atractivo paisajístico se le suma la rica fauna costera, además de complementarlas en algunas localidades con actividades náuticas como son: navegaciones, buceo, windsurf y canotaje.

Río Negro cuenta con una importante variedad de destinos turísticos dedicados para transitar unas vacaciones a "sol y playa". Gracias a la combinación de factores

oceanográficos y climáticos, sumado a la calidez y las transparencias de las aguas del Golfo de San Matías, en particular de la bahía de San Antonio, se conforma una peculiar geografía costera.

El Cóndor, ubicada a 30 km de la ciudad de Viedma, esta Villa Turística es también conocida como La Boca, por su ubicación al margen derecho de la desembocadura del Río Negro. Estas playas patagónicas son el asombro de todas aquellas personas que las conocen.

Playas Doradas es la principal de toda una serie de playas extensas de arenas doradas y finas que se suceden hacia el sur, a sólo 28 km de Sierra Grande hacia el este por la Ruta Provincial 5.

La incipiente Villa Turística que ofrece la posibilidad de permanencia en el lugar gracias a la variada propuesta de alojamiento en hostería, departamentos, casas de alquiler y un camping.

### 16. GOLF.

La Patagonia presenta una gran diversidad, compuesta por magníficos escenarios para el desarrollo de este apasionante deporte. El disfrute por el ejercicio físico se conjuga con el deleite del entorno paradisíaco.

En la Patagonia se pueden encontrar circuitos de ensueño. Algunos ubicados en hermosos paisajes pre-cordilleranos, emplazados a orillas de ríos y de maravillosos espejos de agua. Otros con una tupida vegetación, rodeados de bosques y con los más perfectos céspedes y asombrosos jardines. Canchas muy bien cuidadas, con patrocinadores que realizan una admirable tarea para brindar un lugar de calma y placer para los aficionados y profesionales de este deporte.

### 17. TURISMO MINERO.

Patagonia también ofrece la oportunidad única de conocer lugares fascinantes bajo tierra. Así como también visitar museos donde se puede observar cómo se realizaba la extracción de los minerales, el proceso y traslado de los mismos.

En 1942 en Santa Cruz se establece el primer asentamiento en Río Turbio y comienza la explotación intensiva del yacimiento. Con el tiempo, la apertura de nuevas minas y el constante crecimiento productivo y económico, hizo que los campamentos se transformaran en el origen de la localidad,

en 1957. En la actualidad se puede realizar el recorrido por el Museo Escuela Minero, acompañados por personal de la empresa

**YCRT** (Yacimiento Carbonífero Río Turbio), explicando cómo se realiza la extracción del mineral, el procesado y el traslado hasta el Puerto de Punta Loyola (próximo a Río Gallegos). Además, puede observarse el avance tecnológico que ha tenido la mina desde el año 1943 hasta nuestros días, desde el pico y la pala hasta la maquinaria hidráulica. En la localidad de Jacinto Arauz, al sureste de la provincia de La Pampa, se puede realizar la interpretación ambiental de la "Colorada Chica" y "Callaqueo", en la llamada "Comarca de las Salinas", disfrutando de un relieve de transición de llanuras a mesetas con lagunas intercaladas que albergan uno de los depósitos de sal más productivos del país.

La Salina Callaqueo está ubicada en una profunda depresión, a menos de 40 m bajo el nivel del mar, convirtiéndola en la tercera más baja en el orden mundial.

El geoturismo es una modalidad de turismo que permite acceder al conocimiento de las características naturales y los recursos de una zona o comarca.



## APENDICES Y ANEXOS

El turismo minero constituye un campo específico dentro del geoturismo, en el cual se interpreta y vive una actividad que se viene desarrollando desde hace miles de años, la extracción de sal para consumo humano. El mineral más explotado es cloruro de sodio (sal), seguido por sulfato de sodio, yeso, bentonita, arenas, etc.

### 18. BUCEO.

La Patagonia presenta múltiples escenarios para realizar esta actividad. El Buceo permite recorrer los lagos y mares de la región desde sus profundidades, donde se puede observar toda la vegetación y fauna de estas masas de agua, viviendo una de las experiencias más emocionantes que puede vivir el hombre.

El Océano Atlántico tiene en esta parte del planeta puntos de gran transparencia ideales para la práctica del buceo. También la cordillera guarda tesoros transparentes entre sus lagos.

Bucear en el Fin del Mundo en aguas subantárticas, a 54° de Latitud Sur, con inmersiones que se convierten en inolvidables viajes hacia el fondo del mar. Las aguas prístinas y cristalinas, especialmente en otoño, brindan un espectáculo majestuoso. Los espectaculares bosques submarinos, de fondos rocosos, presentan algas de más de 30 metros de longitud y una variada fauna, con lapas, quitones, centollas, cangrejos araña y tractor, bancos de cholgas y mejillones, erizos de color verde, pepinos de mar y anémonas rojas, entre otras especies.

En invierno, el lago Yehuin, con una superficie congelada de 40 cm y enmarcado por colinas precordilleranas, constituye un escenario único en Sudamérica para el buceo bajo hielo. Requiere una inmersión extrema,

con trajes secos, abrigos polares y equipos de perforación y la combinación de técnicas de aguas frías, de altura y de cavernas.

En Santa Cruz, han comenzado a desarrollarse actividades deportivas alternativas, tal es el caso del buceo. La localidad de Puerto Deseado cuenta con varios circuitos, en los que se puede revivir la aventura de antiguos naufragios, a través de la visión submarina de los barcos.

En Río Negro la actividad implica el descenso en aguas cristalinas con trajes especiales y tanques de oxígeno. También se practica buceo nocturno para buzos especializados. También se puede practicar esta actividad en varios lagos de la provincia.

### 19. GASTRONOMIA.

La Patagonia posee una gran variedad de productos naturales de indiscutible calidad, base para preparar comidas de sabor único: ciervo, jabalí, trucha, salmón, hongos del bosque, morillas, frambuesas, chocolates, mariscos, etc. Entre otros manjares también se encuentra el cordero patagónico, la trucha, ahumados y quesos, acompañados de una amplia variedad de cervezas caseras, licores y vinos.

Sabores y aromas que sólo la Patagonia puede ofrecer.

La gastronomía patagónica está bien diferenciada, de acuerdo a las zonas propias de la región.

#### BODEGAS.

El vino desde siempre ha sido y es el compañero inseparable de una buena comida. Neuquén es también tierra de vinos.

En pleno Alto Valle de la Provincia del Neuquén, en las localidades de San Patrio del Chañar y Añelo, se ubican un pu-

ñado de bodegas con viñedos propios que se dedican a la elaboración de vinos finos. Es de destacar que los mismos poseen una calidad insuperable, que ha sido reconocida con medallas de oro y plata al competir en certámenes a nivel nacional e internacional a lo largo de su corta trayectoria.

Las variedades que mejor se adaptan al clima de la región son: Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Chardonnay y Sauvignon Blanc.

### PRODUCTOS INTEGRADORES REGIONALES DE LA REGION BUENOS AIRES.

#### 1. TURISMO RURAL.

Comprende al conjunto de actividades que se desarrollan en el espacio rural. El turismo rural es complejo y no sólo comprende el agroturismo, sino que incluyen múltiples formas de recreación en zonas rurales, como aventura, cultural, pueblos rurales, entre otras. La mayor oferta turística en este sentido se desarrolla en un radio de 250 km alrededor de la Ciudad de Buenos Aires.

- El turismo en espacios rurales ha cobrado auge como actividad en el marco de la nueva oferta que ha desarrollado el espacio rural.
- Es un producto turístico posicionado tanto a nivel nacional como internacional.
- Rompe con la estacionalidad ya que es posible realizarlo en cualquier época del año.
- Moviliza un amplio segmento de mercado y perfiles, pero principalmente extranjeros.
- Cuenta con una gran oferta de estable-

cimientos: estancias, chacras, restaurantes de campo, etc. En la actualidad más de 300 estancias son, en muchos casos, espléndidas construcciones con variados estilos arquitectónicos. Además brindan servicios de diversa calidad que incluyen alojamiento, espectáculos criollos y comidas típicas. Las actividades que se pueden realizar son las propias de un establecimiento rural (participación en tareas rurales, jineteadas, domas de caballos criollos y carreras de sortijas, bailes camperos, fogones criollos y guitarreadas) a las que se les suman las recreativas y deportivas como cabalgatas, bicicleteadas, paseos guiados y observación de aves, pesca y náutica en lagunas y arroyos.

- Tienen como característica general ser atendidas por sus propios dueños.
- Destinos: San Antonio de Areco, General Madariaga, General, Luján, Lobos, además numerosos pueblos y ciudades que conservan sus características históricas y mantienen vivas las tradiciones gauchescas a través de sus fiestas, gastronomía criolla y oficios artesanales como platería, soguería, orfebrería y talabartería. Tal el caso de Ayacucho, Bragado, Carmen de Areco, Exaltación de la Cruz, Magdalena, Brandsen, Chascomús, Castelli, Chacabuco, Mercedes, Pergamino, Ranchos, Monte, Trenque Lauquen, entre muchas otras.

#### 2. PUEBLOS TURISTICOS.

Estos pueblos han puesto en valor sus atractivos y ofrecen al turista una variada gastronomía y actividades recreativas en el ámbito rural. El Programa está integrado por las localidades de Carlos Keen (partido de Lu-

ján), Villa Ruiz y Azcuénaga (San Andrés de Giles), Uribelarrea (Cañuelas), Gouin (Carmen de Areco), Villa Logüercio (Lobos), Villa Lía (S.A. de Areco), Saldungaray (Tornquist), San Agustín (Balcarce), Santa María (Cnel. Suarez) y Escalada (Zárate).

#### Descripción:

- Contribuye a la rehabilitación de espacios rurales en crisis, tratando de contrarrestar mediante nuevas actividades, la emigración desde estos espacios rurales hacia espacios urbanos.
- Integrado por pueblos rurales distribuidos por toda la provincia que narran parte de la historia bonaerense, reseñan un pasado y un presente agrícola-ganadero, artistas artesanos del cuero y de la plata que abren sus talleres al visitante y una gastronomía basada en la mejor carne argentina, dan vida a un estilo de vida inigualable.
- Promueve e incentiva el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires.
- Genera identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favorece el arraigo.
- Contribuye a romper con la estacionalidad.
- Enriquece el calendario turístico provincial con sus tradicionales fiestas.

#### 3. ECOTURISMO.

Consiste en una forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales. Puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional. Tiene como principal objetivo la inserción del visitante en el medio natural, en el que se

educa sobre las particularidades de cada ambiente, y al mismo tiempo disfruta de actividades.

- Integrado por una amplia variedad de ambientes naturales ideales para la práctica del ecoturismo. En el campo, el delta, las sierras, el litoral atlántico, en los ríos y lagunas es posible admirar y conocer los secretos de la naturaleza.
- La Provincia cuenta con 14 Áreas Naturales Protegidas ubicadas en distintos municipios y 4 zonas declaradas Reservas de Biósfera por la UNESCO. Estas últimas corresponden al área del delta entre los Ríos Paraná de las Palmas y Paraná Guazú en San Fernando, la zona de la Albufera de Mar Chiquita, la Reserva de Biosfera Pereyra Iraola ubicada en jurisdicción de los partidos de Berazategui, La Plata, Florencio Varela y Ensenada y el Parque Costero del Sur entre Punta Indio y Magdalena. Es posible realizar safaris fotográficos con guías especializados, el avistaje de aves y la observación de la extensa y variada flora y fauna bonaerense.
- En la Bahía de Samborombón, zona de los Campos del Tuyú, se encuentra el único Parque Nacional de la Provincia, reducto del típico pastizal pampeano y del venado de las pampas, especie en extinción.
- El Delta bonaerense es un lugar de naturaleza virgen, donde se pueden practicar deportes náuticos y para realizar paseos en lancha, safaris fotográficos, observación de aves, recorridos por reservas naturales y ecoturismo.
- Esta modalidad de turismo tiene bajo impacto sobre el medio ambiente y



## APENDICES Y ANEXOS

contribuye a cuidado del mismo. En su mayoría es practicada por personas de alto nivel cultural y adquisitivo que presentan inclinaciones hacia actividades proactivas.

- Contribuye a romper con la estacionalidad.
- En torno a este producto cabe señalar la falta de normativa específica, tanto nacional como provincial, que regule la actividad.

#### 4. SOL Y PLAYA.

Es el principal producto turístico de la provincia de Buenos Aires, en cuanto a cantidad de arribos, plazas de alojamiento e impacto económico, dispuestas en más de 1200 km de costa.

- De gran importancia para el desarrollo regional se deriva no sólo de los beneficios económicos que propicia, sino también de la generación de empleos y otros impactos favorables que produce en el plano social y cultural.
- Amplia y variada oferta alojamiento y gastronomía, presenta inconvenientes de inversión privada, especialmente en cuanto refacción de establecimientos.
- Producto altamente estacional, la cual se atempera a partir de feriados y fines de semana largo.

#### Destinos:

Mar del Plata, Pinamar, Villa Gesell, Partido de la Costa. Además Mar Chiquita, con sus tranquilas playas y la Reserva de Biósfera de la UNESCO, Miramar, conocida como la "Ciudad de los Niños", Necochea, con sus amplias costas y su Puerto Quequén, Arenas Verdes, con sus tranquilas playas muy

próximas a las sierras, San Cayetano, con su importante pesca deportiva, Claromecó, con sus médanos vírgenes, Reta y Orense, con playas extensas y agrestes, Oriente, con su calma, Monte Hermoso, con bosques y médanos, donde el sol sale y se esconde en el mar al igual que en su vecina Pehuencó, con sus excursiones para la pesca del tiburón y más al sur, Bahía San Blas, conocida como el "Paraíso del Pescador".

#### 5. PESCA DEPORTIVA.

Una de las principales actividades de la Provincia, en vistas de la riqueza de espejos de agua y riqueza ictícola.

- En la Provincia de Buenos Aires la pesca deportiva se desarrolla en toda su extensión geográfica y en distintos ambientes. Se practica en el mar, en ríos y arroyos de llanura y de sierras, en canales artificiales, en embalse y en lagunas. Allí se pescan las especies más importantes que existen en el territorio nacional: Dorados, Surubíes, Tarariras, Lisas, Truchas, Corvinas, Lenguados, Tiburones, entre otras.
- La Provincia, cuenta con una especie que la identifica, el *Odontesthes Bonariensis*, tal el nombre científico del pejerrey de las lagunas de la Provincia. La pesca deportiva en el litoral atlántico también es importante, ya que allí se alcanzan buenos portes, cantidad y gran variedad de especies. Uno de los centros de pesca más apreciados en la Provincia se encuentra en Mar del Plata y sus alrededores. Al sur, en Bahía San Blas, se destaca la pesca del tiburón.

- El Río Paraná y el Delta bonaerense son excelentes sitios de pesca deportiva. Aquí también se pescan especies calificadísimas, la mayoría de las que se obtienen en el Río de la Plata.
- El Producto Pesca contribuye a la romper con la estacionalidad, incrementa el calendario turístico provincial con sus competencias y concursos programados y fortalece el desarrollo económico y social en las áreas donde se genera la actividad.

#### 6. TURISMO DE REUNIONES.

- En el sector de eventos, la Provincia de Buenos Aires es una plaza fuerte dentro del mercado nacional por la variedad de oferta de infraestructura y servicios, los espacios asociados a sus variados atractivos turísticos y su cultura, y su cercanía a grandes centros urbanos. A nivel de eventos de carácter internacional, Mar del Plata, Pilar y Campana concentran la infraestructura y servicios más adaptados.
- Contribuye a romper con la estacionalidad.
- Se observa un creciente interés por parte de los municipios de desarrollar este producto, cada cual a su escala de posibilidades.

#### 7. RELIGIOSO.

Consiste en el desplazamiento de personas motivadas por la fe y que se movilizan para visitar ciudades santas, santuarios, o participar de diversas conmemoraciones de carácter religioso.

- En cuanto a eventos relacionados con el calendario religioso se da una gran concentración de celebraciones durante

Semana Santa, Navidad, Fiesta de Reyes y fiestas patronales de cada localidad.

- Es de destacar que todos los pueblos fueron creados bajo la advocación de un Santo Patrono, por lo que en todos ellos se celebran las Fiestas Patronales con distintos actos.
- En la Provincia de Buenos Aires existen tres sitios tradicionales donde la profunda devoción católica encuentra su punto de reunión y peregrinaje. Estos son La Plata, Luján y San Nicolás de los Arroyos. Una de las conmemoraciones más destacadas del año que genera una importante corriente turística en toda la Provincia, lo constituye la Semana Santa.
- Destinos de Semana Santa: Tandil, General Madariaga, Saavedra, Villarino, San Pedro, Tornquist, Castelli, Monte Hermoso, General Pueyrredón y San Antonio de Areco.

#### 8. POLO.

- La Provincia posee escuelas de polo que son internacionalmente reconocidas por sus instalaciones y su personal especializado en la práctica y enseñanza para todos los niveles.
- Pilar, sede de la Asociación Argentina de Polo, es considerada la "Capital del Polo", ya que allí existen siete canchas con riego propio y todas las comodidades necesarias para la realización de importantes torneos. También se puede ver practicar a los grandes jugadores y visitar sus cabañerías, lo que resulta siempre un motivo de atracción para el visitante.
- El Coronel Suárez Polo Club, de Coronel Suárez, trascendió las fronteras de la Provincia y llevó su fama al mundo con giras permanentes con equipos de

alta competencia. Allí se realizan importantes torneos internacionales.

- Asimismo es posible asistir a variados torneos y campeonatos en distintos campos de la Provincia, entre ellos los que se realizan en Lobos y Hurlingham, donde no sólo se puede vivir un espectáculo sin igual, sino también compartir un estilo de vida que combina lo mejor de la tradición de las pampas con el espíritu cosmopolita que rodea este deporte.
- Incrementa el calendario turístico provincial con sus competencias y concursos programados.
- Contribuye al fortalecimiento de la marca turística de la Provincia a nivel internacional.

#### 9. TURISMO TERMAL.

- La oferta en turismo en la Provincia es amplia, desde complejos turísticos termales, lagunas hipermarinas o minero-medicinales, hasta establecimientos de SPA para tratamientos de relax, belleza y tratamientos integrales. Las alternativas permiten escoger desde la costa atlántica hasta el sudoeste bonaerense. Dentro de estas localizaciones destacamos: las Termas Marinas (San Clemente del Tuyú), las Termas de Lago Epecuén (Carhué), Pedro Luro (Villarino), Los Gauchos (Patagones).
- Estos Centros y Complejos Termales, con sus características particulares, poseen aguas que surgen de las entrañas de la tierra y a diversas temperaturas y con propiedades curativas, sedativas, analgésicas, antiinflamatorias, aptas para afecciones locomotoras como artritis reumatoidea, artrosis, lumbalgia, ciáticas, afecciones de piel, etc.

- Los centros también asumen características lúdicas, para aquellos que buscan en las termas solamente diversión.

#### 10. FIESTAS POPULARES.

Es uno de los principales productos turísticos de la Provincia de Buenos Aires, dada su extensión a lo largo de toda la Provincia, y de su impacto cultural y económico. Las Fiestas Populares son de muy diverso tipo y tamaño, pero se destacan por mantener vivas las tradiciones locales, así como por generar desplazamientos de turistas, a lo largo de todo el año.

En relación a las fiestas populares, la Provincia ofrece más de 400 fiestas durante todo el año, diseminadas por la gran mayoría de municipios. La mayoría de ellas se llevan a cabo en primavera y verano. Si bien el programa de actividades específico varía según el tipo de fiesta (existen fiestas en honor a actividades productivas, aniversarios, celebraciones patronales, tradiciones gastronómicas, entre otras), se destacan actividades centrales que incluyen, por lo general, espectáculos de destreza criolla, desfiles de fuerzas vivas y de agrupaciones tradicionalistas, exposiciones y muestras, números musicales, danzas, canto, elección de la reina, ferias y concursos, recitales y fogones, peñas, degustaciones, etc. Simultáneamente a estas fiestas populares, complementando la oferta tradicional o estacional, se promueven circuitos, excursiones, visitas en grupo, tanto locales como a destinos de la región.

#### 11. GOLF.

Finalmente, y con respecto al golf, se considera un producto fundamental en cuanto se observa un creciente interés en este

deporte. En la provincia se presenta de dos formas: a) como complementario para el turismo de negocios que visita la Ciudad de Buenos Aires, y b) como producto específico, especialmente en destinos como Mar del Plata, Tandil y Sierra de la Ventana, entre otros. Por su clima templado todo el año y por sus 180 campos, la Provincia de Buenos Aires es el paraíso para los aficionados y profesionales de este deporte. Tanto en la llanura, las sierras o cerca del mar, las canchas de la Provincia se caracterizan y son elogiadas por su diseño, la calidad de sus pastos, el silencio, la calma y la belleza del entorno. Luján, Tornquist, Bahía Blanca, Pinamar y Mar del Plata son algunos de los lugares que se suman a la vasta oferta de campos en countries y clubes, como en el caso de los ubicados en Pilar, San Isidro, Hurlingham y Bella Vista. La práctica de golf también es posible en algunas estancias y establecimientos rurales.

### 6.3.2. El Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)

Una vez dictada la nueva Ley Nacional de Turismo (25.997) la Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística del MINTUR ha centrado su objetivo de trabajo en dos de los seis principios rectores de dicha norma, Competitividad y Calidad, entendiendo Calidad como la prioridad de optimizar los niveles de cualificación de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas, a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional, manifestada en la preferencia de desarrollar la cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en el compromiso de todos los actores en la renovación de los métodos de gestión y producción. Por otra parte consideramos a la Competitividad como la necesidad de asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad.

Cumpliendo con la responsabilidad primaria de intervenir en las estrategias institucionales tendientes a la mejora de la calidad de las prestaciones turísticas, estableciendo y controlando estándares de calidad en el marco del desarrollo sustentable del sector, se diseñó el Sistema Argentino de Calidad Turística –SACT–.

### SISTEMA ARGENTINO DE CALIDAD TURISTICA –SACT–

El Sistema Argentino de Calidad Turística –SACT– está constituido por un conjunto de herramientas operativas cuyo objetivo es el de promover la cultura de la calidad y la mejora continua en todos los actores que conforman la cadena de valor del sector turístico nacional.



El diseño del SACT implicó el desarrollo de una metodología para la elaboración participativa de las herramientas que lo integran, como asimismo una metodología para su implementación, evaluación y aseguramiento y el reconocimiento de las empresas que aplican exitosamente un sistema de gestión de calidad, con el beneficio adicional de ser contemplados en acciones de difusión que impulsa el MINTUR.

Sus objetivos son, básicamente, desarrollar la competitividad del sistema turístico argentino a través de estándares internacionales de calidad, preservando la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental como así también implementar entre los actores del sistema un modelo de gestión por resultados mediante el diseño de procesos que respondan al cumplimiento de las misiones institucionales y que puedan ser evaluados fácilmente por los usuarios.

La implementación del SACT favorece el desarrollo de la actividad en condiciones de previsibilidad, al tiempo que da mayor seguridad

y transparencia en el contexto del mercado turístico.

En concordancia con los objetivos estratégicos trazados para la gestión de la calidad, todas las provincias han adherido al SACT.

Ahora bien, el SACT se estructura en tres niveles de jerarquización:



### LOS PROGRAMAS DEL SISTEMA ARGENTINO DE CALIDAD TURISTICA SACT



#### BUENAS PRACTICAS EN DESTINOS

Este programa se basa en las buenas prácticas de gestión del espacio físico y de la prestación del servicio, evitando conceptos y enfoques excesivamente técnicos, dirigido a empresas y prestadores de pequeña y mediana envergadura con el objetivo de aumentar la competitividad del destino, mediante la inicia-

ción en la gestión de la calidad.

El Programa de Buenas Prácticas en Destinos surge de la adaptación a nuestra realidad de la metodología transferida por el Gobierno Español, posteriormente implementada en numerosos destinos turísticos de Argentina.



### SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL –SIGO–

El SIGO constituye una herramienta de gestión de rápida implementación para el mejoramiento de la calidad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMEs) turísticas, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos, y alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad.

A través del SIGO se pretende mejorar o resolver los aspectos básicos de la operación de una empresa turística, ya sea creando las condiciones necesarias para que el personal libere su potencial y realice contribuciones significativas, sea impulsando a la empresa a alcanzar y mantener su nivel de competitividad. Se promueve una adecuada planificación y la definición de objetivos para toda la organización.



### DIRECTRICES DE GESTION

Las Directrices de Gestión son pautas voluntarias de acción bajo la forma de recomendaciones y especificaciones técnicas extraídas de la experiencia y de los avances tecnológicos, adaptables a múltiples realidades que procuran contribuir a garantizar la calidad ambiental, social y cultural, y la calidad del servicio; establecer pautas específicas para la gestión de la calidad y la gestión ambiental; proveer un marco de referencia para la optimización en la prestación de servicios; promover el desarrollo de sistemas de calidad que contemplen de manera integral la satisfacción del usuario y la preservación de los recursos naturales, proponer acciones de concientización de los diversos actores involucrados en la actividad; y mejorar la calidad de los productos y servicios.

Es así que se han ido desarrollando e implementando las siguientes Directrices de Gestión:



### A) DIRECTRICES DE GESTION DE LA CALIDAD AMBIENTAL EN PLAYAS Y BALNEARIOS

Primeras en ser desarrolladas entre agosto 2004 y junio 2005, fueron validadas median-

te una prueba piloto en el verano de 2005, en 3 balnearios argentinos que las han adaptado desde entonces.

Desde entonces se han efectuado 6 Talleres de Difusión a fin de promover su implementación en la totalidad de los balnearios argentinos, logrando que distintos municipios costeros las adoptaran como requerimiento fundamental en sus procesos de concesión de balnearios.

Además, fueron material base para el desarrollo de la Norma Nacional de Certificación IRAM 42100 - "Gestión de la Calidad, la Seguridad y Ambiental en Balnearios - Requisitos-".



## B) DIRECTRICES DE CALIDAD TURÍSTICA PARA TERMAS

Estas recomendaciones o pautas de acción, desarrolladas con participación de la Subsecretaría de Turismo de Entre Ríos provincia que cuenta con el mayor número de centros termales de nuestro país, tienen por objeto mejorar la prestación de los servicios turísticos de la actividad termal, preservando el medioambiente y desde una perspectiva socioeconómica sostenible.

Durante los últimos años, los Centros Termales Argentinos han enfatizado la puesta en valor turístico de sus recursos, no sólo ya como centros de cura sino también como núcleos de relajación, de alternativa de bienestar y cuidado personal que posibilita simultáneamente la práctica de múltiples

actividades recreativas, el disfrute de otros productos turísticos y una destacada contribución al bienestar de las comunidades en las que se presenta.

Esta tendencia se observa en la optimización permanente de los servicios, la diversificación de actividades y la concreción de importantes inversiones, que denotan la ambición de posicionar al producto también en el mercado internacional.

En Argentina, 15 provincias explotan el recurso termas a través de 36 centros termales que cuentan con más de 10.000 plazas hoteleras, que además se acompañan con centros de spa, predios de golf, prácticas de turismo ecológico, entre otras actividades relacionadas.



## C) DIRECTRICES DE ACCESIBILIDAD EN ALOJAMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Las Directrices referidas a Accesibilidad son el resultado de la promoción y ejecución de acciones tendientes a liderar en conjunto con otros organismos gubernamentales y no gubernamentales, la profundización de una política de inclusión integral de las personas con discapacidad y/o movilidad reducida.

Las Directrices de Accesibilidad guían el accionar de un amplio abanico de prestadores que brindan diversos servicios turísticos, para la adaptación de los espacios y demás intervenciones físicas a fin de reducir barreras arquitectónicas o comunicati-

vas integrando a las personas con discapacidad y/o movilidad reducida.

Las Directrices de Accesibilidad en Alojamientos Turísticos, pueden aplicarlas todos los alojamientos turísticos, de dominio propio o bajo un sistema de concesión, sin importar su categorización y/o ubicación geográfica.

Estas Directrices fueron elaboradas en el 2008 por la Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística del Ministerio de Turismo (DNGCT) en conjunto con el Servicio Nacional de Rehabilitación (SNR) del Ministerio de Salud de la Nación, con participación de la Asociación para Becarios de Japón en Argentina y la fundación Argentina para Personas Especiales.

Las Directrices de Accesibilidad en Servicios Turísticos, son el resultado del continuo trabajo en la temática y el compromiso por ofrecer destinos turísticos más accesibles. Por ello en 2010, en conjunto del Servicio Nacional de Rehabilitación (SNR), y la colaboración de Administración Parques Nacionales, Secretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires, Secretaría de Turismo de Entre Ríos, el Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires, la Dirección de Turismo de Villa Elisa, el Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata, la Asociación Civil Cherchen Yaich, APANOVI, ASAM, y FUARPE, se elaboraron estas Directrices con el fin de trabajar con aquellos prestadores de servicios turísticos que juegan un papel fundamental en la prestación de servicios en el destino.

Las Directrices de Accesibilidad en Servicios Turísticos buscan ampliar los destinatarios, siendo aplicables entre otros para:

- **Espacios recreativos o deportivos:** conformado por parques temáticos, termas,

balnearios, predios deportivos y/o recreativos, centros invernales y de esquí, casas rurales, y estancias.

- **Espacios gastronómicos:** conformado por áreas gastronómicas y restaurantes
- **Espacios culturales:** conformado por teatros, auditorios, cines, museos, bibliotecas y salas de lectura.
- **Espacios naturales:** conformado por áreas naturales.
- **Espacios turísticos:** conformado por circuitos turísticos, oficinas y centros de información turística, y centros de interpretación.



## E) DIRECTRICES DE GESTION TURISTICA DE MUNICIPIOS.

Desarrolladas en conjunto con la Secretaría de Asuntos Municipales del Ministerio del Interior -SAM- y la Federación Argentina de Municipios -FAM-. con el fin de fortalecer la gestión turística local, mejorar el modelo tradicional de gestión, adaptándolo a nuevas realidades; superar la tarea de promoción como actividad principal desarrollada desde el ámbito local, dejar de lado el rol pasivo y regulador de la actividad e iniciar tareas relacionadas con la planificación estratégica, la gestión de la calidad, la innovación tecnológica y el conocimiento

Cabe recordar que según la Organización Mundial del Turismo el municipio no es un mero contenedor de las actividades, sino

productor y dinamizador, agente que desarrolla y proyecta iniciativas de interrelación entre las diferentes administraciones, los empresarios locales y los operadores externos, a la vez que representa y coordina las iniciativas con la comunidad.

Una gestión eficaz del sector por parte de los organismos locales de turismo resulta esencial para dar respuesta a la competitividad de los destinos turísticos, los municipios turísticos tienen la responsabilidad de otorgarle prioridad a la gestión turística, responder a las demandas de la comunidad local y minimizar los impactos que puedan afectar su vida cotidiana.



## F) DIRECTRICES PARA BODEGAS TURÍSTICAS

Considerando que el enoturismo o turismo del vino es un producto altamente potencial para generar desarrollo en las distintas regiones vitivinícolas de la Argentina y como parte de las acciones de cooperación y colaboración mutua convenidas el 28 de Agosto de 2008, el Ministerio de Turismo y Bodegas de Argentina Asociación Civil, han llevado a cabo el desarrollo de estas Directrices de Calidad para Bodegas Turísticas.



## PROGRAMA DE NORMALIZACION.

Las Normas Sectoriales IRAM-SECTUR surgieron del Acuerdo estratégico con el Instituto Argentino de Normalización - IRAM- orientado a mejorar la calidad de los servicios turísticos, fomentar la preservación del medio ambiente y la seguridad en el sector turístico argentino.

Estas normas están concebidas y estructuradas contemplando la dinámica que rige al turismo, enraizada en una estrecha relación público-privada y en el principio de competitividad de los destinos, considerando en forma integral la gestión de la calidad, la gestión ambiental y la gestión de la seguridad.

Actualmente contamos con un total de 24 normas sectoriales, las que a continuación se detallan:

- IRAM-SECTUR 42200 Hotelería
- IRAM-SECTUR 42210 Cabañas
- IRAM-SECTUR 42220 Casa de huéspedes (Bed & Breakfast)
- IRAM-SECTUR 42300 Servicios turísticos en áreas naturales protegidas
- IRAM-SECTUR 42500 Servicios turísticos de senderismo y travesías
- IRAM-SECTUR 42510 Servicios turísticos de montañismo
- IRAM-SECTUR 42520 Servicios turísticos de cabalgata
- IRAM-SECTUR 42530 Servicios turísticos de cicloturismo
- IRAM-SECTUR 42540 Servicios turísticos de "rafting"
- IRAM-SECTUR 42550 Servicios turísticos de canotaje

- IRAM-SECTUR 42800 Restaurantes
- IRAM-SECTUR 42701 Especialista en rafting
- IRAM-SECTUR 42702 Especialista en canotaje
- IRAM-SECTUR 42703 Especialista en cabalgata
- IRAM-SECTUR 42704 Especialista en cicloturismo
- IRAM-SECTUR 42705 Coordinador de Turismo Estudiantil
- IRAM-SECTUR 42900 Organización de eventos
- IRAM-SECTUR 42560 Navegación turística con embarcaciones a motor
- IRAM-SECTUR 42570 Excursiones todo terreno
- IRAM-SECTUR 42230 Hostels
- IRAM-SECTUR 42240 Campings
- IRAM-SECTUR 42250 Alojamiento de Turismo Rural
- IRAM-SECTUR 42400 Museos
- IRAM-SECTUR 42910 Empresas Intermediadoras de Servicios Turísticos

Cabe recordar que las Normas Sectoriales IRAM-SECTUR reúnen los estándares de gestión y de servicio al cliente, estructurados en capítulos que rememoran la vertebración de las normas ISO 9001-2008, de manera tal que se constituyen en un sistema de certificación.

Para su elaboración se convocaron a autoridades de turismo provinciales y municipales, empresarios, funcionarios de Parques Nacionales y Prefectura Naval Argentina, operadores, asociaciones, cooperativas, consultores, profesionales del sector, docentes y estudiantes. Organismos públicos de turismo municipal y provincial, entes regionales, legisladores, organizaciones sindicales, cámaras empresariales, empresarios y operadores turísticos, organizaciones profesionales, ONGs, etc.

La modalidad de trabajo en reuniones simultáneas permitió sumar más de 320 participantes a la discusión del esquema y texto preliminar de las normas, generando un importante consenso.

La certificación a cargo de terceras partes para quienes voluntariamente deseen mejo-

rar sus sistemas de gestión, elevar los niveles de calidad en la prestación de sus servicios y acreditar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, mejoran la imagen de la empresa frente a sus clientes, facilitando la posibilidad de fidelizarlos.

### EXTENSION DEL MODELO DE LAS BASES DEL PREMIO NACIONAL A LA CALIDAD.

A los efectos de convertir a la Argentina en un país turísticamente competitivo, en función de un nivel de calidad de productos y servicios que satisficieran estándares internacionales, en el año 2004, nuestro Organismo decidió seleccionar como modelo de gestión interna las bases del Premio Nacional a la Calidad para el Sector Público, que otorga la Secretaría de la Gestión Pública de Presidencia de la Nación.

Alineándose a esa estrategia, se decidió también extender ese modelo a los organismos públicos del país vinculados al turismo, a través de un Programa de capacitación y apoyo, que define un Liderazgo innovador y participativo, con foco en la Satisfacción del usuario y el Desarrollo del personal, facilitando la identificación de los procesos y productos gestionados por los organismos y sus Indicadores de control, para evaluar y mejorar así sus Resultados. De este modo se conduce a la implementación continua e integradora de un Sistema de Gestión de la Calidad.

Dos son las etapas que lo integran: Sensibilización y Tutoría; y a continuación los organismos son apoyados para acceder, en función del cumplimiento de los respectivos requisitos, a tres Niveles de Distinción que otorga hoy el MINTUR, estimulando el avance de la implementación del SGC.

El programa es conducido mediante la "Guía para la Gestión de los Organismos Públicos" elaborada sobre la base de los requisitos del

modelo del PNC, que permite además, realizar una autoevaluación y mejora continua de la gestión.



### CLUBES DE EXCELENCIA.

Esta herramienta operativa tiene como objetivo promover la excelencia en sectores y productos a fin de promover la cultura de la calidad y la mejora continua en los actores que conforman la cadena de valor del sector turístico nacional.

Un Club de estas características, es un grupo de establecimientos turísticos que mediante diferentes herramientas de gestión de la calidad producen y mantienen niveles de servicio por encima de la media del sector y por encima de las expectativas de los Clientes.

El objetivo es que estos grupos accedan a mercados rentables y selectivos a través de una marca de calidad que los agrupe, y a partir de ella, se reconozcan frente a terceros. Como condición previa deberán:

- Ser establecimientos en actividad rural, tranquilos, auténticos, y que revaloricen las tradiciones y costumbres.
- Que tenga "carácter argentino", entendiéndose por este una estrecha relación y conexión con la agricultura, ganadería y prácticas rurales que conllevan a la cultura rural.
- Disponer de espacios con diversidad biológica y paisajística junto con instalaciones y equipamientos confortables, que

se presentan al cliente acompañados de un servicio profesional y personalizado.

- Ofertar una amplia gama de servicios vinculados a tres componentes: la naturaleza, la historia y la cultura.
- Incluir en la oferta gastronómica alimentos basados en la cocina tradicional del lugar y elaborada con alimentos autóctonos.

Se han conformado Clubes las provincias de Salta y Buenos Aires.

### Organizaciones distinguidas y certificadas por región y por programa.

	Buenas Prácticas en Destinos.		SIGO.		Directrices de Calidad Turística para Termas.		Directrices de Accesibilidad en Alojamientos Turísticos.		Normas IRAM SECTUR (Distinguidos).		Normas IRAM SECTUR (Certificaciones).		Certificaciones ISO.		Programa de Excelencia en Gestión.		Directrices de Gestión Municipal.		Premio Nacional a la Calidad.		Club de Excelencia.		Total
Región Norte.	108	15	4	0	0	0	3	3	0	0	6	3	3	0	0	6	139						
Región Cuyo.	40	61	0	0	0	4	5	1	3	0	0	5	1	3	0	0	114						
Región Córdoba.	0	0	0	0	0	0	8	1	0	0	0	8	1	0	0	0	9						
Región Litoral.	0	37	1	3	4	2	4	9	0	0	0	4	9	0	0	0	60						
Región Patagonia.	237	37	2	11	0	0	16	11	1	0	0	16	11	1	0	0	315						
Región Buenos Aires.	31	13	1	5	9	0	42	9	0	1	16	42	9	0	1	16	127						
<b>TOTAL</b>	<b>416</b>	<b>163</b>	<b>8</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>78</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>78</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>764</b>						





## APENDICES Y ANEXOS

### 6.3.3 Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales (UEPI).

La presente documentación pretende transmitir las funciones de la Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales, como así también describir las acciones más significativas y de mayor importancia para el Ministerio de Turismo de la Nación y para la UEPI.

#### FUNCIONES DE LA UNIDAD EJECUTORA DE PRESTAMOS INTERNACIONALES DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACION:

- Coordinar, Ejecutar y Administrar los Programas con financiamiento total o parcial de organismos multilaterales de crédito, tomando las acciones pertinentes que aseguren el cumplimiento de las obligaciones establecidas en los respectivos Contratos de Préstamo y el logro de los objetivos de los Programas en tiempo y forma.
- Elaborar la documentación base que permita convocar y dirigir los procedimientos de selección para la adquisición de obras, bienes y servicios, realizar las contrataciones, efectuar la administración financiera correspondiente, y llevar a cabo la ejecución y supervisión de las actividades comprendidas en los componentes de los Programas por sí, o a través de Subejecutores.
- Cumplir con las Cláusulas del Contrato de Préstamo y cumplimentar la normativa local aplicable en lo pertinente.
- Mantener un sistema contable y financiero que permita un control adecuado de las operaciones y la consolidación de la información a remitir a los or-

ganismos multilaterales de crédito en tiempo y forma.

- Mantener actualizado un sistema consolidado de administración y cartera de proyectos de los programas en ejecución.
- Solicitar los desembolsos de los recursos provenientes de los Contratos de Préstamo, tanto de fuente externa como de contrapartida local.
- Constituir comisiones técnicas de evaluación, análisis y selección de propuestas para las adquisiciones de bienes, obras y servicios.
- Preparar y presentar ante los organismos de crédito, conforme se requiera, los informes de seguimiento, informes de evaluación, planes operativos, estados financieros auditados e informe de evaluación final de cada programa.
- Supervisar las actividades de los Subejecutores designados.
- Supervisar e inspeccionar por sí, o a través de Subejecutores designados, la ejecución, administración, y recepciones provisionales y definitivas de cada una de las obras y servicios contratados bajo el Programa.
- Realizar todas las acciones necesarias para la correcta ejecución de los programas, que surjan expresa o implícitamente de los respectivos Contratos de Préstamo y Manuales Operativos y de Procedimientos.
- Realizar el posterior monitoreo de las tareas de operación y mantenimiento de las obras y bienes transferidos a los Provincias y/o Municipios Beneficiarios del Programa.
- Representar a la **SECTUR** ante las Provincias y/o Municipios Beneficiarios de los Programas en todos los aspectos

técnicos y administrativos concernientes a su ejecución.

- Elaborar la documentación que sirva de base para la contratación de personal técnico calificado para ocupar los puestos designados en el organigrama de funciones de la **UEPFE** y de los inspectores que llevarán a cabo cada una de las supervisiones técnicas y ambientales de las obras.

Actualmente la Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales se encuentra administrando, coordinando y ejecutando tres contratos de préstamos otorgados por el Banco Interamericano de Desarrollo para financiar los programas de Mejora de la Competitividad Turística, que tiene al Corredor de Los Lagos y al Corredor Iguazú-Misiones como áreas piloto, de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en Municipios Turísticos y de Desarrollo de Nuevos Corredores.

#### 1. PROGRAMA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD TURISTICA.

##### **1.1. AREAS PILOTO – CORREDOR DE LOS LAGOS Y CORREDOR IGUAZÚ – MISIONES.**

#### **OBJETIVO:**

Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística tanto en el Corredor de los Lagos como en el Corredor Iguazú-Misiones.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Mejorar la gestión y condiciones de visita de los atractivos turísticos (naturales, culturales y centros turísticos) en ambos corredores para atraer, retener y satisfacer al turista.
- Mejorar los niveles de información so-

bre atractivos y actividades turísticas para redistribuir el flujo de visitantes y alargar la estadía.

- Apoyar el desarrollo del producto turístico en los corredores y su comercialización en el mercado internacional para diversificar la composición de la demanda.
- Optimizar la organización y gestión de la administración turística a nivel nacional.

#### **DESCRIPCION DE COMPONENTES DEL PROGRAMA:**

El programa está conformado por cuatro componentes, cuyas acciones son:

#### **Componente 1 – Valorización y gestión de atracciones turísticas públicas.**

Este componente comprende estudios y diseños finales, obras, equipamientos y asistencia técnica destinados a permitir un adecuado aprovechamiento de los siguientes atractivos turísticos: Parques Nacionales (“PN”). Para los PN Lanín, Nahuel Huapi, Los Arrayanes, Los Alerces y Lago Puelo, comprende: mejora de accesos, instalaciones para facilitar la práctica de actividades turísticas, centros de visitantes, instalación de sanitarios públicos, tratamiento de residuos sólidos, cableado telefónico y eléctrico subterráneo, instalaciones para prevención y control de incendios y emergencias, señalización turística, actualización de los planes de manejo para adecuarlos al aumento del número de visitantes e implantación de un sistema de monitoreo ambiental basado en indicadores de impactos turísticos. En el PN Iguazú, comprende la construcción de un centro de interpretación para estimular la visita a las misiones jesuíticas.

Misiones Jesuíticas en el Corredor Iguazú-Misiones. Mejora de las condiciones de acceso, puesta en valor de sitios arqueológicos a través de la restauración de ruinas y señalización interpretativa en San Ignacio, Loreto, Santa Ana, Santa María y Santos Mártires del Japón, rehabilitación y equipamiento de centros de interpretación. Atractivos y centros turísticos locales en ambos corredores. Intervenciones en otros espacios turísticos públicos de ámbito provincial o municipal, tales como la mejora de las condiciones de accesos, la adecuación y paisajismo de zonas de paseo y esparcimiento, la puesta en valor de atractivos turísticos, la diversificación de la oferta de actividades y centros de artesanía para favorecer la integración de las comunidades originarias y los productos locales en la oferta turística.

#### **Componente 2 – Información y promoción en destino.**

Este Componente comprende: el diseño e implantación de un sistema de señalización turística en rutas nacionales y provinciales en cada uno de los corredores, aplicando el modelo vigente a nivel nacional y la implantación de centros de información y atención a visitantes en lugares estratégicos situados a lo largo de los principales ejes de circulación de los corredores y en centros turísticos clave.

#### **Componente 3 – Apoyo a la estructuración y promoción de los corredores.**

Este Componente comprende la preparación e implementación de un plan

de competitividad para cada uno de los corredores: el desarrollo de productos turísticos, la capacitación de profesionales de la industria turística en aspectos relacionados con mejora del servicio, gestión empresarial y desarrollo y comercialización efectiva de productos turísticos, la capacitación de técnicos en los gobiernos subnacionales en planificación y gestión del desarrollo turístico y protección ambiental, la sensibilización de las comunidades locales sobre beneficios, oportunidades de empleo y negocio del desarrollo turístico y posibles riesgos de dicho desarrollo; y actividades de promoción del respectivo corredor en el mercado internacional. Asimismo, para asegurar una adecuada gestión del territorio como base de la actividad turística, se incluye el desarrollo o actualización de planes de ordenamiento urbano para 13 municipios que recibirán inversiones del Programa. Además, se financiará un sistema de monitoreo del estado de conservación de los sitios arqueológicos y su entorno.

#### **Componente 4 – Fortalecimiento de la administración turística nacional.**

Este Componente comprende asistencia técnica para modernizar la organización y gestión de la **SECTUR** a fin de reforzar su capacidad para cumplir con sus funciones establecidas en la Ley Nacional de Turismo: el diseño e implantación de un Sistema Nacional de Información Turística para recopilar, procesar, analizar y difundir información relevante para la toma de decisiones, la reingeniería de procesos

internos y el diseño e implantación de un plan de modernización del sistema informático, la definición de la cultura organizacional y política laboral, la elaboración de un manual de procedimientos para casos de emergencias que involucren a turistas y capacitación del personal. Además, se financiarán planes de inversión para la mejora de la competitividad de dos nuevos corredores turísticos.

## 1.2. PROGRAMA DE DESARROLLO DE NUEVOS CORREDORES.

### OBJETIVO:

El objetivo general del programa es contribuir a un crecimiento de ingresos y empleo turístico, a través de una optimización del aprovechamiento turístico de las APs y destinos ubicados en corredores turísticos estratégicos para el país.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Contribuir al equilibrio espacial y temporal de los flujos turísticos en los corredores beneficiarios del Programa, a fin de aliviar la presión ambiental sobre las APs y destinos más visitados y distribuir la generación de ingresos turísticos a lo largo de dichos corredores.

### DESCRIPCION DE COMPONENTES DEL PROGRAMA:

El programa está formado por tres componentes, cuyas acciones son:

#### Componente 1 – Apoyo a Productos Turísticos.

Este componente comprende las inversiones de recuperación-puesta en valor de atractivos turísticos públicos, requeridas para impulsar el desarrollo

de productos innovadores, capaces de desestacionalizar la afluencia turística y desconcentrar geográficamente la oferta. Asimismo, el componente incluirá acciones de planificación turística y gestión de flujos turísticos en los corredores, así como planes de marketing y consolidación de sistemas de información sobre mercado turístico.

#### Componente 2 – Fortalecimiento Institucional.

Este componente comprende la integración de las acciones orientadas a consolidar la articulación de las diversas instituciones a nivel provincial/municipal y con el sector privado y los gestores de espacios protegidos.

#### Componente 3 – Gestión Ambiental.

Este componente comprende las acciones para prevenir y mitigar los potenciales impactos ambientales directos, indirectos y cumulativos del Programa, además de estudios de capacidad de carga, integración de la variable cambio climático a través del análisis de la huella ecológica del visitante, establecimiento y monitoreo de indicadores de sostenibilidad, evaluaciones ambientales, fortalecimiento de planes de manejo y de uso público de APs, planificación territorial y de sostenibilidad urbana.

## 2. PROGRAMA DE GESTION INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS URBANOS EN MUNICIPIOS TURISTICOS.

### 2.1. GESTION INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS URBANOS EN MUNICIPIO TURISTICOS COLINDANTES A LAS AREAS PROTEGIDAS DEL SISTEMA FEDERAL Y A LOS PARQUES NACIONALES (APN).

#### OBJETIVOS:

El objetivo del Programa es apoyar la sustentabilidad ambiental del turismo en municipios turísticos de Argentina.

#### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- (i) Implementar soluciones técnica, económica, ambiental y financieramente viables para la gestión integral de residuos sólidos en los municipios.
- (ii) Fortalecer las capacidades de los municipios para que puedan ejercer efectivamente sus competencias en materia de gestión integral de residuos.
- (iii) Ampliar la conciencia y participación de las comunidades locales en esta materia.

### 6.3.4. Visitantes, prestadores turísticos y guías en las Áreas Protegidas.

#### PROYECCIONES 2006-2020.

##### 1. INTRODUCCION.

A partir de la información recabada en la "Encuesta de Turismo Internacional de 2010" ETI, y en especial en el "Informe de Turismo Internacional" elaborado por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo de la Nación, hemos analizado la evolución del turismo internacional en la República Argentina. La intención es articular

con los datos del movimiento sucedido en las APs, proyecciones que permitan lograr una visión más acabada de la situación actual y establecer parámetros concretos para la toma de decisiones estratégicas. Surge del "Informe de Turismo Internacional", como dato inicial del presente estudio, que hasta el tercer trimestre del 2010 se muestra un gran aumento en el ingreso de pasajeros al país, cercano al 42,3% respecto al año anterior (considerando todas las vías de ingreso, tercer trimestre contra tercer trimestre). En igual sentido, la "Encuesta de Turismo Internacional de 2010" señala que el arribo de turistas a través del Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini (Ezeiza), muestra un claro incremento durante el año 2010, aumentando en un 27,1% con respecto al año anterior. Más concretamente, se han registrado unas 565 mil visitas más. Volviendo al "Informe de Turismo Internacional" (tercer trimestre 2010), éste nos muestra que se habría registrado una variación interanual positiva del 16,5% (355.995 personas) en lo que refiere al ingreso de turistas de países no limítrofes. Aumentó el 31,25% (83.975) el ingreso de turistas provenientes de América del Norte (Estados Unidos y Canadá), y un 5,6% (14.027) menos de turistas provenientes del continente europeo. Este aumento global en la cantidad de visitantes fue provocado principalmente por la recupera-

ción económica sucedida durante el 2010, superada la crisis financiera del año 2009, originada inicialmente en los Estados Unidos de América. El efecto de la crisis internacional del 2009 se profundizó en Europa durante el año 2010 (observándose principalmente en Irlanda, Grecia, Portugal y España) provocando una caída en la visitación proveniente de este continente. En definitiva, todos estos nuevos datos nos obligan a reconsiderar las proyecciones que periódicamente se elaboran en la Administración de Parques Nacionales, para prever los flujos de visitación que accederán a las áreas de uso público de la jurisdicción. De esta manera, los actores públicos y privados pueden encarar de una mejor manera la toma de decisiones, ya sea en lo que refiere a la previsión y provisión de los servicios turísticos, como a las políticas a llevar a cabo por esta Administración. Para ello, en el presente informe desarrollaremos las proyecciones y estimaciones de las variables que se consideran relevantes, abarcando el período comprendido entre el año 2010 (tomado como base), hasta el año 2020, a saber:

- Evolución y Proyección de visitantes.
- Evolución y Proyección de Prestadores de Servicios Turísticos de las áreas protegidas.
- Evolución y Proyección de Guías habilitados por la Administración de Parques Nacionales.

## 2. PROYECCIONES Y ESTIMACIONES DE VISITANTES

Para un mejor análisis de la variable "visitantes", estudiamos el comportamiento de la misma durante los últimos 5 años y se elaboró una proyección y estimación hasta el año 2020, en base a una serie de hipótesis (Cuadro 1). Con el objeto de realizar un mejor análisis de los datos presentados en el cuadro, exponemos a continuación un gráfico explicativo (Gráfico 1). A fin de poder conformar la proyección de visitantes hasta el año 2020, hemos tenido en cuenta los siguientes supuestos:

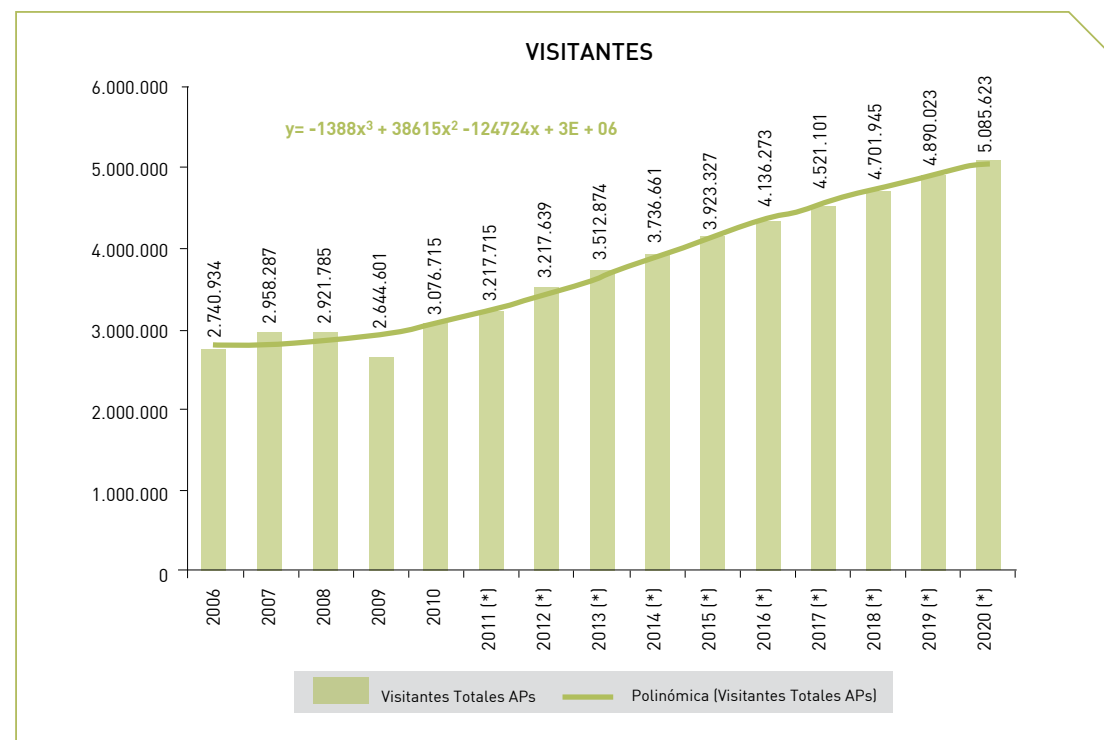
- Para establecer un punto de partida, tomamos al año 2010 como referencia para las proyecciones. Sin embargo, al analizar dicho año, debemos tener en cuenta que el considerable incremento de visitantes fue debido principalmente a dos motivos: a) se superó la crisis financiera internacional con epicentro en los Estados Unidos de América, con gran repercusión en los países europeos, lo que significó una disminución de los visitantes extranjeros a los Parques Nacionales (ver Cuadro 2, año 2009). Con la recuperación económica norteamericana del año 2010 se produjo un alza, acercándose los valores al récord del año 2008. b) El incremento del flujo

**Cuadro 1. Visitantes registrados en las 36 Áreas Protegidas**

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011(*)	2012 (*)	2013 (*)	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)	2017 (*)	2018 (*)	2019 (*)	2020 (*)
Visitantes	2.740.934	2.958.287	2.921.785	2.644.601	3.076.715	3.217.639	3.512.874	3.736.661	3.923.327	4.136.273	4.347.212	4.521.101	4.701.945	4.890.023	5.085.623
(*)Estimaciones															

Fuente: Venta de boletos e información suministrada por las distintas áreas protegidas de la APN.

**Gráfico 1**



Fuente: DEMyE, SSDT, MINTUR sobre la base de información de la EOH (MINTUR-INDEC).

turístico nacional, fomentado por el crecimiento económico del año 2010 (incremento del PBI del 8%).

- Durante el año 2011, según el Ministerio de Economía de la Nación, en el proyecto de ley de presupuesto nacional que no se logró aprobar<sup>1</sup>, se estimó un crecimiento del 4,3% para nuestro país. Esto conduciría a un aumento del turismo nacional, ya que el crecimiento económico se correlaciona ajustadamente con dicha variable. Para los años siguientes se ha estimado un crecimiento prome-

dio para la Argentina del orden del 6%, impulsado principalmente por el incremento del precio internacional de los commodities. A la luz de las últimas estimaciones para nuestro país y aún más para nuestro vecino Brasil, el crecimiento podría llegar a ser hasta un 80% superior, pero para estas proyecciones se ha preferido elaborar un escenario prudente.

- Si bien en el año 2010 se produjo una crisis económica en la eurozona (Irlanda, Grecia y en menor medida España), la cual hasta el presente había repre-

sentando un 32% del turismo receptivo, se estima que durante el 2011, esta crisis se van a ir superando progresivamente. Por lo tanto se calcula que, para el año en curso o 2012, volveremos a tener los flujos turísticos anteriores provenientes de esa zona.

- El crecimiento económico de Brasil, estimado en un 9% para el año en curso (según el Banco Central de ese país), provocará un aumento de la visitación de parte de turistas provenientes de ese país, lo cual compensará, o eventualmente superará a la pérdida de visitantes provenientes de la eurozona.
- Según reciente informe del Fondo Monetario Internacional, el crecimiento económico de Estados Unidos fue estimado en un 3% para el año en curso, superando al crecimiento presentado en el año 2010 (del 2,7%). En este sentido, para el 2012 (según el mismo informe) se vislumbra una perspectiva de crecimiento que rondaría el 2,7%. Con esta mejora de la economía norteamericana (primera del mundo), estimamos una mejora del ingreso de turistas provenientes de ese país, que en el año 2010 alcanzaron el 17,2% de los turistas ingresados por el aeropuerto Pistarini.
- Según el informe del FMI<sup>2</sup>, se proyecta un crecimiento de toda la economía mundial del 4,4% y 4,5% para el 2011 y 2012 respectivamente, impulsada por el motor a toda marcha de los países emergentes o en desarrollo, en particular del BRIC (Brasil-Rusia-India-China), de los que se espera un incremento promedio igual o superior al 6,5%.

- La política cambiaria del gobierno nacional durante los últimos siete años, implicó mantener el precio del dólar en un valor competitivo, lo que implica haber posicionado a Argentina como un buen destino turístico a nivel mundial. Este posicionamiento coloca a nuestro país en un lugar de destino del que difícilmente pueda salir, infiriéndose que el turismo receptivo seguirá creciendo a las tasas que crece el Turismo a nivel Internacional.
- El incremento de los feriados nacionales, decidido a fines del 2010, como correlato de las políticas públicas de incremento del turismo nacional y del mercado interno. Suponemos un incremento en el flujo turístico nacional, con efecto sobre el año 2011.

**Cuadro N° 2. Número de visitantes registrados en el sistema de APs y proyecciones.**

AÑO	EXTRANJEROS	NACIONALES	TOTAL
2006	920.466	1.820.468	2.740.934
2007	959.968	1.998.319	2.958.287
2008	1.132.935	1.791.710	2.924.645
2009	850.126	1.813.616	2.663.742
2010	1.025.347	2.051.368	3.076.715
2011(*)	1.106.683	2.110.957	3.217.639
2012(*)	1.273.863	2.169.011	3.442.874
2013(*)	1.393.331	2.273.330	3.666.661
2014(*)	1.490.864	2.432.463	3.923.327
2015(*)	1.571.784	2.564.498	4.136.273
2016(*)	1.651.941	2.695.272	4.347.212
2017(*)	1.763.229	2.757.872	4.521.101
2018(*)	1.833.759	2.868.186	4.701.945
2019(*)	1.907.109	2.982.914	4.890.023
2020(*)	1.983.393	3.102.230	5.085.623

(\*)Estimaciones.

Fuente: Venta de boletos e información suministrada por las distintas áreas protegidas de la APN.

En definitiva, teniendo en cuenta todos los supuestos antes mencionados, nos encontramos en condiciones de estimar que durante el año en curso se superaran los valores cuantitativos obtenidos durante el año 2010 (año record de visitantes a las APs). En consecuencia, se produciría un crecimiento promedio anual aproximado del 6,5%, motivado por todos los postulados descritos con anterioridad.

A continuación, en el Cuadro N° 2, observamos la cantidad de visitantes registrados en el sistema de Parques Nacionales, discriminados según su procedencia (extranjera y na-

cional) para la serie histórica 2006/2010, y las proyecciones para los cinco años siguientes. Obsérvese el Gráfico 2, que representa a lo anterior. Para realizar estas estimaciones hemos tenido en cuenta el crecimiento de la economía nacional, y para el crecimiento de los visitantes de origen extranjero, el crecimiento económico de los países de procedencia.

1. [www.mecon.gov.ar/onp/html/presutexto/proy2011/ley/pdf/proy2011.pdf](http://www.mecon.gov.ar/onp/html/presutexto/proy2011/ley/pdf/proy2011.pdf)
2. *Perspectivas de la Economía Mundial y Global Financiera*; Fondo Monetario Internacional enero del 2011: [www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/weo/2011/update/01/pdf/0111s.pdf](http://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/weo/2011/update/01/pdf/0111s.pdf)

**Gráfico 2**



(\*)Estimaciones.

### 3. PROYECCIONES Y ESTIMACIONES SOBRE PRESTADORES TURÍSTICOS.

Continuando con el análisis, tomamos ahora como variable relevante la cantidad de prestadores turísticos habilitados para realizar sus actividades dentro de la jurisdicción de Parques Nacionales.

Sobre este segmento se puede lograr una estimación más ajustada de la capacidad real de recepción para los visitantes, entendiéndose que la oferta y la demanda comercial turística se encuentran en constante ajuste entre sí, como parte de un proceso interdependiente.

Actualmente, la Administración de Parques Nacionales está informatizando el sistema de registro de prestadores habilitados, lo que facilita la preparación de proyecciones y estimaciones. Este proceso comenzó en el año 2007, mejorándose la metodología manual previa.

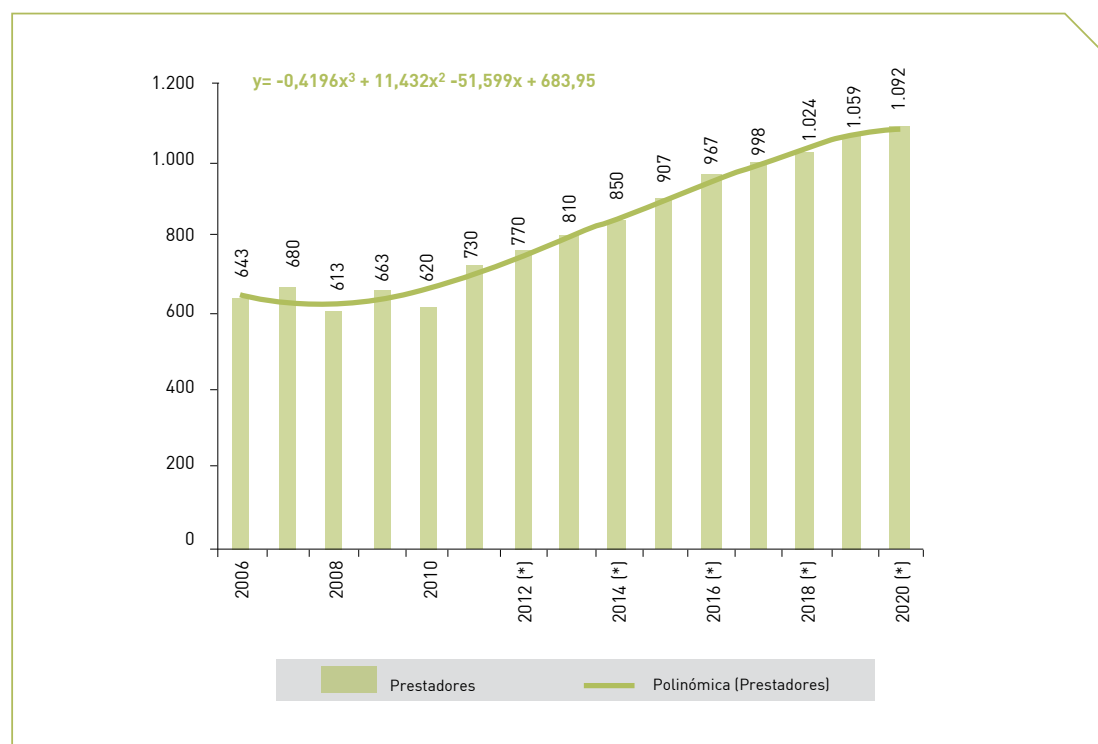
Teniendo en cuenta el crecimiento de la entrada de turistas a los Parques Nacionales, hemos confeccionado las siguientes proyecciones (ver Cuadro N° 3). La proyección tuvo en cuenta el crecimiento económico esperado para la República Argentina y su correlato con el incremento del turismo en general y de los prestadores en particular.

En los datos del cuadro se incluye un primer proceso de regularización de habilitaciones estimado para el corriente año (en especial en Nahuel Huapi y Quebrada de Condorito), al

que seguiría un crecimiento promedio del 4% anual, siempre considerando los supuestos de coyuntura explicados con anterioridad. El gráfico 3 refleja las cifras anteriores.

En el Gráfico 4 se observa la estrecha correlación existente entre visitantes y prestadores de servicios turísticos.

**Gráfico 3. Evolución y línea de tendencia Prestadores registrados en las Áreas Protegidas.**



(\*)Estimaciones.

**Cuadro 3. Prestadores registrados en las 36 Áreas Protegidas.**

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011(*)	2012 (*)	2013 (*)	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)	2017 (*)	2018 (*)	2019 (*)	2020 (*)
Prestadores	643	680	613	663	620	730	770	810	850	907	967	998	1.024	1.059	1.092
(*)Estimaciones															

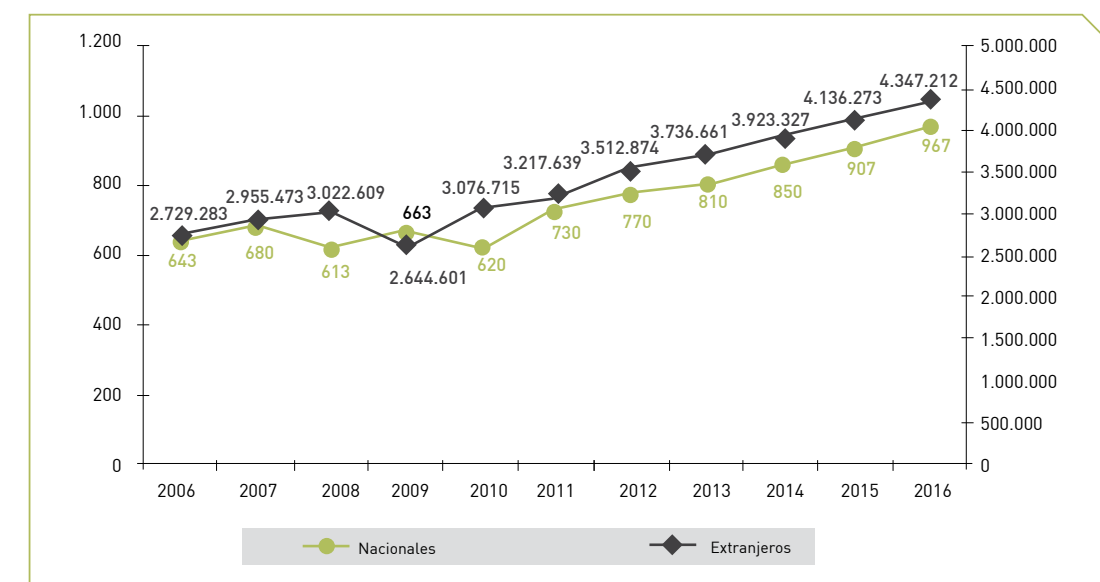
Fuente: RENAPRET e información suministrada por las APs.

A continuación, para ilustrar la relación entre dichas variables, hemos incluido dos indicadores: a) cantidad de visitantes por prestador, y b) cantidad de visitantes por prestación o actividad.

Con estos indicadores buscamos verificar si se trata de constantes a lo largo del tiempo. Si así fueran, podrían aportar a las políticas de habilitación de prestadores, si se pudieran precisar óptimos de saturación para cada uno. En el Cuadro N° 4 se observan los resultados obtenidos.

En la serie el indicador a) oscila entre los 4.200 y 4.600 visitantes/año por prestador. Para el año 2010 existía "escasez" de prestadores (al haber 4.962 visitantes por prestador). Las políticas públicas podrían procurar sostener esta relación, al igual que la que surge del indicador b), aumentando la cantidad de prestadores (lo que implica mayor empleo) para el año 2016.

**Gráfico 4. Relación entre prestadores y visitantes.**



(\*)Estimaciones.

#### 4. PROYECCIONES Y ESTIMACIONES SOBRE GUÍAS.

Visitantes, prestadores turísticos y guías informan sobre la capacidad real de recepción para los visitantes, entendiéndose que la oferta y la demanda comercial turística se encuentran en constante ajuste entre sí, como parte de un proceso interdependiente. Para elaborar las proyecciones apelamos a los mismos supuestos de coyuntura elaborados para la evolución de visitantes y prestadores turísticos. En el caso de Guías, no hubo baja de inscriptos durante el año 2009, probablemente como resultante de una mayor inelasticidad de las actividades profesionales personales habilitadas, comparadas con la de las empresas prestadoras, que tienen otros costos.

En el Cuadro N° 5 se muestran los totales anuales de guías habilitados. La tasa de crecimiento esperada alcanza a un 5,5% anual.

**Cuadro 4. Indicador de Visitantes por prestador y visitantes por prestación.**

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011(*)	2012 (*)	2013 (*)	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)	2017 (*)	2018 (*)	2019 (*)	2020 (*)
Prestaciones	790	840	752	832	769	905	947	996	1.046	1.116	1.189	1.250	1.298	1.338	1.384
Prestadores	643	680	613	663	620	730	770	810	850	907	967	998	1.024	1.059	1.092
Visitantes	2.740.934	2.958.287	2.921.785	2.644.601	3.076.715	3.217.639	3.512.874	3.736.661	3.923.327	4.136.273	4.347.212	4.521.101	4.701.945	4.890.023	5.085.623
Visitantes / Prestaciones	3.470	3.522	3.885	3.179	4.001	3.555	3.709	3.752	3.751	3.706	3.656	3.617	3.622	3.655	3.675
Visitantes / Prestadores	4.263	4.350	4.766	3.989	4.962	4.408	4.562	4.613	4.616	4.560	4.496	4.530	4.592	4.618	4.657

(\*)Estimaciones

**Cuadro 5. Guías habilitados en las 36 Áreas Protegidas.**

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011(*)	2012 (*)	2013 (*)	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)	2017 (*)	2018 (*)	2019 (*)	2020 (*)
Guías	1.782	2.093	2.373	2.576	2.887	3.037	3.180	3.364	3.563	3.784	3.998	4.158	4.316	4.493	4.650
Visitantes	2.740.934	2.958.287	2.921.785	2.644.601	3.076.715	3.217.639	3.512.874	3.736.661	3.923.327	4.136.273	4.347.212	4.521.101	4.701.945	4.890.023	5.085.623
Visitantes / Guías	1.538	1.413	1.231	1.027	1.066	1.059	1.105	1.111	1.101	1.093	1.087	1.087	1.089	1.088	1.094

(\*)Estimaciones

#### 6.3.5. Anexo metodológico

##### A) Guía metodológica para la formulación de los Informes Estratégicos Regionales

El proceso de actualización del PFETS, avanzó paralelamente en capitalizar la estrategia de articulación regional no sólo como soporte técnico político de la gestión, sino también como estrategia concreta de **Actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable**, contemplando la evaluación del nivel de cumplimiento de metas por regiones previstas originalmente en el **PFETS**.

De esta forma, los equipos técnicos regionales coordinados por la Unidad de Coordinación del **PFETS (UCPFETS)** del **MINTUR** fueron los encargados de formular los documentos de actualización del **PFETS** por región, sirviendo de insumo imprescindible para la actualización del Plan.

Se trató entonces de desarrollar un proceso semi-abierto de actualización del Plan, a través del trabajo en comisión con los Entes Regionales desplegado en dos niveles: con los Secretarios y Ministros de turismo provinciales, como nivel decisor de la política turística provincial; y con los equipos técnicos profesionales conformados en el marco de dichos entes, como soporte instrumental de la visión política regional acerca de las necesidades de actualización del **PFETS**.

Como elemento fundamental de este proceso, se esperaba que cada equipo provincial desplegara una metodología participativa con todos los actores que intervienen en la creación de esta actualización al interior de su territorio, actuando como facilitadores permanentes de la comunicación intersectorial y garantes de que esta etapa se lleve a cabo recogiendo las expectativas, necesidades y

aportaciones de los administradores de los municipios y destinos turísticos, los actores del sector empresario, las organizaciones no gubernamentales y las entidades académicas comprendidas en su territorio.

El enfoque de trabajo adoptado implicó la revisión del plan en cada una de las 6 regiones turísticas, por parte de los equipos técnicos regionales de la Red de Articulación Federal del **PFETS**. La metodología particularizada para estas actuaciones comprendió el trabajo sobre los siguientes elementos de intervención en cada región:

- Visión compartida de la Región, como complementaria de la visión turística nacional.
- Revisión y actualización de los Encadres Programáticos y Proyectos pre-identificados.
- Revisión de los componentes turísticos e incorporación de nuevos elementos
- Reformulación del Mapa de Oportunidades
- Desarrollo de Productos Regionales Integradores

Estos elementos de intervención se visualizan más detalladamente en el siguiente cuadro:

1. <b>INTRODUCCIÓN</b> (Sintetiza el contenido del Informe)
2. <b>ANTECEDENTES</b> (Explica el proceso de Actualización del PFETS)
3. <b>EVOLUCIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN – PERIODO 2006-2010</b> 3.1. La Región hoy. Caracterización y diagnóstico estratégico ( <b>FODA</b> ) 3.2. La Región en el Contexto 3.3. Datos del Escenario Actual 3.4. El Ente Turístico Regional y la participación de las Provincias integrantes 3.5. Revisión de los Encadres Programáticos 2006 de la Región 3.6. Revisión del Mapa de Oportunidades
4. <b>VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA REGIÓN 2010-2016</b> 4.1. Visión Compartida de la Región 4.2. Formulación del nuevo Mapa de Oportunidades 4.3. Productos Integradores Regionales como base del desarrollo turístico 4.4. Necesidades de Inversión pública y privada (tangible e intangible)
5. <b>ENCUADRE PROGRAMÁTICO 2010-2016</b> 5.1. Encuadre Programático 5.2. Detalle de Programas 5.3. Línea de Tiempo del Encuadre Programático
6. <b>ANEXO METODOLÓGICO</b>





## APENDICES Y ANEXOS

### VISION COMPARTIDA

Entendemos por VISION el resultado de nuestros sueños en acción. La diferencia entre visión y sueños es precisamente que los sueños no generan acción, mientras que la visión tiene una enorme fuerza impulsora, que incita a hacer cosas, orientadas a su realización. Las personas con una clara visión, tienen además una enorme determinación para alcanzarla y son capaces de poner en movimiento grandes energías, para la consecución de sus fines. La fuerza impulsora de la visión es mucho más evidente en las visiones colectivas.

Las organizaciones con una visión ambiciosa, retadora, conocida y compartida por todos, tienen también la capacidad de generar resultados espectaculares. Las visiones estimulan a la gente, crean la chispa que eleva a una organización por encima de lo normal.

Si entendemos a los Entes Regionales de Turismo como organizaciones técnico-políticas, que pueden alinearse detrás de una visión común con la que se identifiquen las provincias integrantes, se podrá articular esfuerzos que potencien las posibilidades de desarrollo de la Región.

### PROCESO PARA CONSTRUIR LA VISION COMPARTIDA

#### Etapa 1. ¿Dónde estamos?

Nuestras fortalezas y debilidades, cómo nos vemos como Región Turística, cómo es nuestra demanda, qué es lo mejor que tenemos para ofrecer y nos diferencia de las otras regiones; en definitiva, un análisis profundo de dónde estamos desde distintas ópticas.

#### Etapa 2. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

Cuál es la historia de nuestra Región, cómo la percibimos, cuáles son los valores que nos han ayudado a estar donde estamos, qué fuerzas impulsoras percibimos que nos han ayudado o dificultado el desarrollo como Región.

#### Etapa 3. ¿Cómo es nuestro entorno actual?

Cuáles son las grandes tendencias de nuestro entorno turístico y general. Exploración de cada una de esas tendencias. En qué medida son un peligro y una oportunidad para nosotros. Cómo estos cambios pueden afectar a la Región.

#### Etapa 4. ¿Cómo será nuestra Región a largo plazo?

Imaginar colectivamente el futuro con todos los datos disponibles. Ejercicio activo de elaboración común y consensuada de la visión colectiva sin excluir a nadie. Con imaginación, se debe hacer un poco de prospectiva de lo que será el futuro a cinco o diez años. Potenciación de la imaginación colectiva para crear una imagen de la Región en el año 2016.

#### Etapa 5. ¿Qué tenemos que hacer para conseguir esta visión?

Elaboración de la estrategia para alcanzar este futuro posible. Trabajo de síntesis y de diferenciación. Selección de prioridades de actuación.

#### Etapa 6. ¿Qué nos puede impedir alcanzar la visión?

Identificación de los obstáculos que van a surgir en el desarrollo de la visión y que nos pueden impedir el éxito del proceso de visión compartida. Los obstáculos pueden ser:

- ✓ Externos: sorpresas, rupturas, reacciones de los participantes, dificultades imprevistas, etc.
- ✓ Internos: inercia, cambio de las decisiones, modificación del planteamiento jurídico, vuelta a los individualismos.

La clave está en cómo disminuir el impacto de cada uno de ellos.

#### Etapa 7. ¿Cómo lo llevaremos a término?

Es la concreción de todos los elementos anteriores. Serán efectivos si conducen a unas acciones concretas de todos los que participan en el proceso. Es probablemente en esta etapa donde será necesaria la toma de decisiones sobre elementos clave de la organización de la Región, ya que se dispone de la panorámica total de la misma. Formulación de un nuevo Encuadre Programático.

4.2) La Formulación del nuevo **Mapa de Oportunidades** comprende el análisis de los componentes turísticos actuales basado en el resultado de la revisión realizada en el punto 3.6), más la producción gráfica de los mapas que a continuación se detallan. Es importante priorizarlos en función del Tiempo 2 y Tiempo 3.

Los mapas requeridos son:

- Mapa de Oportunidades Regional General
- Mapa de Oportunidades Tiempo 2 y Tiempo 3
- Mapas de Oportunidades por Tramos Provinciales

4.3) Los *“Productos Integradores Regionales como base del desarrollo turístico”*, permitieron la identificación de conectores entre diferentes componentes del espacio turístico, atractivos, actividades y servicios, de forma que pudieron agruparse para dar origen a una oferta integrada regional de productos turísticos. Este porfolio de Productos Integradores Regionales surgió del análisis del Mapa de Oportunidades actualizado y de los productos con los que se contaba al momento de la formulación del informe, tanto a nivel provincial como regional.

4.4) En cuanto a las *“Necesidades de Inversión pública y privada”* el equipo técnico elaboró un cuadro de doble entrada indicando las necesidades de inversión dis-

criminadas en públicas y privadas, teniendo en cuenta el Mapa de Oportunidades Actualizado y especialmente atendiendo a los Productos Integradores Regionales. Las inversiones implican obras físicas, capacitación, promoción, programas de calidad, sistemas informáticos, fortalecimiento institucional, etc..

5) El *“ENCUADRE PROGRAMATICO 2010-2016”*, representa el marco estratégico que la Región propone para alcanzar la concreción de la visión al 2016. Para trabajar este tema, se utilizó la metodología siguiente:

### ENCUADRE PROGRAMATICO

#### PROCESO DE FORMULACION DE LOS PROGRAMAS

##### 1. Criterios de contenido para el diseño de los programas prioritarios.

Para la redacción de los Programas se utilizó la metodología adoptada por el Ministerio de Turismo de la Nación. Esta herramienta permite homogeneizar el lenguaje y facilita los procesos de discusión, definición de contenidos y redacción de las políticas y Programas. La formulación de los programas se encuadra dentro de los Campos de Actuación definidos en el PFETS, a saber:

- ORGANIZACION Y GESTION
- DESARROLLO
- CALIDAD
- PROMOCIÓN
- INVERSIÓN Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

##### 2. Identificación de programas de actuación e instrumentales.

A los efectos de la formulación de los programas es fundamental la distinción entre programas de actuación e instrumentales:

- Aquellos programas principales o sustantivos en cuanto a su valor sinérgico, o sea, su capacidad potenciadora, se denominaron Programas de Actuación.
- Aquellos programas que sirven como soporte técnico y metodológico para el funcionamiento del sistema de gestión se denominaron Programas Instrumentales.

##### 3. Criterios para la priorización de los proyectos emanados de los programas.

Para poder evaluar y priorizar los distintos programas que se identifican se establecieron una serie de criterios a saber:

- Liderazgo:
  - Existencia de liderazgo institucional para la gestión
  - Existencia de un líder técnico adecuado para llevar adelante el proceso
- Grado de factibilidad del proyecto:
  - Existencia o no de la información de base necesaria
  - Si responde a un programa clave o necesario
  - Si existen o no recursos técnicos para desarrollarlo
  - Si existen o no recursos humanos para desarrollarlo
- Presupuesto:
  - La relación entre el costo del mismo y el presupuesto total existente para esa área
  - Si existen o no fuentes externas de financiamiento para el mismo
  - Grado de oportunidad política de ejecución del proyecto: este criterio se evalúa en forma independiente y luego de haber obtenido el resultado de cruzar el proyecto con los criterios anteriores.

##### 4. Etapas metodológicas para la formulación de programas.

En el siguiente gráfico ilustra el proceso para formular proyectos.

TAREAS	INSTRUMENTOS	RESULTADOS
IDENTIFICACION DE PROBLEMAS	Lluvias de ideas	Selección del problema central
ANALISIS DE PROBLEMAS	Arbol de problemas	Análisis de causa efecto
ANALISIS DE OBJETIVOS	Arbol de objetivos	Análisis de medios y fines, establece línea de coherencia
ANALISIS DE ALTERNATIVAS	Arbol de alternativas o matriz multicriterio	Selección de la mejor alternativa
FORMULACION DE PROGRAMAS	Programa Operativo.	Diseño de la línea de intervención, y su evaluación

**A. Identificación del problema:** la identificación del problema implica primariamente definir que se entiende por problemas de planificación. Se trata de problemas instrumentales que para su solución requieren de una acción interventora. Pueden ser de acción o de información según sus características. En el espacio público el origen del problema puede asumir tres instancias:

- Una necesidad observada por el organismo
- Una demanda efectuada
- Un conflicto

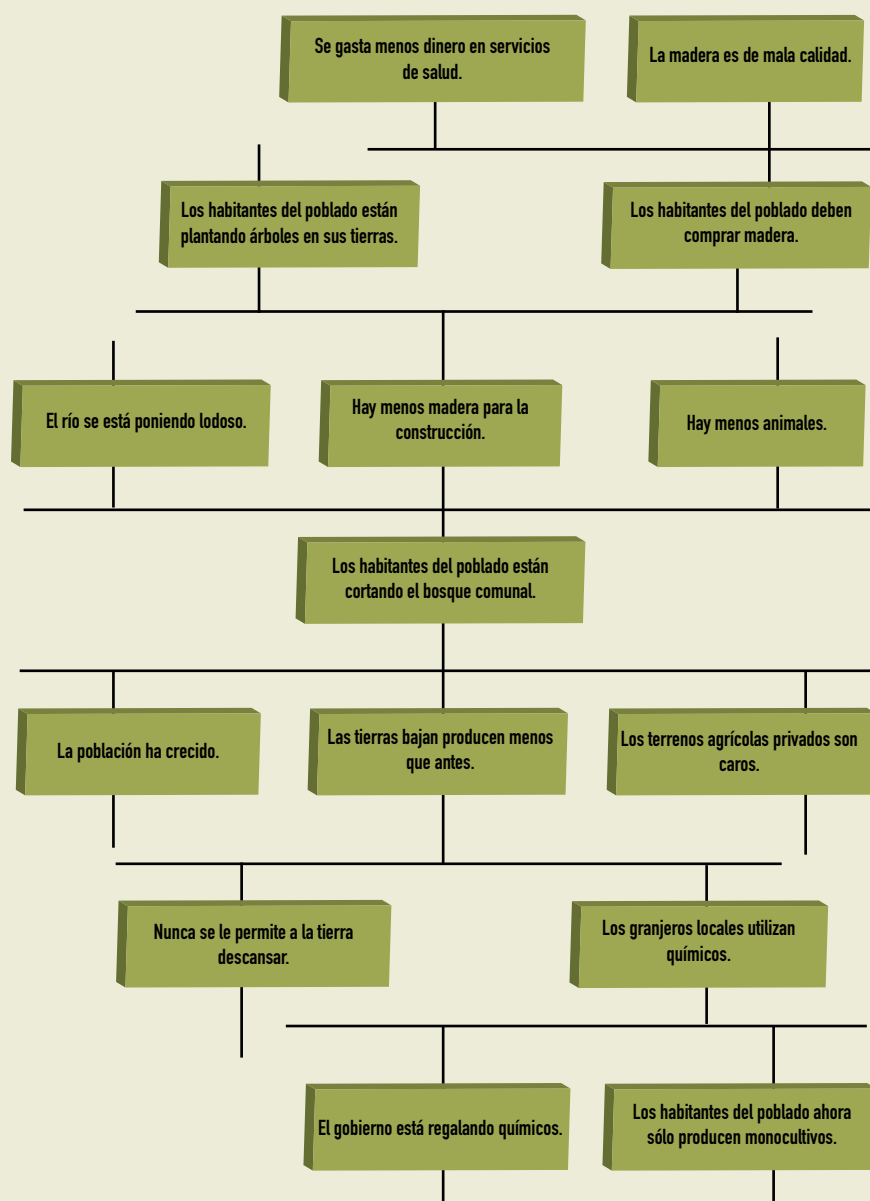
Para lograr identificarlo es necesario analizar tanto el origen del posible problema como su entorno y el rol de los actores involucrados. Para ello pueden utilizarse distintas herramientas técnicas como la lluvia de idea, la lista de comprobación, planilla de relevamiento y la matriz de rol de actores que permiten identificar problemas.

**B. Análisis de Problemas:** usualmente se utiliza el árbol de problemas como instrumento técnico. Es importante recordar que el problema identificado no se expresa como la ausencia de solución. La técnica nos permite evaluar los efectos del problema, tanto las vigentes como las potenciales identificando los riesgos y amenazas. Luego nos facilita identificar las posibles causas del problema. Al analizar ambos cuadrantes del árbol podemos establecer una secuencia lógica de causas y efectos del problema y de este modo tener una percepción real de la magnitud del mismo y de su prioridad.

**C. Análisis de objetivos:** Se parte de la premisa que cada problema tiene más de una alternativa de solución y el objetivo expresa la decisión a tomar para dar solución a los conflictos o problemas prioritarios. A su vez los objetivos pueden ser generales o particulares, globales o sectoriales, estratégicos o funcionales. De un objetivo general se desprenden a modo de brazos de un árbol los objetivos específicos tanto para el nivel de programa como para los niveles subsiguientes así vamos desgranando un conjunto de soluciones coherentes tanto para el horizonte temporal de largo como de corto plazo. Definir un objetivo implica responder a varias preguntas que se compadecen con los distintos componentes que los forman.

El estado futuro	Imagen del futuro al que aspiro llegar	PARA QUE?
El método	El proceso que lleva a la acción	QUE?
Las responsabilidades	Actor	QUIEN?
El plazo temporal	Horizonte temporal	CUANDO?
Metas	Cuantificación de la acción	CUANTO?

Imagen 1: Causas y Efectos de la Deforestación Local



**D. Análisis de alternativas:** las alternativas son las acciones posibles para dar solución a los problemas y cumplir con los objetivos planteados. Esta etapa implica plantearlas y analizarlas para llegar a seleccionar la alternativa posible. Para ello se evalúa su factibilidad técnica y su viabilidad económica financiera. A estos criterios básicos se le puede sumar otros como la calidad, la sustentabilidad, la competitividad etc..

**E. Formulación del programa:** Para cumplir esta etapa del proceso se realiza una descripción de los componentes del programa. Esto nos permite una lectura completa, asegurándonos su viabilidad y permitiendo visualizar el nivel de coherencia interno del programa.

### 5. Descripción de los componentes de un programa

**PROGRAMA**  
Nombre del mismo.

**PROPOSITO**  
El propósito es el impacto directo a ser logrado por los productos resultantes del programa. Es una hipótesis sobre el impacto o beneficio que se desea lograr.

**BENEFICIARIOS**  
Población, grupo o sector impactado como resultado de la implementación del programa.

**HORIZONTE TEMPORAL**  
Periodo de tiempo en el que se desarrollará el programa.

**INDICADORES:**  
Los indicadores miden el impacto que tendrá el programa. Son específicos en términos de cantidad, calidad y tiempo.

### MEDIOS DE VERIFICACION

Los medios de verificación son las fuentes de información que se pueden utilizar para verificar que los objetivos se lograron.

### SUPUESTO

Los supuestos indican los acontecimientos, las condiciones o las decisiones importantes necesarias para la sustentabilidad del programa.

### RESPONSABLE DE LA EJECUCION

Organismo, área y persona responsable

### PROGRAMAS VINCULADOS

Son todos los programas que se relacionan con este, tanto los de aplicación como los instrumentales.

RESULTADOS	INDICADOR	SUPUESTO
Resultado 1: Resultados esperados	Comportamientos resultantes	Variables críticas para sustentar el programa
Resultado 2:		
Resultado 3:		

6) El capítulo 6 (ANEXO METODOLÓGICO) del informe es de carácter general y fue formulado por el equipo de la UCPFETS.

### B) Metodología para la actualización del Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) (Subsecretaría de Desarrollo Turístico – MINTUR)

#### INTRODUCCION.

En su rol de liderazgo, el Ministerio de Turismo (MINTUR) encarar a partir del año 2010 la primera actualización del PFETS 2016 bajo el acuerdo de dar continuidad a los aspectos

basales del Plan consistentes en la visión, misión y objetivos fundamentales para encarar una tarea de actualización de los aspectos más operativos. Este trabajo de actualización da un gran protagonismo a las regiones, quienes abrazaron la tarea de revisar sus resultados, ajustar y reformular sus encuadres programáticos y revisar -como uno de los objetivos- la porción regional del MFOT a los efectos de aportar a la actualización de dicho Mapa y a la obtención de un mapa de mayor detalle que les diera pie a iniciar una tarea de planificación de escala regional. Esta visión es la que da lugar a la aparición de los Mapas re-

gionales de oportunidad turística, (MROT) que acompañan al MFOT en su versión más actual y que revierten en el aporte de mayor originalidad y valor de la actualización 2011.

El MFOT, por su lado, se actualiza al momento de asumir en su estructura los aportes regionales cuya trascendencia y proyección los hacen susceptibles de ser absorbidos por la escala nacional en un umbral de crecimiento razonable, determinado por el carácter perenne de los componentes del espacio turístico identificados por el PFETS en su versión original. Aquí se verifica claramente la flexibilidad del PFETS que procura conservar la estructura tramada y proporcionalidad de base



## APENDICES Y ANEXOS

pero es a igual tiempo permeable a la incorporación de cambios emanados de la visión territorial surgida de la mirada de actores regionales nuevos que dan completitud, riqueza y correspondencia con la realidad al MFOT, revigorizando y rejuveneciendo el proceso vivo de planificación.

### MARCO CONCEPTUAL.

La actualización del PFTS constituye la base para reafirmar las políticas y estrategias de desarrollo del turismo sustentable -de manera consensuada y coherente-, con el compromiso de los actores políticos y técnicos para asumir los acuerdos de su implementación. Asimismo, constituye una herramienta de gestión que permite consolidar el Plan en su carácter de proceso orientador y articulador de las actuaciones en materia turística, para avanzar en la construcción de las condiciones de competitividad que el sector necesita para lograr sus máximos beneficios.

Es necesario disponer de una estrategia viable que asegure el espacio adecuado para su aplicación.

En el mencionado proceso, el mapa de oportunidades es un medio para profundizar en aspectos más tangibles del desarrollo turístico, que permite visualizar -de una forma genérica- el modelo consensuado de actuación en los espacios regionales y a nivel nacional. La oferta de componentes del espacio turístico se conforma por corredores, áreas, travesías, circuitos transfronterizos y puertas que permiten estructurar el territorio con una visión integradora y equilibrada.

El análisis y la evaluación de la dinámica territorial de oportunidades turísticas -distribuidas a lo largo y ancho del país permite mostrar la evolución y/o consolidación de los escenarios temporales de actuación definidos en el mapa de oportunidades inicial con respecto a la configuración de un nuevo escenario, transcurridos cinco años desde el inicio de proceso de planificación.

El nuevo mapa de oportunidades re-significa-

do con los aportes de la actualización, permitirá orientar las estrategias de actuación en el territorio, así como también optimizar el uso de los recursos dando respuesta a las necesidades de inversión pública y privada en horizontes temporales acordados colectivamente. Dichas necesidades de inversión implican desde obras físicas hasta acciones de capacitación promoción, programas de calidad, fortalecimiento institucional, entre otras.

En el marco de la fuerte dependencia del Turismo en relación a las bases económicas y territoriales donde se asienta, el **PFETS** fue construido teniendo como referencia los valores y consignas emanados del Plan Estratégico Territorial (**PET**) en las versiones preliminares de aquel momento, que luego alcanzaron su madurez con las presentaciones del año 2008 y 2010 respectivamente.

Al respecto, el **PET** enuncia los "lineamientos fundamentales al que aspira el país en relación con el reconocimiento de las problemáticas y oportunidades actuales de cada región" y en el marco de los lineamientos de la Política Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, se plantean tres objetivos principales que, articulados entre sí, constituyen los fundamentos para la construcción de una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa. Las estrategias específicas en las que se desagregan permiten la especialización geográfica de los objetivos, y dan cuenta de la perspectiva integral que supone reconocer la interdependencia de los fenómenos que ocurren en el territorio y de las políticas sectoriales que allí se aplican.

- Mejorar y sostener el crecimiento de la producción, en forma equilibrada, mediante la construcción de infraestructura y equipamiento
- Garantizar el acceso de la población a los bienes y servicios básicos, promoviendo el desarrollo equitativo de las regiones y el

arraigo de sus habitantes.

- Contribuir a la valorización de nuestro patrimonio natural y cultural a través de una gestión integrada y responsable.

Como se puede observar existe una interdependencia y coherencia interna con la planificación macro ofrecida por el Ministerio de Planificación que resulta medular y se erige como un criterio a preservar en el momento de la actualización del **PFETS**, pues da coherencia interna al desarrollo turístico en relación con el devenir territorial donde se asientan todos los demás sectores productivos con los cuales el Turismo se interrelaciona y se complementa de modo permanente.

El valor del Mapa Federal de Oportunidades Turísticas y de los escenarios temporales de actuación ofrecidos por el **PFETS**.

El **MFOT** basa su construcción en una estructura de trama figurada vertical y horizontal que une todos los puntos del país bajo una visión sistémica con proporcionalidad y empleo de la idea de oportunidad.

Asimismo, los aportes conceptuales, los criterios de priorización de base para los escenarios temporales de actuación facilitan la lectura de todos sus componentes y sirven de base para la planificación concertada federal y la descentralización de la misma hacia las regiones correspondientes.

El Plan aspira a dar una nueva línea de base propositiva y actualizada para el desarrollo del Turismo nacional y su mayor fortaleza en este sentido es el fruto de una concertación regional e interregional.

La revisión y ajuste de los escenarios temporales de actuación para el corto y mediano plazo son una tarea sustantiva en esta instancia de actualización. Esta tarea está estrechamente ligada a la actualización del **MFOT** y reviste gran trascendencia pues hace foco en la revisión de un menú de componentes de los espacios turísticos regio-

nales cuyo desarrollo es considerado prioritario y sobre el cual cabe un compromiso diferenciado de actuación en inversiones y de distinta índole.

El **PFETS 2016** propone dos escenarios temporales de inversión: el Tiempo 1 con un conjunto de 33 espacios priorizados distribuidos en todas las regiones del país de modo proporcionado con dominancia de los espacios de carácter emergente, en un todo de acuerdo con el modelo de desarrollo turístico inclusivo, de desarrollo equilibrado y desconcentrador de la oferta y la demanda. Luego propone un Tiempo 2, con 27 espacios priorizados. Ambos escenarios sumados, concentran una cuarta parte del total de los espacios del **MFOT**. La actualización de este tramo del **PFETS**, se concentra en revisar lo ocurrido con los espacios del **T1** y **T2** en su conjunto. Para ello define una propuesta metodológica que consolida el **T2** y construye un **T3** que extiende naturalmente el horizonte temporal del proceso de planificación turística hacia el año 2021.

Para la tarea de actualización del **MFOT** y de los escenarios temporales de actuación de corto y mediano plazo -Actualización del **T2**, y construcción del **T3**- el equipo de actualización del **PFETS** recurre al acompañamiento metodológico de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Dicha decisión se ampara en múltiples razones entre las que destacan, además de su expertise técnico, la experiencia de haber guiado la construcción colectiva original del primer **MFOT**, por tratarse del área cuyas competencias remiten claramente al cumplimiento de las premisas del **PFETS** en relación a la sustentabilidad -como condición transversal en todas las actuaciones-, al desarrollo equilibrado de los espacios turísticos y al despliegue permanente de un sistema de estímulos e incentivos para el desarrollo regional.

Es claro que esta actualización debe contemplar umbrales razonables de crecimiento y/o expansión desde la base y perspectiva

ofrecida por el primer **MFOT**. Siguiendo este razonamiento y contemplando que estamos frente a una actualización y no frente a la elaboración de un plan nuevo, se entiende que la propuesta original sumará nuevos espacios en un porcentaje acorde al tiempo transcurrido y fortalecerá las definiciones ya realizadas en el **MFOT** original. En este sentido, se definieron como criterio de marco incorporar al Mapa federal de oportunidades turísticas nuevo, todos los cambios de condición identificados por las regiones (de potencial a actual), todas las modificaciones de extensión y denominación, así como también un porcentaje más de espacios nuevos, considerados como los más valiosos por cada región para incluir en la escala nacional. No obstante ello, los Mapas de oportunidad turística de carácter regional, podrán asumir a partir de un acuerdo entre las regiones, la totalidad de los espacios nuevos considerados como los más valiosos para incluir en esa escala. Por otro lado, la actualización del mapa de priorización de espacios consolidado nuevo y su desdoblamiento en dos escenarios temporales de actuación, tiene como criterio marco el aumento de un 20% de incorporaciones a los conjuntos originales, así como también un porcentaje similar de reemplazos.

Cabe aclarar que la propuesta mencionada se basa en haber realizado una completa y exhaustiva identificación de la condición turística de todo el territorio nacional [escenario de partida / heredado] por la cual los espacios turísticos -en su dimensionamiento espacial- no son susceptibles de cambios sustantivos en períodos acotados de tiempo.

Esta tarea de actualizar el **MFOT** implica necesariamente contemplar condiciones de coherencia referidas a la continuidad, viabilidad, previsión (fijar plazos definitivos para fijar acciones a planificar), racionalidad (objetivos claros y precisos

dentro de la realidad que respondan a la dinámica social) y flexibilidad (ajustar las acciones a condiciones cambiantes del entorno). Es importante diferenciar las distintas escalas de trabajo que pueden ser abordadas en los procesos de planificación: en este caso, se utiliza como insumo para la actualización de escala nacional, los aportes del trabajo en las regiones que tuvieron como marco una escala absolutamente regional, portadora de una riqueza y nivel de detalle que excede el de la escala nacional.

### LA PROPUESTA METODOLOGICA.

La propuesta metodológica utilizada constó de tres momentos, cada uno con un procedimiento y un objetivo particular a alcanzar. El trabajo partió de un menú de consignas definidas por el **MIN-TUR** que en su rol de liderazgo técnico y político, condujo el proceso de actualización.

- **De los mapas regionales nuevos, a la actualización del MFOT.**

Resultado esperado, criterios de éxito. Explicación de secuencia lógica de trabajo, matrices y dinámica sugerida.

- **Del MFOT actualizado, a los escenarios temporales de actuación: actualización del T2 y aparición del Tiempo 3.**

Proyección temporal extendida hacia el 2020. Resultado esperado, criterios de éxito. Explicación de secuencia lógica de trabajo, criterios empleados, matrices y dinámica sugerida.

- **Los nuevos mapas regionales de oportunidad turística -MROT-**

Resultado esperado, criterios de éxito. Explicación de secuencia lógica de trabajo, Criterios empleados y matrices.



## APENDICES Y ANEXOS

### MATRIZ DE RECONOCIMIENTO.

#### Objetivo:

**Reconocer** espacios coincidentes, nuevos, eliminados y aportes conceptuales (novedades) efectuados por cada región.

En las filas de la matriz regional encontramos los espacios turísticos ordenados según categorías de componentes (Corredores, Áreas, Puertas, Travesías, Circuitos Fronterizos y Componentes Nuevos) con la denominación original del Plan y los espacios agregados en la actualización regional.

En las columnas de la matriz encontramos las siguientes categorías: identificación de los componentes del espacio; identificación numérica actual y regional; condición de Actual o Potencial en el mapa original, condición de Actual o Potencial en el nuevo mapa regional. Las restantes columnas dan cuenta de la comparación entre los dos mapas. Se clasifican las coincidencias (el espacio no presenta cambios), las Modificaciones (por extensión, condición o denominación), los Nuevos espacios (no existentes en el mapa original), las eliminaciones, los recuperados y las novedades (nuevas categorías de componentes del espacio).

Como resultante, la matriz de reconocimiento expone e identifica los espacios "nuevos" que fueron objeto de posterior valoración para identificar los de mejor condición para incluidos en el mapa de oportunidades actualizado.

### MATRIZ DE VALORIZACION de los ESPACIOS "NUEVOS".

Con el objetivo de seleccionar una cantidad limitada de "espacios" que se incorporarán al mapa de oportunidades nacional, con un criterio objetivo y común a todos ellos, se propuso una Matriz de Valorización que permitió visualizar los espacios nuevos de mejor condición para incorporar al MFOT actualizado.

#### Objetivos:

**Valorizar** los espacios nuevos en relación a una serie de variables preestablecidas, consideradas sustantivas desde el punto de vista turístico.

**Identificar** los espacios nuevos de mayor peso específico para su posterior incorporación al nuevo MFOT.

En las filas de la matriz se recuperan de la Matriz de Reconocimiento aquellos espacios clasificados como nuevos. En las columnas se presenta una serie de nueve variables seleccionadas para la valoración. La consigna es asignar un puntaje que va desde 1 a 3 según referencias específicas en cada una de las variables consignadas. De las 9 variables, las cuatro primeras se ponderan de modo diferenciado, con mayor puntaje por considerarse de más importancia y gravitación.

#### PONDERACION DE LAS VARIABLES:

Cuatro variables (Correspondencia con el PET, aporte al Mapa Federal de Oportunidades, Atractividad y Producto) se consideran de mayor peso específico y, por lo tanto, su peso total pondera en un 60% de la puntuación final. El ponderador individual de cada variable es del 15%.

Las restantes cinco variables (Vinculación Espacial Inter-regional, Demanda, Conectividad, Equipamiento, Gestión Institucional) ponderan el 40% de la puntuación final, correspondiendo a cada variable una ponderación del 8%.

El cuadro siguiente resume las ponderaciones de cada variable al puntaje total:

Espacio	Correspondencia con el PET	Aporta al mapa federal de oportunidades	Productos	Atractividad	Demanda	Conectividad	Equipamiento	Gestión Institucional	Vinculación Espacial Interregional
Resto Espacios	15%	15%	15%	15%	8%	8%	8%	8%	8%
Travesías	20%	20%	20%		8%	8%	8%	8%	8%

En el caso especial de las travesías, al no considerarse la variable "Atractividad", las ponderaciones de las demás variables priorizadas aumentan un 5%.

Por último la variable "Producto" se descompone internamente en tres indicadores: Ciclo de producto, Productos Integradores, Productos priorizados por el MINTUR para el desarrollo. Los dos primeros se ponderan internamente al 40% y el último al 20%.

El valor final del puntaje de la priorización del espacio, que será un número entre 1 y 3, queda conformado como un promedio ponderado de los distintos puntajes individuales de las variables seleccionadas para su caracterización.

#### VARIABLES.

##### 1- Correspondencia con el Plan estratégico territorial.

La fisonomía y la disposición territorial coincide con lo dispuesto por el PET, modelo deseado.

Si: 3

No: 1

##### 2- Aporte al MFOT original.

Contribuye por su originalidad y funcionalidad a la dinamización del espacio turístico y no está subsumido en componentes originales del MFOT. Es capaz de atraer flujos inter-regionales e internacionales.

Si: 3

No: 1

##### 3- Atractividad.

Evaluación de los atributos del componente que lo hacen singular en diferentes escalas territoriales.

• **ALTA (valor 3):** de condición actual y de alta singularidad (únicos a nivel nacional).

• **MEDIA (valor 2):** de condición potencial y de media singularidad (únicos a nivel regional).

• **BAJA (valor 1):** de condición potencial y de baja singularidad. (únicos a nivel provincial).

#### 4- Productos.

Identificación del grado de desarrollo de los productos turísticos en relación a su proceso de transformación: recursos, productos y ofertas (Chías, 2002)\*

• **ALTA (valor 3):** existencia de oferta de productos fuera de los límites locales, existencia de acciones de promoción inter-regional y nacional.

• **MEDIA (valor 2):** existencia de productos que aún no se promocionan fuera de la localidad y/o provincia para convertirlos en oferta.

• **BAJA (valor 1):** existencia de recursos que no han sido estructurados para su uso y disfrute turístico.

A esta valoración se agregan dos dimensiones que dan completitud al análisis:

Densidad de presencia de productos integradores

• **ALTA (valor 3):** Más de 2

• **MEDIA (valor 2):** 2

• **BAJA (valor 1):** 1

Presencia de productos cuyo desarrollo es impulsado por el MINTUR

• **ALTA (valor 3):** Más de 2

• **MEDIA (valor 2):** 2

• **BAJA (valor 1):** 1

#### 5- Vinculación espacial inter-regional.

Son reconocidos como componentes nuevos en regiones lindantes, hay continuidad espacial inter-regional.

Si: 3

No: 1

\* Chías Suriol, Josep. "Del Recurso a la Oferta Turístico Cultural: Catálogo de Problemas".

Ponencia presentada en el I CONGRESO INTERNACIONAL DEL TURISMO CULTURAL.

Salamanca, 5 y 6 de noviembre 2002.

## 6- Demanda.

Evaluación de los flujos turísticos que demandan el componente, a nivel nacional e internacional, intra-regional y local.

- **ALTA (valor 3):** si el mercado dominante es el nacional y/o internacional.
- **MEDIA (valor 2):** el mercado dominante es el inter-regional.
- **BAJA (valor 1):** el mercado dominante es el provincial/local.

## 7- Conectividad.

Accesibilidad al destino desde los mercados emisores. Evaluación de los elementos que permiten llegar al destino.

- **ALTA (valor 3):** existencia de aeropuertos, estaciones terminales (terrestres, fluviales y marítimas), transporte regular, rutas.
- **MEDIA (valor 2):** estaciones terminales (terrestres, fluviales y marítimas), transporte regular, rutas.
- **BAJA (valor 1):** existencia de caminos y rutas, sin existencia de transporte regular.

## 8- Equipamiento.

Evaluación de los servicios: alojamiento turístico en todas sus variedades y categorías, gastronomía, servicios de excursión, servicios de guías, guardaparques, senderos, miradores, servicios públicos, etc.

- **ALTA (valor 3):** presencia de cantidad, diversidad y calidad de servicios para satisfacer la demanda del turista.
- **MEDIA (valor 2):** presencia de cantidad de servicios para que el turista pueda permanecer en el sitio.
- **BAJA (valor 1):** presencia de condiciones y equipamiento mínimo para que el turista pueda permanecer en el sitio.

## 9- Gestión Institucional.

Existencia de instrumentos de gestión política para promover de manera específica el desarrollo turístico en el componente, como Planes de Desarrollo, legislaciones de promoción económica (fiscal, de crédito), declaraciones de interés como Patrimonio o Área Protegida, etc.

- **ALTA (valor 3):** Posee planes e instrumentos de planificación específicos del componente. Existen unidades de gestión turística de nivel municipal y/o provincial que cubren adecuadamente el espacio.

- **MEDIA (valor 2):** Posee planes e instrumentos en espacios vinculados. Existen una mínima presencia de unidades de gestión turística de nivel municipal y/o provincial.
- **BAJA (valor 1):** no posee planes e instrumentos. No existen unidades de gestión turística

## MATRIZ DE PRIORIZACION.

El objetivo de esta matriz es identificar, dentro de los espacios escogidos por las provincias para ingresar al Mapa de Priorización Consolidado (MPC), los de mayor valor para ser incluidos en el MPC nuevo. El espíritu de las variables elegidas para valorizar los espacios postulados es priorizar las de mayor capacidad para atraer demanda interna, y su condición potencial.

### Objetivo:

**Valoración y priorización** de todos los espacios postulados por las Provincias para incorporarse al MPC nuevo. En la filas de la matriz de Priorización encontramos los espacios postulados por las provincias para su inclusión en el MPC nuevo. La identificación de los mismos se hará, previamente, sobre la matriz de reconocimiento en la columna "Postulados MPC nuevo". En las columnas las variables de priorización seleccionadas son: **Demanda Interna, Coincidencia con Áreas PET, Inversión Pública y Carácter Diversificador.**

### Ponderación de las Variables:

Tres variables (**Demanda Interna, Coincidencia con Áreas PET, Inversión Pública**) se consideran de mayor peso específico y, por lo tanto, su peso total pondera en un 90% de la puntuación final. El ponderador individual de cada variable es de 30%. La variable "Carácter Diversificador" pondera el 10% de la puntuación final.

El cuadro siguiente resume las ponderaciones de cada variable al puntaje total:

	Demanda Interna	Coincidencias con Áreas del PET	Inversión Pública	Carácter Diversificador
Todos los Espacios	30%	30%	30%	10%

El valor final del puntaje de la priorización del espacio, que será un número entre 1 y 3, queda conformado como un promedio ponderado de los distintos puntajes individuales de las variables seleccionadas para su caracterización.

### VARIABLES.

- 1. Demanda.**  
**Alta (valor 3):** Nacional  
**Media (valor 2):** Regional  
**Baja (valor 1):** Provincial/ local
- 2. Coincidencia con Áreas a desarrollar del PET.**  
**A desarrollar:** 3  
**A potenciar:** 2  
**A cualificar:** 1
- 3. Inversión pública (de acuerdo a puesta en común de la primera etapa).**  
**Alta:** 1  
**Media:** 2  
**Baja:** 3
- 4. Carácter diversificador (completitud de productos).**  
**A nivel Nacional:** 3  
**Regional:** 2  
**Provincial:** 1

### SIGUIENTE ETAPA:

#### Objetivo:

Desdoblar los tiempos el MPC nuevo, de modo que resulte la actualización del T2 como los espacios a trabajar entre el 2011 y el 2016 y se visualice el conjunto de prioridades del T3 entre el 2017 y el 2020.

- Discusión abierta en donde (por pertinencia estratégica y política) las provincias acordaron priorizar para el T2 un menú de espacios: T2 = La mitad de los espacios del MPC nuevo.
- El MINTUR a través de sus coordinadores arbitraron la discusión y la exposición de motivos, recordando criterios de marco relativos a proporcionalidad en la participación por provincia.
- Se facilitó el trabajo pidiendo a cada Provincia que separe en dos grupos los espacios que le corresponden a cada una. Los que pensaban corresponderían al T2 y los que dejarían para el T3.

## CRITERIOS ORIENTADORES PARA REVISAR Y AJUSTAR LA CONDICION ACTUAL O POTENCIAL DE LOS ESPACIOS TURISTICOS OBJETO DE LA ACTUALIZACION DEL PFETS.

### ESPACIOS ACTUALES.

- La actividad turística está fuertemente institucionalizada a través de organismos de turismo locales (Secretaría, Dirección, etc.).
- La oferta de atractivos está puesta en valor y organizada a través de productos y circuitos turísticos. Existe una oferta turística formal.
- Se pueden practicar gran cantidad de actividades o modalidades de turismo.
- La actividad turística representa una de las principales economías del espacio.
- La oferta de servicios al turista, en la mayoría de las localidades del espacio, sobre todo en materia de alojamiento, gastronomía y agencias de viaje, se diferencia por su cantidad y calidad.
- Está comunicado con los principales destinos emisores con muchas frecuencias semanales a través de varios medios de transporte (aéreo, terrestre, acuático).
- Recibe una gran demanda de turistas tanto nacionales como internacionales.
- Tiene resuelta la provisión de los principales servicios básicos (agua, luz, gas, salud, seguridad, comunicación, etc.) en la mayoría de los destinos del espacio.
- Existencia de fuerte inversión privada en la mayoría de los destinos del espacio.
- Cuenta con información estadística relacionada a la actividad turística de los centros urbanos ubicados dentro del espacio.

### ESPACIOS POTENCIALES.

- Requiere de un fortalecimiento institucional de la actividad turística.
- La oferta de atractivos no está puesta en valor, ni organizada a través de circuitos turísticos. No hay una oferta turística formal.
- Solamente pueden practicarse algunas actividades o modalidades de turismo.
- La actividad turística representa una economía secundaria para la población, que en su mayoría se dedica a otras actividades como ser la ganadería, agricultura, etc.
- La oferta de servicios al turista, en la mayoría de las localidades del espacio, sobre todo en materia de alojamiento, gastronomía y agencias de viaje es escasa en cantidad y no se caracteriza por su calidad.
- Está comunicado con los principales destinos emisores pero con pocas frecuencias semanales, a través de escasos medios de transporte (aéreo, terrestre, acuático).
- Recibe una pequeña demanda de turistas que en su mayoría son nacionales.
- Presenta deficiencias en la prestación de los principales servicios básicos (agua, luz, gas, salud, seguridad, comunicación, etc.) en la mayoría de los destinos del espacio.
- Las grandes empresas y los emprendedores privados aún no invierten en el espacio o lo hacen esporádicamente.
- No cuenta con información estadística relacionada a la actividad turística o es muy escasa.



Cerro Wayle Norte.  
Foto: Cecilia C. Morales.



ACTUALIZACION 2012 - 2020

*Turismo 2020*

SE TERMINÓ DE IMPRIMIR EL MES DE AGOSTO DE 2011 EN

**La presente publicación es propiedad del MINISTERIO DE TURISMO.**

Queda prohibida su reproducción total o parcial.

**Cartografía aprobada por el Instituto Geográfico Nacional (IGN).**

Expediente N° GG11 0245/5





Argentina



200 AÑOS  
BICENTENARIO  
ARGENTINO



APN

**CAT** Cámara Argentina  
de Turismo

Argentina  
Instituto Nacional de  
Promoción Turística

**CFT**   
Consejo Federal de Turismo



Ministerio de  
Turismo  
Presidencia de la Nación