

Turismo 2025

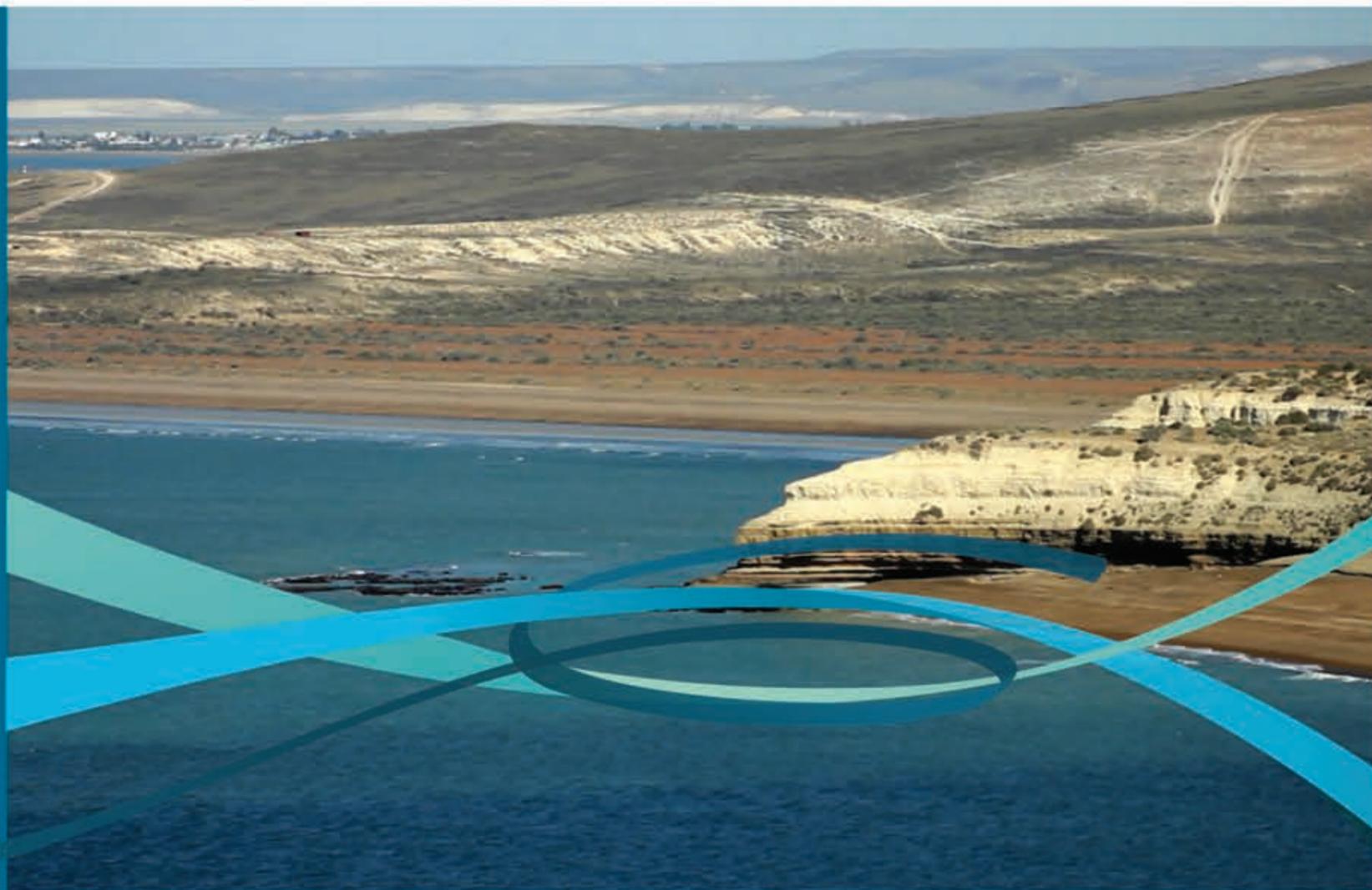
ARGENTINA

PFETS

**PLAN FEDERAL
ESTRATÉGICO
DE TURISMO
SUSTENTABLE**

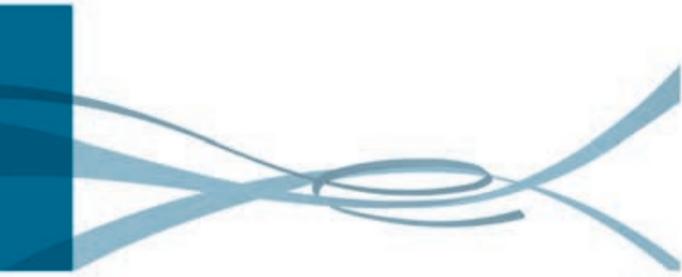
**ACTUALIZACIÓN
2014**

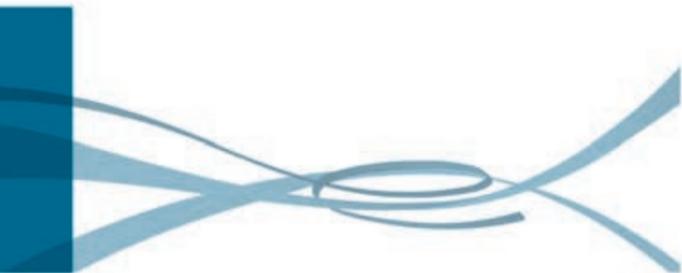
- Listado Autoridades
- Listado de Autores
- Acta fundacional de compromiso
- Índice
- Palabras Cristina Fernández de Kirchner
- Palabras Carlos Enrique Meyer



INTRODUCCIÓN

turismo 2025





Turismo 2025

Cristina Fernández de Kirchner
PRESIDENTA DE LA NACIÓN

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

Diego Colubri - DG
María Marta Blanco - DG

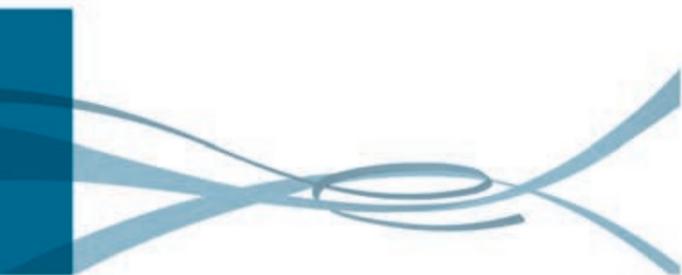
SIN / ideas gráficas
www.sinideasgraficas.com.ar

Corrección:

Martín Barroso

Fotografía:

Ministerio de Turismo de la Nación



Turismo 2025

AUTORIDADES DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN

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

Gonzalo Casanova Ferro
Subsecretario de Calidad Turística

Alejandro Schiavi
Subsecretario de Coordinación

Carlos Martínez
Director Nacional de Prestaciones Turísticas

Alicia Lonac
Directora Nacional de Desarrollo Turístico

Oscar Suárez
Director Nacional de Marketing y Promoción

Verónica Llambrich
Directora Nacional de Calidad Turística

María Cecilia Díaz
Directora Nacional de Agencias de Viajes

Darío Cervini
Jefe de Asesores de Gabinete del Ministro de Turismo

Ana Inés Gradín
Directora General de Legislación y Asuntos Jurídicos

Norma Beatriz Acéval
Directora General de Recursos Humanos y Organización

Victorio Manuel Gallo
Director General de Administración

AUTORIDADES DEL INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Carlos Enrique Meyer
Presidente

Roberto Palais
Secretario Ejecutivo

Emiliano Parrilli
Director de Promoción

Brenda Varela
Directora Administrativa

VOCALES:

Por el Ministerio de Turismo:

Daniel Aguilera
Patricia Vismara
Valeria Pellizza
Oscar Suárez

Por la Cámara Argentina de Turismo:

Oscar Ghezzi
Juan Manuel Lavallen
Lisandro Cristia

Por el Consejo Federal de Turismo:

Martín Bulos
Bernardo Racedo Aragón
Claudia Grynszpan

Representante Aerolíneas Argentinas:

Fabián Lombardo

AUTORIDADES DEL CONSEJO FEDERAL DE TURISMO

Javier Espina
Presidente

Álvaro del Pino – Región Norte
Vicepresidente colegiado

José Ignacio Saife – Región Litoral
Vicepresidente colegiado

Dante Elizondo – Región Cuyo
Vicepresidente colegiado

Gustavo Santos – Región Córdoba
Vicepresidente colegiado

Ignacio Crotto – Región Buenos Aires
Vicepresidente colegiado

Carlos Zonza Nigro – Región Patagonia
Vicepresidente colegiado

AUTORIDADES PROVINCIALES DE TURISMO

Fernando de Andreis
Presidente del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Ignacio Crotto
Secretario de Turismo de Buenos Aires

Natalia Ponferrada
Secretaria de Turismo de Catamarca

José Ignacio Saife
Presidente del Instituto de Turismo del Chaco

Carlos Zonza Nigro
Secretario de Turismo y Áreas Protegidas del Chubut

Gustavo Santos
Presidente de la Agencia Córdoba Turismo

Inés Presman
Ministra de Turismo de Corrientes

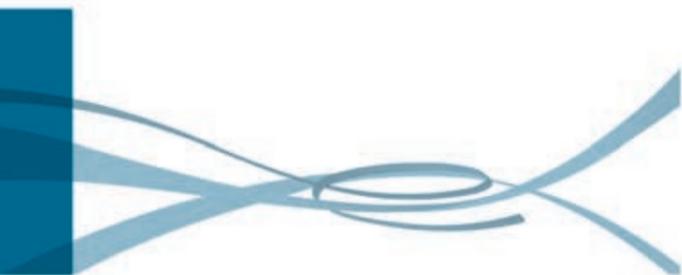
Hugo Marsó
Ministro de Turismo de Entre Ríos

Alberto Areco
Ministro de Turismo de Formosa

Juan Martearena
Secretario de Turismo de Jujuy

Santiago Amsé
Secretario de Turismo de La Pampa

Álvaro del Pino
Secretario de Turismo de La Rioja



Javier Espina
Ministro de Turismo de Mendoza

Sergio Dobrusin
Ministro de Turismo de Misiones

Beatriz Villalobos
Subsecretaria de Turismo del Neuquén

Mariana Giachino
Ministra de Turismo, Cultura y Deporte
de Río Negro

Mariano Ovejero
Ministro de Cultura y Turismo de Salta

Dante Elizondo
Ministro de Turismo y Cultura de San Juan

Liliana Bartolucci
Ministra de Turismo y las Culturas de San Luis

Mariana Navarro
Secretaria de Turismo de Santa Cruz

Martín Bulos
Secretario de Turismo, Comercio
y Servicios de Santa Fe

Ricardo Sosa
Subsecretario de Turismo de Santiago
del Estero

Gianfranco Guardamagna
Presidente del Instituto Fueguino de Turismo

Bernardo Racedo Aragón
Presidente del Ente Tucumán Turismo

AUTORIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES

Carlos Corvalán
Presidente

Daniel Ramos
Vicepresidente

Darío Cervini
Vocal por el Ministerio de Turismo
de la Nación

Adrián Stur
Vocal por el Ministerio de Turismo
de la Nación

Paola Gross
Vocal por el Ministerio de Defensa
de la Nación

Liliana Scioli
Vocal por el Ministerio del Interior
y Transporte

Leonardo La Porta
Director General de Coordinación
Administrativa

Gustavo Levati
Director Nacional de Interior

Adrián Contreras
Director General de Coordinación Operativa

Luciana Mazziota
Directora de Asuntos Jurídicos

AUTORIDADES DE LA CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO

Oscar Ghezzi
Presidente

Fernando Gorbarán
Vicepresidente I

Alejandro Sans
Vicepresidente II

Guillermo Paats
Vicepresidente III

Horacio Repucci
Secretario

Carlos Yanelli
Prosecretario

Ricardo Rimoldi
Tesorero

Diego Gutiérrez
Protesorero

Gastón Casoy
Secretario de Actas

Fabián Lombardo
Secretario de Turismo

AUTORIDADES DE AEROLÍNEAS ARGENTINAS

Mariano Recalde
Presidente

Comité Ejecutivo:

Pablo Ceriani
Gerente de Área Económico Financiera

Christian Landriscina
Gerente de Área de Producción

Fabián Lombardo
Gerente de Área Comercial

Juan Núñez Aguilar
Gerente de Área Planificación
Estratégica de las Operaciones

Hernán Jara
Gerente de Área Recursos Humanos

Álvaro Francés
Gerente de Área Operaciones
de Aeropuertos

Nicolás Sykes
Gerente de Área Asuntos Jurídicos
y Regulatorios

AUTORIDADES DEL CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo)

María Alejandra Gazzera
Presidente

Marcelo Paz
Vicepresidente

REFERENTES DEL COFEDIT (Consejo Federal de Directivos de Turismo de Universidades de Gestión Privada)

Elisa Beltritti

Mary Vandam

Alejandro Gavric

AUTORIDADES DEL INSTITUTO DE CALIDAD TURÍSTICA ARGENTINA

Nominados por la Cámara Argentina de Turismo:

Oscar Ghezzi
Presidente

Horacio Reppucci
Secretario

Ricardo Rimoldi
Tesorero

VOCALÉS:

Fernando Gorbarán
Alejandro Sans
Diego Gutiérrez

Nominados por el Ministerio de Turismo de la Nación:

Carlos Enrique Meyer
Ministro de Turismo de la Nación

Daniel Aguilera
Secretario de Turismo de la Nación

Gonzalo Casanova Ferro
Subsecretario de Calidad Turística

Nominados por el Consejo Federal de Turismo:

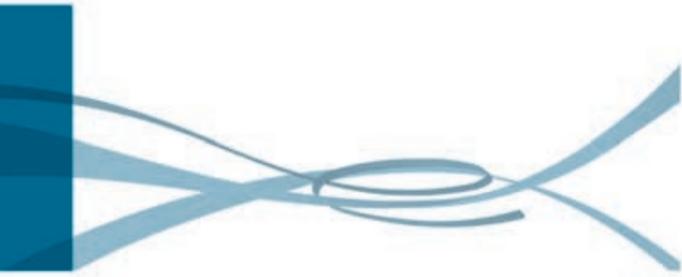
Regiones Titulares:

Norte: Vicente Pisello

Patagonia: Mariana Giachino

Provincia de Buenos Aires: Roberto Díaz

Turismo 2025



AUTORIDADES DE LA ACADEMIA ARGENTINA DE TURISMO

Juan Carlos Chervatin
Presidente

Carlos Gutiérrez
Vicepresidente

Alicia Gemelli
Secretaria

Enrique Amadasi
Tesorero

VOCALES TITULARES:

Antonio Torrejón
Fernando Dozo

VOCALES SUPLENTE:

Juan Carlos Lucero Schmidt
Adriana Otero

REVISORES DE CUENTAS:

Gonzalo Casanova Ferro
Eduardo Pantano

DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN GENERAL

Ministerio de Turismo de la Nación
Germán Bakker UCPFETS

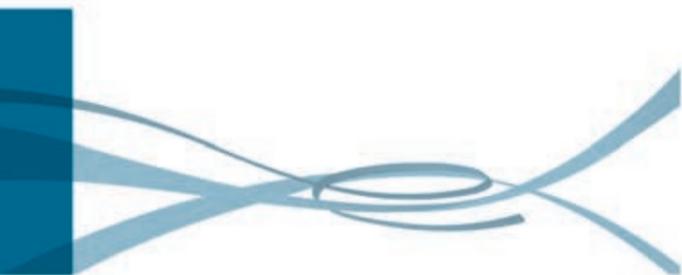
COORDINACIÓN TÉCNICA Y METODOLÓGICA

Ministerio de Turismo de la Nación
Diego Braun UCPFETS

COORDINACIÓN DE CONTENIDOS

Cecilia Camba UCPFETS
Daniela Ricciardi UCPFETS
Ezequiel Gliubizzi UCPFETS
Francisco Costamagna Externo
Gustavo Capece Externo
Leticia Estévez Externa
Mariana Ibañez UCPFETS





Turismo 2025

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

Adrián Contreras **APN**
Adrián Martínez **SSCT**
Agustín Díaz Vega **MP**
Agustina Lauro **SDDT**
Alejandra Corral **SDDT**
Alejandra Vizcay **SSCT**
Alejandro Roca **UEPI**
Alicia García Tuñón **SSPTN**
Alicia Lonac **SDDT**
Ana Inés García Allievi **DRRII**
Ángel Guzmán **SDDT**
Antonella Díaz **CCFT**
Antonio Torrejón **100 Años**
Carolina Menardi **APN**
Cecilia Camba **UCPFETS**
Claudio Gallardo **SDDT**
Cristina Morales **SDDT**
Daniela Lapegrini **100 Años**
Daniela Ricciardi **UCPFETS**
Daniela Saferstein **SDDT**
Diana Meli **SSPTN**
Diego Braun **UCPFETS**
Diego Camerucci **UTE**
Edgardo Krembs **(externo)**
Elena Blasi **SDDT**
Emiliano Molinari **APN**
Esteban Rodríguez Viudez **APN**
Ezequiel Gliubizzi **UCPFETS**
Florencia Aversa **SDDT**
Francisco Costamagna **(externo)**
Gabriela Escobar **INPROTUR**
Georgina Visintin **DRRII**
Germán Bakker **UCPFETS**
Gloria Chab Vives **SDDT**
Griselda Rey **DNPT**
Gustavo Capece **(externo)**
Juan Best **SSPTN**
Juan Manuel Lunghi Agnes **SSCT**
Juan Montero **SSPTN**

Lara Torres **CCFT**
Laura Aldacourrou **APN**
Leandro Serino **AR**
Leticia Estévez **(externa)**
Lucas Perín **SSPTN**
Lucía Pappalardo **DNPT**
Mabel Fragoso **SSCT**
Marcela Cuesta **CCFT**
María Belén Martínez **SSCT**
María Cecilia Díaz **SSCT**
María de los Ángeles di Pasquo **CCFT**
María Eugenia Agesta **SDDT**
María Eugenia Molina Wellig **SSCT**
María Inés Guaita **SSCT**
María Luz De Martino **DNPT**
Mariana Ibañez **UCPFETS**
Mariana Pérez Márquez **SDDT**
Mariano Altamira **APN**
Maricarmen Maiuolo **DNPT**
Martín Zárate **SSCT**
Mireya Totino **SSCT**
Mora Dicembrino **SSPTN**
Natalia Cardozo **SDDT**
Natalia Goulou **SSPTN**
Natalia Roberti **SDDT**
Norberto Pereyra **SSC**
Oscar Suárez **SSPTN**
Ricardo Maldonado **SSCT**
Rodrigo Báez **CCFT**
Rodrigo Oliver **SDDT**
Susana Cafaro **DRRII**
Vanessa Wielesiuk **SSCT**
Verónica Andrea Campetelli **SSCT**
Verónica Llambrich **SSCT**
Victoria Ciccía **SDDT**

REFERENCIAS:

APN: Administración de Parques Nacionales.

AR: Aerolíneas Argentinas.

CCFT: Coordinación de Enlace del CFT.

DNPT: Dirección Nacional de Prestaciones Turísticas.

DRRII: Dirección de Relaciones Internacionales.

INPROTUR: Instituto Nacional de Promoción Turística.

MP: Marca País.

SSC: Subsecretaría de Coordinación.

SSCT: Subsecretaría de Calidad Turística.

SDDT: Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

SSPTN: Subsecretaría de Promoción Turística Nacional.

UCPFETS: Unidad de Coordinación del PFETS.

UEPI: Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales.

UTE: Unidad Turística de Embalse.

AUTORES NACIONALES

A continuación, se presentan las autoridades y referentes de diferentes sectores de la actividad y actividades relacionadas, que han participado de diversas instancias del proceso de actualización del PFETS, con los cargos y funciones que detentaban en ese momento.

Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN NORTE
Sede: Salta – Provincia de Salta
Fecha: 24 y 25 de junio 2013

Autoridades:

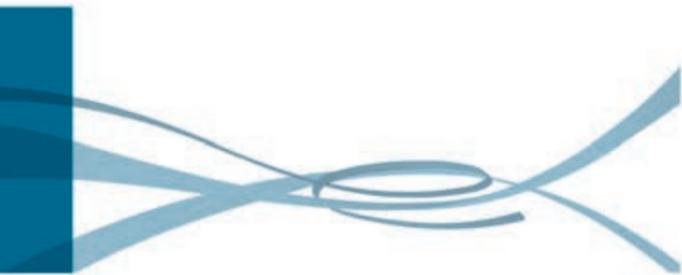
Daniel Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación
Javier Espina - Presidente del Consejo federal de Turismo
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Juan Marteatena - Secretario de Turismo de Jujuy
Fernando García Soria - Sec. de Turismo de Salta
Bernardo Racedo Aragón - Presidente del Ente Tucumán Turismo
Oscar Suárez - Director Nacional de Marketing y Promoción
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Mariana Giachino - Directora de Planes y Programas de Marketing Turístico
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo

Participantes:

Agüero, Mario Gustavo
Ahumada, Víctor

Alancay, Ariel
Alcorta, Daniela
Alcorta, Laura
Alessandro, Marcos
Altamira, Mariano
Álvarez, Patricia
Andrada, Mario
Antonietta, Alicia
Arévalos, Gustavo
Arias, Javier
Assaf, Héctor
Báez, Rodrigo
Barrionuevo, Álvaro
Barros, Claudia
Bazán, José Rafael
Best, Juan
Bobba, Liliana
Bocanera, Martín
Borigen, Celeste
Boucar, Agustina
Braun, Diego
Burgos, Facundo
Cafaro, Susana
Camba, Cecilia
Campetelli, Verónica Andrea
Canale, Daniel
Cardozo, Natalia
Carrillo, Joaquín
Casimiro, Gabriela
Caso, María Pía
Cejas, Marcelo
Cerone, Angelina
Chab Vives, Gloria
Checa, Alicia
Cheli, Gonzalo
Cifre, Marcela
Clemente, Paola
Colombres, Germendia
Contreras, Gustavo
Contreras, Homero Jorge
Copa, Nelson

Cornejo, Ana
Cornell, Francisco
Damasco, Natalia
De Martino, María Luz
Del Castillo, María Eugenia
Di Mecola, Gustavo
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Díaz, Fabián
Díaz, María Fernanda
Díaz, Pío Fernando
Duhart, Jorgelina
Escudero, Fernando
Estévez, Susana
Fernández, Emilio
García, Marcos
García Allievi, Ana Inés
Gauna, Leandro
Genoud, Ignacio
Gliubizzi, Ezequiel
Gómez, Juan María
Grenni, Luis
Guasp, Jorge
Guazzoni, Horacio
Guerra, Fernanda
Guerrero, Alexia
Guizzo, Ignacio
Gutiérrez, Lucas
Guzmán, Lorena
Hoyos, Graciela
Ibarguren, Alicia
Jovanovics, Sofía
Kaufman, Silvia
Lanati, Federico
Lapegrini, Daniela
Lauro, Agustina
Leiba, Rubén
Liberti, Antonio
Lizarraga, Rosa
Llanos, Mercedes
Llorente, Pilar



Turismo 2025

Lobo, Corina
Lovaglio, Cecilia
Lucero, Juan
Mármol, Laura
Martínez, Adrián
Mauger, Jorge
Mazzeo, Arturo
Menajovsky, Víctor
Mendieta, Pablo
Mercado, Diego
Molina, Roque
Montoya, Federico
Moreno, Cesar
Moreno, Claudia
Muñoz, Lina
Mura, Raúl
Navarro, Ángel Eduardo
Navarro, César
Nazar, Sandra
Noguera, Juana María
Norte, Federico
Ochotorena, Jimena
Oehcer, Carlos
Ortiz, José
Ovando, Hugo
Palombarani, Luciana
Pappalardo, Lucía
Patrón, Diego
Paz, Héctor
Peña, Mario
Pereira, Ana Sofía
Pereira, David
Perrone, Gabriel
Piccoli, Claudia
Piu, José
Pizarro, María Celia
Prone, Mariana
Pugliese, Paola
Quiroga, Carlos
Quiroga, Manuel
Quiroga, María Haydeé

Rementería, Evelina
Ricciardi, Daniela
Rivera, Carolina
Roberti, Natalia
Rodríguez Alzola, Carlos
Rodríguez Viudez, Esteban
Roldán, Florencia
Romero, Alicia
Romero, María del Carmen
Roncoroni, Paula Inés Del Valle
Salim, Gabriela
Sanin Millan, Emilia
Segobia, Edgardo Rolando
Serrano Antar, Nadia
Siciliano, Francisco
Soria, Soledad
Sosa, Marcelo
Stengurt, Carlos
Torrejón, Antonio
Torrejón, Sergio
Torres, Lara
Toscano, Patricia
Totino, Mireya
Vaca D´ amico, Laura
Valdecanto, Diego
Valdez, Ofelia
Van Balen Blanken, Sofía
Velasco, Mariano
Vera, Diego Sebastián
Verniers, Daniel
Villagra, Luis
Villanueva, Estanislao
Viñuales, Héctor
Von Buren, Lucía
Walter, Graciela
Yapura Astorga, Jorge
Ybarguren, Alicia
Zárate, Martín
Zavattieri, Armando
Zayas, Beatriz

**Foro de Diálogo Sectorial –
REGIÓN LITORAL**
Sede: Resistencia – Provincia del Chaco
Fecha: 28 y 29 de agosto 2013

Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Jorge Milton Capitanich - Gobernador del Chaco
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Martín Bulos - Secretario de Turismo, Comercio y Servicios de Santa Fe
Ignacio Saife - Subsecretario de Turismo del Chaco
Raúl González - Secretario de Turismo de Entre Ríos
Alberto Areco - Ministro de Turismo de Formosa
Horacio Blodeck - Ministro de Turismo de Misiones
Valeria Pellizza - Subsecretaria de Desarrollo Turístico
Gonzalo Casanova Ferro - Subsecretario de Calidad Turística
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Mariana Giachino - Directora de Planes y Programas de Marketing Turístico
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo

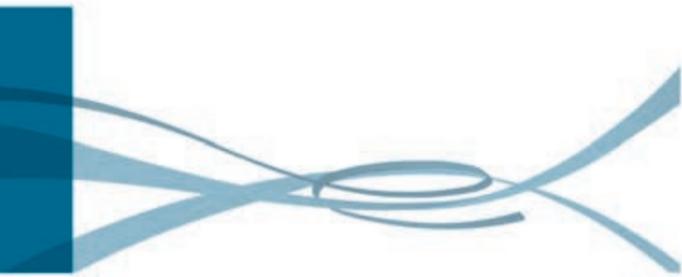
Participantes:

Abras, Adriana
Acevedo, Elsa Beatriz
Acosta, Noelia
Agú, María Luz
Alegre, Mercedes
Altamira, Mariano
Álvarez, Cristian

Álvarez, María Fernanda
Alvex, Mauricio
Araki, Manuel
Ares, Daniel
Arias, Sergio
Armando, Victoria
Arnedo, Carlos
Ayala, Adrián
Báez, Rodrigo
Bajar, Cristina
Barchuk, Julio
Bastillo, Anahí
Bel, Sebastián
Bellón, José
Benítez, Daniel
Berwanger, Sonia
Best, Juan
Bosso, Andrés
Braun, Diego
Bugnon, Marcial
Burzminski, Luis
Cacace, Sebastián
Cafaro, Susana
Camba, Cecilia
Campetelli, Verónica Andrea
Caporin, Andrea
Cardozo, Natalia
Cardozo, Víctor Armando
Carou, Marcelo
Casal, Raúl
Cerdán, Mariela
Ciccía, Victoria
Degiusti, Oscar
Dellamonica, Javier
Demarchi, Iván
Díaz, Agustina
Díaz, Antonella
Donadío, Pablo
Duarte, Horacio
Duran, Patricia
Durand, José Alberto

Dutra, Alberto Sebastián
Eichet, Nori Mabel
Encinas, Julio
Escobar, Gustavo
Escobar, Luis Alberto
Espósito, Andrea
Esquivel, Pilar
Evans, Patricio
Farina, Javier
Freddy, Iznardo
Fretti, Juan
Gaitan, Adriana
Galarza, Félix Antonio
Galiano, Ana María
Gaona, Daniel
García, Norma
Gauto, Marta
Gay, Jorge
Ghione, Marcelo
Giudici, Adrián
Gliubizzi, Ezequiel
Godoy, Fabián
Goldstein, Javier
Gutiérrez, Fernando
Haedo, Mariana
Hervas, José María
Kremar, Ariel
Kunkel, Astrid Sonia
Kunkel, Graciela
Lapegrini, Daniela
Laporta, Paula
Laprovitta, Fernando
Lauro, Agustina
Leguizamón, Carlos
Leiva, Norma
Lischinsky, Pablo
López, Fernando
Luján, Marcela
Maceri, Vanina
Maiuolo, Maricarmen
Marczak, Carolina

Marinucci, Alex
Mateos, Fernando
Mazzone, Claudio
Medrano, Marina
Mendoza, Mariano
Mettifogo, Viviana
Milani, Eugenio
Mitre, Melina
Molina Wellig, María Eugenia
Molinelli, Rosana
Moscoso, Florencia
Mozzati, Jorge
Murzyla, Roman
Ortiz, Luis
Ostrosky, José
Palacio, Marinela
Paladini, Diego
Panozzo, Octavio
Payos, Marcelo
Perín, Lucas
Perrone, Gabriel
Pertile, Elda
Piedrabuena, Luis
Piermarini, Silvia
Poggi, Eduardo
Posdeley, Jorge
Pozo, Horacio
Puentes, Raúl
Puntin, Amelia
Racedo, Graciela
Raimundo, Patricia
Ramírez, Amelia
Ramírez, Elías
Ricciardi, Daniela
Ríos, Alejandro
Roberti, Natalia
Robledo, Javier
Rodríguez, Alicia
Rodríguez, Elizabeth
Romero, Facundo
Romero, Norma



Turismo 2025

Rulfo, Gladys
Saad, María Laura
Sampayo, Mercedes
Sánchez, Feliz
Sánchez, Jorge
Santa Lucía, Aldo
Serial, Emilia
Spahn, Raúl
Suárez, Carlos
Suasnabar, Laura
Toledo, Miguel
Torres, Lara
Valenzuela, Mariela
Vallejos, Amílcar
Vázquez, Oscar
Verde, Rodrigo
Wielesiuk, Vanesa

**Foro de Diálogo Sectorial –
REGIÓN CUYO**
Sede: Mendoza – Provincia de Mendoza
Fecha: 20 y 21 de mayo 2013

Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Francisco Pérez - Gobernador de Mendoza
Javier Espina - Presidente del Consejo Federal de Turismo / Ministro de Turismo de Mendoza
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Dante Elizondo - Ministro de Turismo y Cultura de San Juan
María Celeste Sosa Rosales - Ministra de Turismo y las Culturas de San Luis
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Mariana Giachino - Directora de Planes y Programas de Marketing Turístico
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Antonio Torrejón - Asesor del Ministro
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo

Participantes:

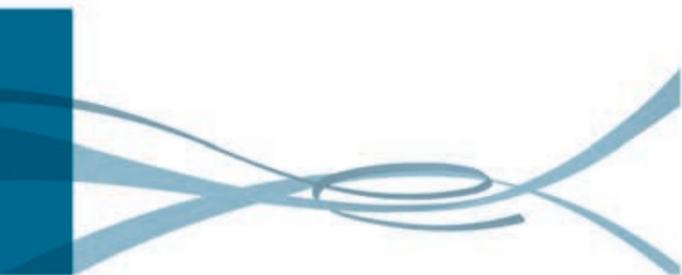
Abbate, Vicente Oscar
Agrolo, Javier
Agüero, Regina
Álamo, María Cristina
Alanís, Juan Carlos
Alcantara, Cristian
Altamira, Mariano
Alume Sbodio, Nayme Yasmina
Anunziata, Oscar
Anzorena Ceretti, Alicia María
Arellano, Andrés
Arnaez, Eliana

Atencio, Silvio Marcelo
Auger, Rosa María
Báez, Rodrigo
Balzarelli, Viviana
Barazatian, Susana
Barbera, Beatriz
Barbosa Camilla, Mara
Barroso, Mirta Adela
Bay, Gastón
Bazze, Pablo
Becerra, Valeria Soledad
Best, Juan
Biagiotti, Silvana
Blanco, Andrea
Braun, Diego
Buscema, Gladys
Bustos, Mariela
Cabrera, Viviana
Cadile, Daniel
Cafaro, Susana
Caldentey, Susana
Camba, Cecilia
Camera, Sergio
Campetelli, Verónica Andrea
Cámpora, Rolando
Canales, Martina
Cardozo, Natalia
Castellano, Fernando
Castillo, Ana María
Castillo, Elizabeth Nelly
Cauzzo, Omar
Chab Vives, Gloria
Chávez, Gustavo Ariel
Chiaradio, Mauricio
Cortez, Diego
Crespo, Marcelo
Cuello, Stella Maris
Dasso, Alejandra Yamile
De Andrea, Deborah
De Martino, María Luz
Di Pasquo, María de los Ángeles

Díaz, Antonella
Díaz, Elizabeth
Díaz, Esteban
Espejo, Pedro Horacio
Fernández, Emilio
Ferra, Mónica
Ferreira, Viviana
Flores, Federico
Flores, Graciela
Flores, Marcelo Javier
Flores, Miguel Ángel
Flores, Nelson
Fotti, Mirian Lujan
García Nieto, Pablo
Garepia, Pablo
Gasquez, María Natalia
Gatta, María Cecilia
Gimenez Bacur, Gustavo Ariel
Gliubizzi, Ezequiel
Gómez, Jorge Antonio
Gontero, Miguel Ángel
González Santa Cruz, Miguel Ángel
González, Floridor
González, Luis
González, Rosana
González, Silvia
Gordillo, Mónica
Graffigna, Belén
Griotto, Gabriel
Grynszpan, Claudia Alicia
Gunella González, Laura Noelia
Hernández, Oscar
Herrera, Andrea
Herrera, Germán Eduardo
Herrera, Sebastián
Hinojosa, Marcela
Igualeda, María Eugenia
Lancelotti, María Lorena Gabriela
Lapegrini, Daniela
Laspiur, Renato
Licciardi, Alfredo

Lucero, Carlos Alberto
Machado, Javier Alejandro
Marabini, Pedro Armando
Martínez, Adrián
Mendoza, Marina
Mercado, Facundo
Merenda, Osvaldo
Miranda, Lucía
Morales, Cristian
Moreno, Aníbal
Moretti, Graciela
Narváez, Pedro Orlando
Navarro, Diego
Navarro, Susana Graciela
Navio, Rodolfo
Ojeda, Marcela Viviana
Ortiz, Yamille
Paggi, Romanella
Paoloni, Norma María
Pavese López, Luciana
Pedernera, Javier
Pérez, Julio César
Perín, Lucas
Perrone, Gabriel
Pombo, Roberto Jorge
Ponce, Liliana Edit
Quinteros, Gabriela Marina
Quinteros, Javier
Ramírez, Norberto
Ricciardi, Daniela
Rilli, Mario
Risatti, María Fernanda
Roberti, Natalia
Rodríguez, Fernando
Rojas, Daniel
Romero Borri, Gustavo Aníbal
Romero, Mario Adrián
Ropocioli, Alejandra
Sánchez, Fernando
Sánchez, María Susana
Sansone, José Carlos

Santandreu, María Marcela
Sarome, Maximiliano
Sat, Alejandra
Savino, Cynthia
Scafatti, Elsa
Segade, Alberto
Sepak, Alexander
Silvera, Ricardo Víctor
Sladogna, Mónica
Solís, Evangelina
Soria, Guadalupe
Sottano, Verónica
Tallara, Luis
Tamargo, Elena
Tognelli, Sergio
Toro, Isabel
Torres, Lara
Totino, Mireya
Varese, Raúl
Vega, Rubén
Velasco Videla, María Valeria
Velasco, Mariano
Videla Yuvel, Mónica
Villarruel, Daniela
Yafar, Silvia



**Foro de Diálogo Sectorial –
REGIÓN CÓRDOBA**
**Sede: Villa Carlos Paz – Provincia
de Córdoba**
Fecha: 10 de junio 2013

Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Daniel Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación
Esteban Avilés - Intendente de Villa Carlos Paz
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Alejandro Schiavi - Subsecretario de Coordinación MINTUR
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Mariana Giachino - Directora de Planes y Programas de Marketing Turístico
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Antonio Torrejón - Asesor del Ministro
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo
Walter Gisper - Presidente Consejo de Representantes de Villa Carlos Paz
Oscar Antonio - Secretario de Turismo de Villa Carlos Paz
Daniel Gómez - Presidente del Tribunal de Cuentas de Villa Carlos Paz

Participantes:

Aguilera, Andrés
Altamira, Mariano
Altamirano, Eduardo
Anders, Hernán
Antonio, Oscar
Antos, Germán
Aoki, Natalia

Arangonez, Eva Nancy
Avenidaño, María Gabriela
Ávila, Miguel
Avino, Sebastián
Báez, Rodrigo
Barnes, Juan Pablo
Bastián, Javier
Bessone, Franco
Best, Juan
Bocca, Laura Angélica
Bonadera, Enrique
Bramamonte, Rosario Beatriz
Braun, Diego
Bringas, Pablo
Cafaro, Susana
Calarco, María Valeria
Camba, Cecilia
Camena, Hugo
Camerucci, Diego
Campetelli, Verónica Andrea
Cantarutti, José Luis
Cardozo, Natalia
Carletti, Mario
Catalfo, Valeria
Chab Vives, Gloria
Coseani, Rosalba
Cuello, Stella
Dadone, Mario
Dávalos, Paola
Delich, Antonio
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Dragonetti, Cecilia
El Oso
Esquis, Alberto
Farah, Miguel
Fernández, Guillermo
Fernández, Martín
Fernández, Teodoro
Flores, Gabriela
Fragoso, Mabel

Galloni, Cristina
García, Andrea
Giménez, Santiago Salvador
Gliubizzi, Ezequiel
González Corvelli, Constanza
González, Esteban
González, Miguel
Hissa, Sebastián
Jair, Claudio
Judas, Ramos
Lapegrini, Daniela
Larivey, Darío
Lascano, Alicia Estela
Lega, Alejandra
Leloutre, Alejandra
Lorat, Silvia
Lorenzo, Martín
Maran, Elvio
Marsilli, Norma Lucía
Miranda, José Luis
Molinelli, Rosana
Mut Coll, Sol
Nicollier, Fabrizio
Nieva, Vanesa
Odasso, Gonzalo José
Parello, Lucía
Paz Margonari, Nazareth
Paz, Marcela
Peralta, Romina Carolina
Peretti, Liliana
Pérez Altamirano, Estefanía
Perrone, Gabriel
Peters, Verónica
Pierini, Hugo
Piñero, Luis
Pozzi, Carlos
Quiroga, María Verónica
Quiroga, Rocío
Raccaro, Stella Maris
Ramallo, Silvia
Resolani, Walter

Rey, Griselda
Ribaldo, Analía Inés
Ricciardi, Daniela
Roberti, Natalia
Romero, Adrián
Romero, Mónica
Roqué, Gustavo Adolfo
Rosas, Patricia
Rueda, Marisa
Sabadin, Oscar
Sánchez, Alexis
Sánchez, Álvaro
Sánchez, Silvana
Santa Cruz, Sandra
Scarpitto, Francisco
Sgubini, Pablo
Sisterna, Fernanda
Tejeiro, Raúl
Torres, Lara
Totino, Mireya
Trucco, Eduardo
Vázquez, Gladys Jaquelina
Vega, Mónica
Veléz, Patricia
Venol, Daesia
Verdinelli, Alberto Enrique
Vicco, Jorge Omar
Zárate, Martín
Zuzaya, Elizabeth

**Foro de Diálogo Sectorial –
CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES**
Sede: Ciudad de Buenos Aires
Fecha: 10 de septiembre 2013

Autoridades:

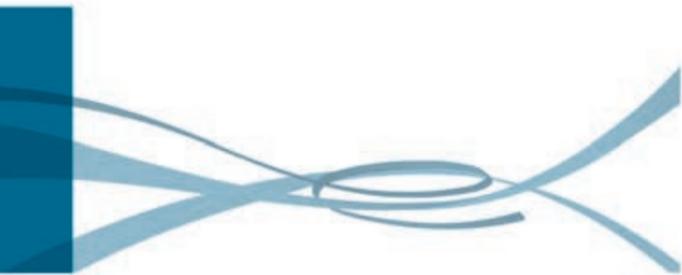
Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Hernán Lombardi - Ministro de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires
Miguel Gutiérrez - Subsecretario de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Mariana Giachino - Directora de Planes y Programas de Marketing Turístico
Mariana Pérez Márquez - Directora de Desarrollo de la Oferta
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo

Participantes:

Akrabian, Gabriela
Albini, Silvia
Alt, Sergio
Angrigiani, Cecilia
Astudillo, Carolina
Báez, Rodrigo
Baguette, Leonardo
Barbieri, Raúl
Bardeci, Néstor
Batista, Miguel
Best, Juan
Betró, Ricardo
Biagiotti, Silvana
Blanco, Alejandra



Boente, Elena
Braun, Diego
Burman, Julio
Cafaro, Susana
Camba, Cecilia
Campetelli, Verónica Andrea
Cardozo, Natalia
Carricaburu, Andrea
Casoy, Anabela
Casoy, Gastón
Castro, Analía
Castro, Augusto
Chab Vives, Gloria
Chaina, Soraya
Chervo, Maximiliano
Cifone, María Teresa
Clavell, Pablo
De la Rúa, Santiago
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Dzembrowski, Jéscica
Esper, Federico
Espina, Carlos
Estévez, Leticia
Fabbroni, Mariana
Feijoo, José Luis
Ferrari, Noemí
Fragoso, Mabel
Fraschino, Isabel
Gaggietta, Hernán
Gallino, Eva
Gaona, Gustavo
García Allievi, Ana Inés
García Clabuig, Facundo
García, Marcelo
Gliubizzi, Ezequiel
Gómez, Gabriela
González, Cristian
González, Sergio
Graziani, María
Guaita, María Inés



Guberman, Carlos
Guerrero, Guadalupe
Gutiérrez, Diego
Heredia Tello, Flavia
Heredia, Ignacio
Itzkovici, Daniel
Julio, Gabriela
Kapusta, Mónica
Karabaitis, Alejandra
Lapegrini, Daniela
Lauro, Agustina
Lemos Ibarra, Carmen
Ljelman, Mario Daniel
Locascio, Florencia
Lombardi, Osvaldo
Losa, Horacio
Mabib, Damián
Maglier, Juan Pablo
Maiuolo, Maricarmen
Manzella, Daniel
Millet, Annie
Molina, Patricia
Montes, Pablo
Novillo, Gonzalo
Oddino, Federico
Ohago, Jorge Alberto
Onís, Guillermo
Paolo, Oscar
Pérez, Patricia
Pérez, Santiago
Perín, Lucas
Perticone, Karina
Pistolesi, Romina
Plastina, Humberto
Ricciardi, Daniela
Roberti, Natalia
Roces, Sebastián
Rodríguez, Claudio
Rossani, Martín
Sálico, Helena
Sanchez Magnoni, Marta

Sánchez Wrrba, Javier
Scchiavaro, Alejandro
Schiaretti, Alicia
Siddeta, Beatriz
Torres, Lara
Totino, Mireya
Vandam, María
Vázquez, Ezequiel
Vigatto, Silvana
Villamayor, María Lorena
Vinagura, Mariano
Vizcay, Alejandra
Werner, Federico
Wernli, Lucila
Zárate, Martín

**Foro de Diálogo Sectorial –
REGIÓN BUENOS AIRES**
**Sede: San Antonio de Areco –
Provincia de Buenos Aires**
Fecha: 1 y 2 de julio 2013

Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Daniel Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación
Francisco Durañona - Intendente de San Antonio de Areco
Horacio Reppucci - Secretario de la Cámara Argentina de Turismo
Ignacio Crotto - Secretario de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
Oscar Suárez - Director Nacional de Marketing y Promoción
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo
Andrés Ziperovich - Director de Turismo de San Antonio de Areco

Participantes:

Albini, Silvia
Aller, María Emilia
Andrés, Javier
Andueza, Florencia
Aracedo, Ana Rosa
Arreyes, Cecilia
Arzoide, Néstor
Báez, Rodrigo
Baldini, Alfredo
Barbeito, Nélica
Bardeci, Néstor
Beade, Mario
Best, Juan

Braun, Diego
Cabral, Ruth
Camba, Cecilia
Campetelli, Verónica Andrea
Cardozo, Natalia
Centurión, María Celina
Chiodini, Cristian
Ciccia, Victoria
Cimolai, Eduardo
Cueto, Alberto
De Martino, María Luz
Del Papa, María Agustina
Derqui, Santiago
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Esper, Federico
Galli, Patricio
Ganduglia, Sofía
García Allievi, Ana Inés
García, Soledad
Giachino, María Clara
Giménez, Soledad
Gliubizzi, Ezequiel
Gómez Núñez, Manuela
Gontín, Alicia
González Guerenio, Guillermo
Griffini, Héctor
Guaita, María Inés
Gulli, Flavio
Itzkovici, Daniel
Julio, Gabriela
Kopecek, Julián
Labarthe, Beba
Langan, María Silvia
Lapegrini, Daniela
Lauro, Agustina
Lesdema, Pablo
Llanos, Martín
Loyola, Daniel
Maiuolo, Maricarmen
Malagamba, Juan Martín

Martínez, Claudia
Mesa, Aldana
Montes, Mara
Muiño, Ricardo
Otero, María Amalia
Palavecino, Angélica
Paulovic, Virginia
Ricciardi, Daniela
Roberti, Natalia
Rodríguez Viudez, Esteban
Romero, Adriana
Russo, María
Russo, Nicolás
Sálico, Helena
Thiel Ellul, Daniela
Torre, Rodrigo
Torres, Lara
Torres, Yanina
Urruty, Valeria
Vallestino, Sofía Cecilia
Vezzoso, Susana
Villaverde, José María
Vorano, Gustavo
Wieleysiuk, Vanesa
Yanes, José
Zanoni, Leandro

**Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN
BUENOS AIRES**
**Sede: Mar del Plata – Provincia de
Buenos Aires**
Fecha: 27 de septiembre 2013

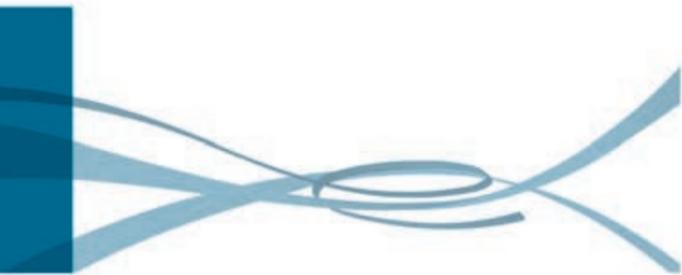
Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Fernando Gorbarán - Vicepresidente primero de la Cámara Argentina de Turismo
Ignacio Crotto - Secretario de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
Patricia Vismara - Subsecretaria de Promoción Turística Nacional
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Antonio Torrejón - Asesor del Ministro
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo
Pablo Fernández - Presidente EMTUR Mar del Plata

Participantes:

Agesta, María Eugenia
Agüero, Karina
Aguirre, Juan
Aller, María Emilia
Altamira, Mariano
Andueza, Florencia
Aracedo, Ana Rosa
Arroyo, Margot
Ayerdi, Pilar
Badino, Carina
Báez, Rodrigo
Balatti, María Paula
Baldini, Alfredo
Bardisa, Ariel





Turismo 2025

Barrera, Verónica
Beade, Mario
Beber, Ana Carolina
Behr, Natalia
Benseny, Graciela
Best, Juan
Biasone, Ana
Bone, María Eugenia
Borda, Wanda
Calvano, Ezequiel
Cases Mazzina, Jorgelina
Cerchiara, Silvia
Ciccía, Victoria
Cilesia, Florencia
Cimolai, Eduardo
Cols, Mariana
Condenanza, Alberto
Cora, Marcelo
Corral, Alejandra
Cuello, Matías
De la Colina, Hernán
De Martino, María Luz
Del Papa, María
Derqui, Santiago
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Doglio, Sandra
Elichabe, Fernando
Farberoff, Nahuel
Fernández Testa, Diego
Fernández, Sergio
Ferro, Eduardo
Fonte, Walter
Francano, Carlos
Gaertner, Ingrid
García, María Soledad
García, Ricardo
Geretto, Roberto
Giachino, Clara
Giacomucci, María
Gliubizzi, Ezequiel

Goicochea, Angélica
Gott Frit, Guillermo
Heguel, Jorge
Hernández, Sabrina
Imbert, Delia
Irribarren, María
Kovac, Cecilia
Laffan, Leandro
Lantarón, Karina
Lapegrini, Daniela
Lastagaray, Virginia
Laugan, María
Lauro, Agustina
Ledesma, Pablo
Lijoi, Carlos
Lopresto, Verónica
Maceira, Mercedes
Manso, Claudia
Mantero, Juan
Mantero, Juan Carlos
Marianelli, Rosana
Marinovic, Pedro
Martín, Ana
Martín, Patricia
Martínez, Luis
Medina, Gustavo
Meza, Aldana
Michelli, Francisco
Molano, Julia
Molina Wellig, María Eugenia
Montalbán, Marisol
Muiño, Ricardo
Nieva, Verónica
Orazi, Mónica
Pagliardini, Carlos
Palacios, Ernesto
Palena, Eduardo
Palozzo, María Belén
Pereyra, Andrea
Perín, Lucas
Perrone, Gabriel

Pinassi, Carlos Andrés
Pizzini, María Fernanda
Pocai, Pamela
Poggioli, Jorge
Protti, Luis
Purciarello, Gladys
Quinteros, Carolina
Resnik, Pamela
Ricci, Mariela
Roberti, Natalia
Rodríguez, Cecilia
Rodríguez, Lorena
Russo, Nicolás
Rustichelli, René
Saferstein, Daniela
Sendón, Isabel
Sensini, Noelia
Serra, Juan Ignacio
Silva, Alejandra
Simonetti, Roberto
Sosa, Gustavo
Tessi, Alejandra
Testa, Rubén Darío
Torre, Rodrigo
Urruty, Valeria
Usai, Analía
Votane, Gustavo
Wielesiuk, Vanesa
Zaballa, Esteban
Zanoni, Leandro
Zárate, Martín
Ziperovich, Andrés
Zoraidez, Juan

**Foro de Diálogo Sectorial –
REGIÓN PATAGONIA**
Sede: Neuquén – Provincia del Neuquén
Fecha: 5 y 6 de septiembre 2013

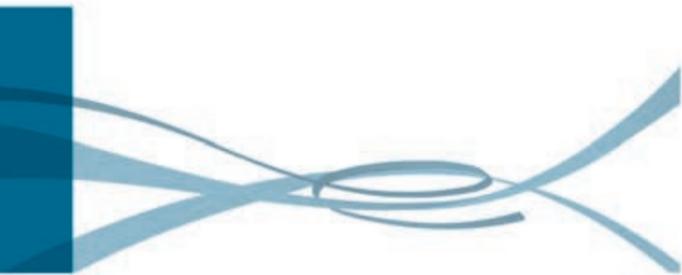
Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Daniel Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación
Ana María Ianni - Diputada Nacional
Javier Espina - Presidente del Consejo Federal de Turismo
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Beatriz Villalobos - Subsecretaria de Turismo del Neuquén
Ángel Rovira Bosch – Ministro de Turismo, Cultura y Deporte de Río Negro
Santiago Amsé - Secretario de Turismo de La Pampa
Gonzalo Casanova Ferro - Subsecretario de Calidad Turística
Carlos Martínez - Director Nacional de Prestaciones Turísticas
Mariana Giachino - Directora de Planes y Programas de Marketing Turístico
Mariana Pérez Márquez - Directora de Desarrollo de la Oferta
Verónica Llambrich - Directora de Formación en Turismo
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Miriam Capasso - Secretaria Ejecutiva del Ente Patagonia
Mónica Montes Roberts - Directora de Planificación e Investigación del Mercado Turístico del Chubut
Ramiro Alem - Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Turismo

Participantes:

Acuña, Patricia
Agostini, Cristian
Aguilar, María del Carmen
Altamira, Mariano
Amado, María Rosa
Amarilla, Alberto Hugo
Andrés, Juan Manuel
Antivero, Soledad
Antoci, Viviana
Báez, Rodrigo
Bardanca, Juan Pablo
Barrandeguy, Ana Laura
Barrer, Elizabeth
Beascocha, Orfelía
Best, Juan
Bonafoux, Silvina
Braun, Diego
Cabello, Noelia Yamila
Cafaro, Susana
Calore, Débora
Camacho, Ana
Camba, Cecilia
Cametto, Ricardo
Campetelli, Verónica Andrea
Canciani, Laura
Cardozo, Natalia
Cervio, Margarita
Chab Vives, Gloria
Chameli, Yanina
Ciccía, Victoria
Cis, Jorge
Cvitanovich, Iván Nicolás
De Martino, María Luz
Debans, María
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Domínguez, Daniel
Dupén, María Gabriela
Espinosa, Carlos
Failla, Rosalba

Figueras, Cristian
Focarrazzo, Marisa
Folmer, Oscar
Fontán, Gloria
Fratto, Víctor
Gaccio, Mary
García Allievi, Ana Inés
García Leyenda, Marcelo
García, Marta
Gentile, Hernán
Gingins, Celina
Gliubizzi, Ezequiel
González Gahan, Damián Nicolás
González, Adriana
González, Carolina
Güimic, Andrea
Hernández, Romina
Hollmann, María Eugenia
Ibacache, Fabiana
Janeiro, Claudia
Jauregui, María Cristina
Komacok, Patricia
Lapegrini, Daniela
Lavallen Kenny, Celina
Lazos, Cristina
Locascio, Florencia
Lopatin, Vanina
Lores, Diego
Maletti, Ernesto
Mancini, Marcelo
Martínez, Adrián
Martínez, Catalina
Martínez, Graciela
Martínez, Servando
Martini, Roberto
Mastrogiuseppe, Eduardo
Mattio, Fiorella
Medel, Martín
Mendoza, Mirta
Messina, Mariela
Meza, Elbio Argentino



Molinelli, Rosana
Molins, María Carolina
Monsalves, Cintia
Montesino, María Inés
Morán, Mabel
Morán, Néstor
Muñoz, Daniela
Musa, Gladys
Mux, Gladys
Neil, Carolina
Núñez, Federico
Ordóñez, Jorge
Otero, Adriana
Pereyra, Ana
Perín, Lucas
Perrone, Gabriel
Portillo, María Andrés
Poymulle, Hernán
Puerta, Lucas
Ricciardi, Daniela
Rigo, Karina
Ripoll, Fabiana
Riquelme, Patricia
Rivanera, Sebastián
Roberti, Natalia
Robles, Yésica
Rodríguez, Ana Paula
Rodríguez, Elisa
Rodríguez, Mariana
Rodríguez, Myriam
Rosales, Alejandro
Russo, Carolina
Russo, Julio Jesús
Salvo, Rene
Sánchez Pascal, Nadia
Sánchez, Augusto
Santarelli, Hernán
Santiago, Laura
Sartori, Jorge
Saturio, Henry
Semfelt, Soledad

Sepúlveda, Fermín
Sierra, Gabriela
Soria, Federico
Stefanazzi, Florencia
Subiarbehere, Florencia
Szwarzhabel, Jorge
Toros Scorians, Claudia
Torres, Lara
Totino, Mireya
Urquiza, Ivana
Vázquez, Aixa
Vellido, Salvador
Vergara, Rolando
Vermeulen, Clarisa
Vernegio, María Cristina
Vizcay, Alejandra
Wonham, Diego

ENCUENTRO DE LÍDERES DEL TURISMO

Sede: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Fecha: 12 de noviembre 2013

Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Daniel Pablo Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación
Javier Espina - Presidente del Consejo Federal de Turismo
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo

Equipo Técnico:

Báez, Rodrigo
Braun, Diego
Camba, Cecilia
Campetelli, Verónica Andrea
Cardozo, Natalia
Ciccia, Victoria
Di Pasquo, María de los Ángeles
Díaz, Antonella
Gliubizzi, Ezequiel
Guzmán, Ángel
Ricciardi, Daniela
Roberti, Natalia
Torres, Lara

Autoridades participantes:

Alem, Ramiro
Amsé, Santiago
Antonio, Oscar
Aversa, Florencia
Badr, Martín
Bakker, Germán
Barbieri, Raúl
Beltritti, Elisa
Blasi, Elena
Blodek, Horacio

Boiko, Betiana
Bulos, Martín
Capasso, Miriam
Casal, Raúl
Casanova Ferro, Gonzalo
Casoy, Gastón
Chiesa, Raúl
Corvalán, Carlos
Cuesta, Marcela
Del Castillo, María Eugenia
Díaz, Roberto Diego
Esper, Federico
Espina, Javier
Focarazzo, Marisa
Gaona, Daniel
García, Daniel
García, Marcelo
Gavric, Alejandro
Giachino, Mariana
González Bender, Maya
Gorbarán, Fernando
Grynspan, Claudia
Gutiérrez, Diego
Lanati, Federico
Leloutre, Alejandra
Llambrich, Verónica
Lonac, Alicia
López, Clelia
Maldonado, Ricardo
Martearena, Juan
Martínez, Carlos
Millet, Annie
Montes Roberts, Mónica
Muro, Marta
Nemesio, María Cristina
Oliver, Rodrigo
Ovejero, César Mariano
Pellizza, Valeria
Pérez Márquez, Mariana
Ponferrada, Natalia
Puntín, Alicia

Roggero, Sergio
Rovira Bosch, Ángel
Saife, José Ignacio
Sánchez Magnoni, Marta
Sans, Alejandro
Sepak, Alexander
Sket, Matías
Stur, Adrián
Thiel Ellul, Daniela
Viñuales, Héctor
Vismara, Patricia
Wallingre, Noemí
Zonza Nigro, Carlos

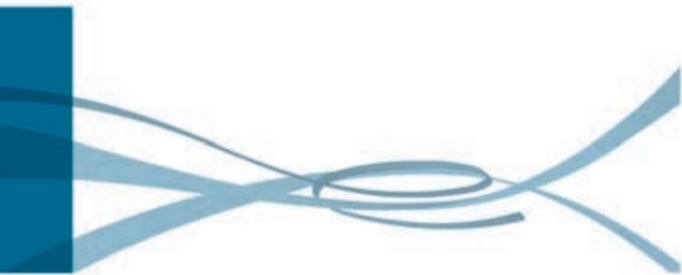
ENCUENTRO FEDERAL DE VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO ESTRATÉGICO DEL PFETS 2025

Sede: Pilar – Provincia de Buenos Aires
Fecha: 29 y 30 de septiembre 2014

Autoridades:

Carlos Enrique Meyer - Ministro de Turismo de la Nación
Daniel Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación
Oscar Ghezzi - Presidente de la Cámara Argentina de Turismo
Valeria Pellizza - Subsecretaria de Desarrollo Turístico
Patricia Vismara - Subsecretaria de Promoción Turística Nacional
Gonzalo Casanova Ferro - Subsecretario de Calidad Turística
Alejandro Schiavi - Subsecretario de Coordinación
Alicia Lonac - Directora Nacional de Desarrollo Turístico
Oscar Suárez - Director Nacional de Marketing y Promoción
Verónica Llambrich - Directora Nacional de Calidad Turística
Mariana Pérez Márquez - Directora de Desarrollo de la Oferta
Elena Blasi - Directora de Inversiones Turísticas
Rodrigo Oliver - Director de Estudios de Mercado y Estadística
Mora Dicembrino - Directora de Marketing
María Cecilia Díaz - Directora de Registro de Agencias de Viaje
Roberto Palais - Secretario Ejecutivo INPROTUR
Marcela Cuesta - Directora de Promoción INPROTUR
Adrián Contreras - Coordinador de la Coordinación de Enlace del CFT
Germán Bakker - Coordinador General del PFETS
Antonio Torrejón - Asesor del Ministro





Participantes:

Abalos, Gastón
Alegre, Mercedes
Alem, Ramiro
Andueza, Julieta
Arone, Franco
Arrieta, Silvina
Aversa, Florencia
Báez, Rodrigo
Barbieri, Raúl
Barrionuevo, Álvaro
Beltritti, Elisa
Best, Juan
Bino Raya, Rosanna
Busquets, Jordi
Camba, Cecilia
Campetelli, Verónica Andrea
Capasso, Miriam
Cardozo, Natalia
Casanova Ferro, Gonzalo
Casimiro, Gabriela
Cauzzo, Omar
Cerone, Angelina
Chervatin, Juan Carlos
Cornejo, Ana
Cortez, Alberto
De Figueredo, Gustavo
De Luca, Adriana
Del Castillo, María Eugenia
Dellamonica, Javier
Derqui, Santiago
Di Pasquo, María de los Ángeles
Durán Vaca, Patricia
Escobar, Luis
Escobar, María Gabriela
Esper, Federico
Estévez, Leticia
Fabbroni, Mariana
Failla, Rosalba
Feijoo, José Luis
Fiameni, Maximiliano

Figueroa, María Julia
Finocchietti, Enrique
Folmer, Oscar
Fragoso, Mabel
Gaona, Daniel
García Calabuig, Facundo
García, Daniel
García, Marcelo
Gauna, Leandro
Gliubizzi, Ezequiel
Gontero, Miguel Ángel
Guzmán, Ángel
Ibañez, Mariana
Julio, Gabriela
Karavaitis, Alejandra
Kaufman, Silvia
Lanati, Federico
Lapegrini, Daniela
Maiuolo, Maricarmen
Martínez, María Belén
Miranda, Lucía
Molina, Patricia
Montes Roberts, Mónica
Montesano, Ailén
Morales, Cristina
Muro, Marta
Navarro, Sergio
Paats, Willie
Paccot, Alejandro
Páez Allende, Carlos José
Pérez, Lucía
Ponce, Lucía
Priore, Romina
Puccio, Hilda
Quiroga, Marcelo
Ramírez, Norberto
Resnik, Pamela
Rey, Griselda
Ricciardi, Daniela
Roberti, Natalia
Roca, Alejandro

Romero, Adriana
Rulfo, Gladys
Russo, Nicolás
Sánchez Magnoni, Marta
Sartor, Hugo
Schiaretti, Alicia
Sket, Matías
Sótano, María Verónica
Stefanazzi, Florencia
Taddeo, Ricardo
Tareli, Juan Pablo
Thiel Ellul, Daniela
Torres, Lara
Totino, Mireya
Trevisan, Pablo Daniel
Vandam, María
Visuales, Héctor
Vizcay, Alejandra
Vorano, Gustavo

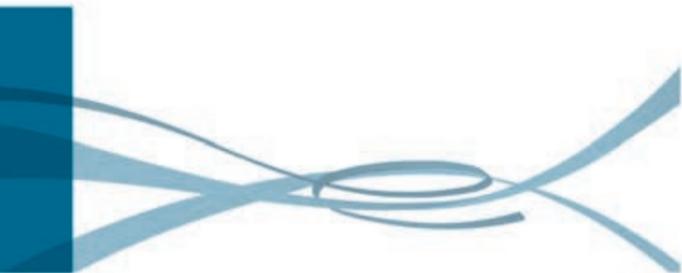
AGRADECIMIENTOS

Adriana Lauro
Alejandra Montenegro
Alfredo Martínez
Alicia Caruso
Alicia Pereyra
Ana Balabusic
Ana Gabioud
Ana Granero
Ana Julia Montenegro
Andrés Jiménez
Carlos Podestá
Carlos Ruscio
Carolina Di Perna
Cecilia Corti
Cecilia Franza
Cecilia Morales
Celeste Sosa
Cielo Godoy
Claudia García Diamanti
Claudia González
Claudia Molina
Clelia López
Cristina Bayer
Cristina Gimelli
Cristina San Martín
Damián Damico
Daniela Kusich
Diego Bakirdjian
Eduardo Müller
Eugenia Razquin
Eva Mazzuchi
Florencia Moscoso
Florencia Solarí
Gabriel Rodas
Gabriela Girini
Georgina Hernández Díaz
Gladys Purciarello
Graciela Zanghi
Guido Tesone

Gustavo Mones Ruiz
Gustavo Topic
Helena Havrylets
Hugo Sartor
Ivana Reales
Jimena Lacorazza
Jimena Sanz
Jorge Di Pascua
Jorge Gorostarzu
Juan Maldonado
Juan Manuel Aranda
Juan Manuel Rivas
Juan Pablo Beldomenico
Juan Pablo Tarelli
Juan Pablo Viscussi
Juan Sagalá
Julio Montenegro
Leandro Baleani
Leandro Gómez
Leandro Heredia
Leonor Abuin
Leticia Hümöller
Luciana Mazzini
Luciana Torres
Luisina Dri
Luz Meregalli
Magdalena Aparicio
Marcela Berthelot
Marcelo Almida
María Alejandra Bonomo
María Belén Morbelli
María Elena Caramuto
María Fernanda Lago
María Teresa Ferro
Mariana Kossoy
Mariana López
Mariano Maganini
Marta Sánchez Magnoni
Martín Rivas
Maya González Bender
Melina Romero

Turismo 2025

Mónica Correa
Nadia Auton
Nahir Chabeldin
Natalia Recio
Nicolás Maquieira
Nora Audisio
Pamela Resnik
Paola Soruco
Paula Conforti
Paula Vilas
Priscila O´ Connor
Randolfo Segura
Rodrigo Pazos
Sandra Blanco
Sandra Martínez
Sergio Botelo
Soledad López Champs
Viviana Graiño
Yanina Marconi
Yanina Russino



Turismo 2025

Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN CUYO
Sede: Mendoza – Provincia de Mendoza



Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN PATAGONIA
Sede: Neuquén – Provincia del Neuquén



Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN NORTE
Sede: Salta – Provincia de Salta



Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN BUENOS AIRES
Sede: San Antonio de Areco – Provincia de Buenos Aires



ENCUENTRO DE LÍDERES DEL TURISMO
Sede: Ciudad Autónoma de Buenos Aires



Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN LITORAL
Sede: Resistencia – Provincia del Chaco



Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN CÓRDOBA
Sede: Villa Carlos Paz – Provincia de Córdoba



Foro de Diálogo Sectorial – REGIÓN BUENOS AIRES
Sede: Mar del Plata – Provincia de Buenos Aires



ENCUENTRO FEDERAL DE VALIDACIÓN TÉCNICA DEL
DISEÑO ESTRATÉGICO DEL PFETS 2025
Sede: Pilar – Provincia de Buenos Aires



ACTA COMPROMISO 2015

Bajo la visión de un proyecto nacional que avizora una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa; donde el turismo es considerado un derecho ciudadano y un sector productivo generador de riqueza y equidad social.

Con la fuerte convicción de seguir acompañando las políticas implementadas que posibilitaron construir el camino conjunto hacia la transformación turística de Argentina, profundizando un desarrollo turístico centrado en la mejora de la calidad de vida de residentes y visitantes de nuestro país.

Los principales actores institucionales del turismo nacional reafirmamos nuestra voluntad y compromiso de continuar implementando los preceptos acordados en el **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025**, como herramienta sustantiva de una política de Estado que garantiza la conservación del patrimonio turístico nacional y un desarrollo turístico sustentable, de carácter federal e inclusivo.

Javier Espina



Oscar Ghezzi



Mariano Recalde



Carlos Enrique Meyer



Juan Carlos Chervatin



Elisa Beltritti

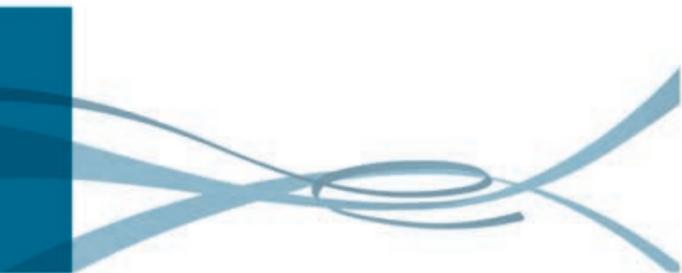


María Alejandra Gazzera



Carlos Corvalan





TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO

- 1.1. Modelo de desarrollo turístico nacional. 46.
- 1.2. Ley Nacional de Turismo. 50.
- 1.3. Institucionalidad del Turismo argentino. 56.



DEL MODELO AL PLAN

- 2.1. Proceso de formulación del PFETS 2025. 64.
- 2.2. Los Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico. 71.
- 2.3. Visión. 76.
- 2.4. Misión. 76.
- 2.5. Objetivo general. 77.
- 2.6. Objetivos específicos. 77.
- 2.7. Enfoque estratégico. 77.



DE LA ESTRATEGIA A LA GESTIÓN

- 3.1. Objetivos estratégicos. 80.
- 3.2. Cuadro estratégico. 82.
- 3.3. Acciones estratégicas. 84.



LA GESTIÓN PLANIFICADA: 10 AÑOS DEL PFETS

- 4.1. La gestión en el territorio. 110.
- 4.2. Gestión de la calidad para el mejoramiento de productos, destinos y personas. 114.
- 4.3. Conservación del patrimonio para el fortalecimiento de los destinos. 116.
- 4.4. Desarrollo de productos y destinos para la inclusión social. 118.
- 4.5. Modelo integral de inversión turística. 120.
- 4.6. Infraestructura de base para la conectividad. 122.
- 4.7. Conectividad aérea de bandera. 124.
- 4.8. Presencia argentina en el mundo. 126.
- 4.9. Esquema federal de promoción para el turismo interno. 128.
- 4.10. Sistema de Información y Estadística Turística – SIET. 130.
- 4.11. Articulación institucional para la sustentabilidad política de la gestión. 132.



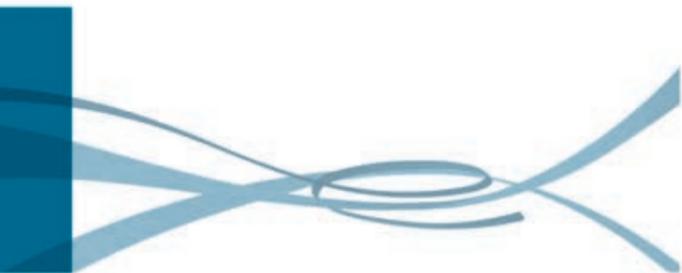
DESARROLLO CON INCLUSIÓN SOCIAL

- 5.1. Lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico de Argentina. 136.
- 5.2. Gestión operativa. 138.
- 5.3. Principales líneas de trabajo. 140.
- 5.4. Balance de la gestión del desarrollo turístico en Argentina. 152.



CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO TURÍSTICO NACIONAL

- 6.1. Evolución estratégica de la Administración de Parques Nacionales. 158.
- 6.2. Objetivos de la Administración de Parques Nacionales. 166.
- 6.3. La Administración de Parques Nacionales y el PFETS. 167.
- 6.4. La gestión de la actividad turística en las áreas protegidas. 168.
- 6.5. Incidencias de la Administración de Parques Nacionales en materia de conservación relacionadas al turismo. 170.
- 6.6. Ecorregiones argentinas. 172.
- 6.7. Principales acciones de la Administración de Parques Nacionales. 176.



CALIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD

7.1. Modelo de gestión Integral para la calidad turística.	182.
7.2. Gestión operativa.	184.
7.3. Transferencia de capacidades.	188.
7.4. Balance de la gestión de la calidad en Argentina.	190.



ConectAR: ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO

8.1. ConectAR Nacional.	194.
8.2. ConectAR Internacional.	198.



ARGENTINA TURÍSTICA EN NÚMEROS

9.1. Importancia económica del turismo.	204.
9.2. Turismo receptivo.	206.
9.3. El turismo nacional de la Argentina.	220.
9.4. Proyecciones para el Turismo en Argentina.	233.



APÉNDICE

10.1. Mapa Federal de Oportunidades Turísticas.	236.
10.2. Acciones bilaterales internacionales.	252.



ANEXOS

11.1. Metodología de los Foros de Diálogo Sectorial.	256.
11.2. Metodología de actualización del PFETS.	266.



ENLACES DE INTERÉS

Enlaces de Interés	280.
--------------------	------

HITOS



*Dato provisorio
**Dato en proceso

LA LEY NACIONAL DE TURISMO N.º 1917

Sanción de la Ley Nacional de Turismo N.º 25.997

PNIT Programa Nacional de Inversiones Turísticas - PNIT

CFT Consejo Federal de Turismo

Institucionalización del Consejo Federal de Turismo

PROFODE Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes - PROFODE

Inicio del Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes - PROFODE

CAT Cámara Argentina de Turismo (CAT) como aliada estratégica del Estado Nacional

Creación del Parque Nacional Monte León

Lanzamiento de la campaña "Nieve Argentina"

Inicio del Plan Federal de Capacitación y conformación de la Red Federal de Coordinadores de Educación y Formación

Puesta en marcha del Programa de Mejora de la Competitividad Turística en el Corredor de los Lagos y Alto Paraná - Préstamo BID 1648/OC-AR

Argentina Instituto Nacional de Promoción Turística

Reglamentación del Instituto Nacional de Promoción Turística - INPROTUR

Argentina Sistema Argentino de Calidad Turística - SACT

Inicio del Sistema Argentino de Calidad Turística - SACT

Sanción de la Ley N.º 26.079 - IVA-Exención: Congresos, Ferias y Exposiciones

Primera edición del Programa en Gobierno y Turismo (PGT) - MINTUR/UCA

UEPI Unión de Entidades Promotoras de Turismo de la Nación

Comienzan a desarrollarse los ENCUENTROS NACIONALES DE DESTINOS SEDE DE EVENTOS

Primera edición de la FERIA EXPOEVENTOS, con una exclusiva imprenta orientada al Turismo de Reuniones

TURISMO ESTUDIANTIL

Aprobación de la Resolución N.º 237/07 Reglamentación del Turismo Estudiantil

incubar turismo RED DE INCUBADORAS DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Primera convocatoria de emprendedores de INCUBAR TURISMO

Aerolíneas Argentinas

Recuperación de Aerolíneas Argentinas como aerolínea de bandera

Sanción de la Ley N.º 26.356 - Sistema Turístico de Tiempo Compartido

Argentina

Administración de la Marca País desde la cartera de Turismo por Decreto N.º 1372/08

tur.ar

Aplicación y difusión de la nueva Resolución del dominio TUR.AR

Adhesión a "THE CODE", firmando el acta compromiso "Código de Conducta para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo"

Inicio del proyecto "Señalética Turística en Rutas Nacionales"

Salta 2008 I CONGRESO NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA

Primera Edición del Congreso Nacional de Calidad Turística

Argentina

Administración de la Marca País desde la cartera de Turismo por Decreto N.º 1372/08

tur.ar

Aplicación y difusión de la nueva Resolución del dominio TUR.AR

Adhesión a "THE CODE", firmando el acta compromiso "Código de Conducta para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo"

Inicio del proyecto "Señalética Turística en Rutas Nacionales"

DAKAR

Primera edición del Rally Dakar

Argentina: miembro fundador del Grupo del T.20 (Ministros de Turismo del Grupo de los 20)

Conformación de la Red de Articulación Federal del PFETS

HUELLA ANDINA PATAGONIA SENDEROS DE ARGENTINA

Creación del Parque Nacional Campos del Tuyú

Creación del producto Huella Andina Patagonia - Senderos de Argentina

Primera implementación de la "Línea 400 - Turismo" del Banco Nación para financiamiento de MIPYMES del turismo en funcionamiento (el MINTUR bonifica la tasa de interés)

RATURC Red Argentina de Turismo Rural Comunitario

Conformación de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario

Creación del Ministerio de Turismo, por Decreto N.º 919/10

Ordenamiento de feriados por Decretos N.º 1584/10 y 1585/10 (feriados con fines turísticos)

Argentina

Late con vos Lanzamiento de la Campaña "Argentina Late con vos"

Puesta en marcha del programa Turismo CyR (consultas y reclamos)

Inicio del programa "Turismo, Patrimonio y Escuela"

Creación de la Reserva Natural General Pizarro

Aerolíneas Argentinas incorpora nuevas aeronaves Embraer 190 para la flota de Austral

Creación del P. N. Islas de Santa Fe

Creación del Observatorio Económico del Turismo de Reuniones, para medir el impacto económico del segmento

Puesta en marcha del programa Turismo CyR (consultas y reclamos)

Inicio del programa "Turismo, Patrimonio y Escuela"

Creación de la Reserva Natural General Pizarro

Aerolíneas Argentinas incorpora nuevas aeronaves Embraer 190 para la flota de Austral

PFETS 2020: primera actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable

Apertura de las cuentas Viajaportupais en las redes sociales

Inauguración de la terminal C "Mercedes Sosa" del Aeropuerto Ministro Pizarri - Ezeiza

Primer Encuentro Nacional de la Red de Articulación Federal del PFETS

Presentación del Sistema de Información y Estadística Turística - SIET

Inauguración de la nueva terminal de cruceros Benito Quinquela Martín

Incorporación de Aerolíneas Argentinas a las asambleas del CFT

Presentación del Plan de Marketing Internacional Argentina 2012-2015 conectAR

Creación del Parque Nacional Bosques Petrificados de Jaramillo

Creación del Parque Interjurisdiccional Marino Makenke

Creación y aprobación por resolución ministerial del "Tesoro Turístico Argentino"

Creación del Repositorio digital del Ministerio de Turismo

Primer Encuentro Nacional del PROFODE

Adhesión de la Presidenta de la Nación al "Libro de Oro" - Campaña Líderes Mundiales por el Turismo

Aerolíneas Argentinas ingresa a la Alianza SkyTeam

Cataratas del Iguazú: Nueva Maravilla Natural del Mundo

Primer Encuentro Nacional de Parques Nacionales a las asambleas del CFT

Creación del producto Huella Guarani - Senderos de Argentina

Argentina asciende al puesto N.º 17 del International Congress and Convention Association - Ranking ICCA

WTCC FIA World Touring Car Championship

Primer edición del World Touring Car Championship - WTCC

Fortalecimiento de las Cámaras Provinciales de Turismo

Primer edición del Tour de France

ARGENTINA Es tu mundo. Date una vuelta.

Inicio de la campaña promocional "Argentina es tu Mundo. Date una Vuelta"

Creación de la Academia Argentina de Turismo

Realización de los 8 Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico

Creación de la Red Argentina de Promoción Turística.

RED ARGENTINA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Encuentro Nacional de Líderes del Turismo Argentino

Buenos Aires, sede de la 125ª Sesión del Comité Olímpico Internacional

Creación del P. N. Patagonia

Creación de la Fundación Instituto de la Calidad Turística Argentina - ICTA

Creación del P. N. El Impenetrable

Primer edición del Moto Grand Prix (Moto GP)

Acuerdo entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de la República Popular China para agilización de visas de turismo

PFETS 2025: segunda actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable

Creación de la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo - FAEVYT

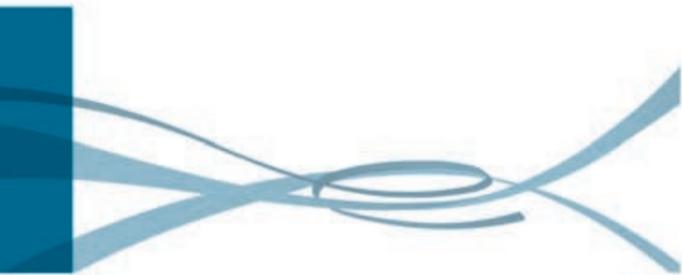
Inauguración de la casa promocional argentina en San Pablo, Brasil

Incorporación de reuniones técnicas en el marco de las asambleas del CFT, profundizando las políticas turísticas

Inauguración de los edificios 3 y 4 del Aeropuerto Jorge Newbery

Primer campaña comunicacional "Argentina Tierra de Vinos"

Lanzamiento de la campaña "Argentina, por vos"



Turismo 2025

“En la Argentina el turismo ha tenido una política de desarrollo trascendente. El crecimiento del turismo se ha replicado en todo el país a partir de una política muy clara y muy evidente que queda demostrada en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020. Es muy positivo porque se ha pensado el país en términos globales, integrales y de regionalización, para mejorar la oferta turística.

Millones de viajeros hicieron explotar literalmente la República Argentina batiendo récords, con feriados rigurosamente programados por ley del Parlamento, lo que ha permitido que el turismo tome un volumen inédito, tanto por el turismo interior como por el receptivo.

En términos internacionales hemos convertido a Argentina en uno de los cinco países del mundo que más crecieron en llegadas de turismo de extranjeros entre enero y agosto del 2014 según la Organización Mundial del Turismo.

En términos internos, hemos incorporado a millones de argentinos que nunca habían tenido vacaciones, que no conocían su país y que hoy también lo pueden conocer. Mucha más gente pudo realizar sus primeras vacaciones, debido también a la existencia de paritarias justas, a la mejora del poder adquisitivo de los salarios, a una mayor cobertura e ingreso social, a la inclusión jubilatoria y al recupero de la aerolínea de bandera, la cual ha aumentado sus frecuencias y conecta absolutamente a todas las provincias argentinas.

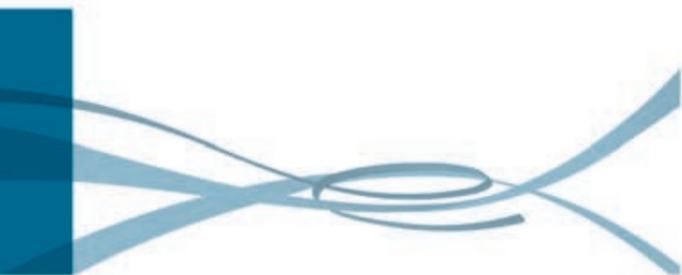
Es necesario que los 40 millones de argentinos entendamos que para poder seguir creciendo, ese crecimiento nos tiene que llegar a todos los argentinos y a todas las regiones, en una recuperación de la noción de igualdad que es tan importante, junto a la libertad. Libertad sin igualdad no sirve; igualdad sin libertad, tampoco.

Ambas son los elementos que confluyen en este sistema maravilloso que se llama democracia, y fundamentalmente deben confluir también en un proyecto político que haga del crecimiento económico con inclusión social su objetivo y pueda transmitirlo a toda la sociedad.”



“El crecimiento del turismo es el crecimiento de la nación. Tenemos un país extraordinario, y es muy bueno pensar estratégicamente la Argentina. Ese es el compromiso de este gobierno y de esta Presidenta.”

Presidenta de la Nación Dra. CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER



Turismo 2025

Continuar transformando

En cumplimiento del mandato que indica la Ley Nacional de Turismo y su Decreto Reglamentario, estamos presentando aquí la segunda actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, que amplía el horizonte de planificación hacia el año 2025.

Me llena de satisfacción cumplir con este precepto legal por varios motivos:

En primer lugar, porque la planificación participativa y federal se ha convertido en una de las herramientas centrales del Turismo como política de Estado. Este proceso de diseño prospectivo ha orientado las actuaciones de todo el sector, que hoy muestra indicadores extraordinarios de actividad y una creciente madurez institucional que nos permite mirar el porvenir con renovado optimismo.

En segundo lugar, porque la construcción permanente de consensos entre los actores sectoriales públicos, privados, académicos y asociaciones del sector han demostrado su vitalidad a lo largo de cada uno de los procesos participativos que, distribuidos en todo el territorio nacional, se realizaron para encontrar las mejores ideas y propuestas de cara a esta nueva actualización del PFETS.

Y en tercer lugar, porque la gestión sostenida de las actuaciones concertadas en el Plan Federal han contribuido significativamente a fortalecer y dinamizar las economías regionales, a redistribuir la riqueza a través de este sector productivo generador de inclusión y bienestar; y a poner en evidencia la movilidad social ascendente propiciada por un proyecto político que entiende al turismo como un derecho ciudadano.

Dentro de este contexto, el Plan ha sido un instrumento de gestión para el desarrollo de las políticas públicas, a través de las cuales el Gobierno Nacional ha generado en estos últimos años un marco macroeconómico sólido para la actividad turística, permitiendo un desarrollo turístico equilibrado con in-

clusión social. Ello ha posibilitado que el turismo se haya convertido en un sector trascendente dentro de la economía nacional, contribuyendo fuertemente a la creación de empleo, la expansión de las capacidades emprendedoras, la generación de inversiones productivas y el aporte de divisas.

El movimiento del turismo interno en los diferentes destinos del país experimentó un crecimiento del 64 % entre el 2003 y el 2014. A su vez, los arribos de turistas extranjeros a la República Argentina crecieron un 98 % en ese mismo lapso, mientras que los ingresos económicos generados lo hicieron en mayor medida, un 130 %. También los viajeros hospedados en los establecimientos hoteleros del país se incrementaron un 22 % entre el 2005 y el 2014, misma proporción en la que aumentaron las pernoctaciones.

Estos indicadores dan cuenta de la dinámica que viene teniendo la actividad turística de nuestro país tanto para el turismo de los no residentes como de los argentinos en todo el territorio nacional. En línea con ellos, la demanda interior de bienes y servicios generada por el turismo interno más el receptivo alcanzó los 137.890 millones de pesos durante el año 2014, cifra equivalente al 3,1 % del PBI argentino.

En el plano del turismo receptivo, en el año 2014 Argentina recibió 5,9 millones de turistas extranjeros, aumentando un 13 % respecto al año anterior y obteniendo así un nuevo máximo histórico. En cuanto a los ingresos económicos por turismo receptivo, alcanzaron los 5.143 millones de dólares, una expansión del 7 % con respecto al 2013.

En el plano del turismo interno, la persistencia del crecimiento del PBI argentino en los últimos años permitió un aumento sensible de la población nacional que pudo acceder al turismo. La proporción de la población que realizó al menos un viaje turístico en el año aumentó en 12 puntos porcentuales entre 2006

y 2013. A su vez, las políticas públicas destinadas a la mejora en la distribución del ingreso permitieron que se redujesen las brechas de desigualdad en el turismo interno. Mientras que en el 2006, la cantidad de turistas pertenecientes al 20 % más favorecido de la población fue 6,2 veces mayor que la perteneciente al 20 % menos favorecido, en 2014 esa brecha se contrajo a 4,8 veces. La mejora es aún más pronunciada si se focaliza en el subgrupo de los turistas que viajaron por ocio, segmento donde la misma bajó de 13 a 6 veces entre ambos años.

De este modo, el turismo interno fue el principal impulsor de la actividad, alcanzando en 2014 números que demuestran la magnitud de los resultados logrados: 29 millones de turistas; 27 millones de excursionistas; 157 millones de pernoctaciones y 49.235 millones de pesos de gasto turístico, sólo contabilizando lo generado en las capitales provinciales y en los grandes aglomerados del país. Para estos logros también se debe contabilizar el efecto de la política de ordenamiento de feriados, la cual contribuyó significativamente al crecimiento de las llegadas y gasto de turistas en todo el país.

Otro aspecto que refleja la importancia económica del turismo de nuestro país es la cantidad de puestos de trabajo que el sector ha generado. En 2013, la actividad dio origen a 1,1 millones de puesto de trabajo, representando el 6 % del empleo total del país.

Asimismo, la inversión pública en obras turísticas y de interés turístico, como el fomento y estímulo a las inversiones privadas, siguen siendo ejes fundamentales del modelo de desarrollo sustentable, inclusivo y federal que propiciamos. En este sentido, desde el año 2003 se ha realizado una inversión pública sin precedentes que implicó la realización de un total de 381 obras beneficiando a todas las jurisdicciones provinciales, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires,

y 24 áreas naturales protegidas. Al mismo tiempo, la inversión privada en el periodo 2003-2013 creció un 1600 %, pasando de \$ 110 millones en el año 2003 a \$ 1.920 millones en 2013. Todo ello, en pos de diversificar y jerarquizar la oferta turística, con propuestas innovadoras que priorizan el desarrollo de destinos emergentes y de nuevos productos / experiencias.

Los resultados logrados por el sector no hubiesen sido posibles sin un pleno acompañamiento político, visible en la decisión de la Presidenta de la Nación para que el Turismo ocupe un lugar preponderante en el sistema productivo nacional. Algunos ejemplos de ello son la recuperación de nuestra aerolínea de bandera; el ordenamiento de los feriados nacionales; la inversión en conectividad terrestre y las políticas de soberanía energética y de comunicaciones.

Asimismo, debo resaltar el respaldo sectorial y social recibido en todos estos años de trabajo, en un ámbito donde el diálogo institucionalizado entre los referentes del sector permitió profundizar las actuaciones propuestas y corregir adecuadamente los desvíos, en consonancia con los cambios coyunturales y las oportunidades emergentes.

El trabajo de actualización que hoy presentamos entiende al Estado como principal promotor del desarrollo territorial y a la actividad privada como aliada estratégica para su dinamización. Tiene por objetivo consolidar la agenda de actuación de los próximos años, procurando fijar el rumbo para continuar transformando a través del Turismo, en el marco de un proyecto político que plantea como horizonte permanente al desarrollo económico con inclusión social.

Es un Plan de carácter federal que enfrenta los desafíos que supone el desarrollo turístico equilibrado en todo el territorio nacional, el reconocimiento del ocio y la práctica turística como un derecho universal de las personas al alcance de todos y todas, y la inver-

sión continua en investigación para encontrar opciones turísticas creativas y renovadas que contribuyan a la formación de ciudadanía e identidad nacional.

Es un Plan Estratégico que se basa en el consenso y asegura la gestión sostenida de la promoción turística orientada a colocar en el imaginario de los viajeros, productos, destinos y experiencias memorables diseñadas para revitalizar el mapa turístico argentino.

Es un Plan sustentable, que promueve la calidad como valor central de la competitividad del sector y compromete a los actores firmantes con la conservación e incremento de las áreas naturales protegidas, en un marco de articulación institucional e integración regional.

Es un Plan que pone norte y da sentido a las decisiones de inversión pública pendientes y busca provocar oportunidades de inversión privada que den completitud a las propuestas turísticas de los espacios turísticos no tradicionales.

Es un plan que propone revitalizar la cadena de valor turística y su entramado asociativo, privilegiando el protagonismo de las comunidades locales como artífices de sus procesos de desarrollo.

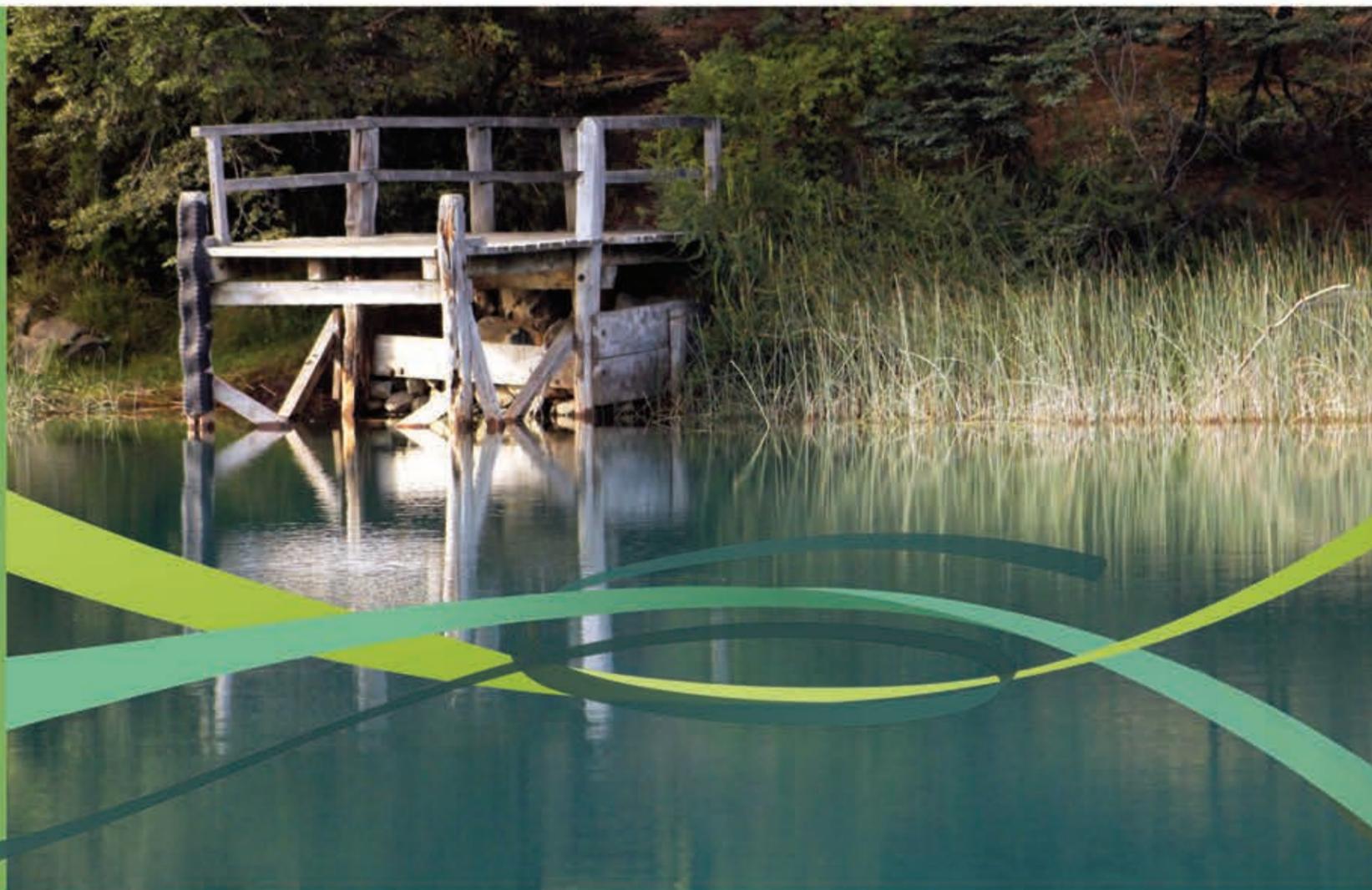
Es en definitiva, NUESTRO plan, el que construimos entre todos; el que refleja las aspiraciones y proyectos de cada uno de los hombres y mujeres del turismo de nuestro país, comprometidos a continuar transformando.

Los invito a ser nuevamente parte de este porvenir con la idea de ir por más, con el mismo entusiasmo y la misma pasión que nos ha permitido alcanzar un cúmulo de logros inéditos en la historia del Turismo Argentino.

CARLOS ENRIQUE MEYER
Ministro de Turismo



- 1.1./ Modelo de desarrollo turístico nacional.
- 1.2./ Ley Nacional de Turismo.
- 1.3./ Institucionalidad del Turismo argentino.



1. TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO

turismo 2025

1.1. MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO NACIONAL

Bases para mirar hacia el 2025 y más allá...

La visión de una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa abrió la puerta a la implementación de un modelo nacional de desarrollo turístico anclado en los valores de un proyecto político que ha llevado a la República Argentina a cursar uno de los más vigorosos crecimientos con inclusión social de su historia como Nación.

Respeto mutuo, participación, identidad, creatividad, solidaridad, arraigo, conciencia nacional, responsabilidad política y compromiso con el país, conforman la dimensión axiológica y determinan los valores inspiradores y motivadores del hacer turístico que dio forma a un modelo de desarrollo, dinámico e innovador, que interpreta al Turismo como un derecho ciudadano a restituir y como un vector de desarrollo territorial incluyente a perfeccionar.

Fue así que en los últimos 12 años, desde esta perspectiva de miradas y convicciones, el Turismo supo construir y reconstruir su relevancia, alcanzando incluso nivel ministerial. Desde lo conceptual, abandonó la rigidez racionalista, abrazó un enfoque más holístico e hizo propios los principios del desarrollo sustentable para forjar los ejes de su política: el desarrollo económico con inclusión social y la conservación del patrimonio turístico nacional.

Las variables humanas, ambientales, sociales e institucionales se configuraron como parte indispensable del análisis a la hora de interpretar e intervenir sobre la realidad de la dinámica turística. Por ello, la actividad en su conjunto, se resignificó pasando de un paradigma de desarrollo concentrado, ubicado exclusivamente en la dimensión

económica, a uno multidimensional y contextual, con el eje plantado en la generación de trabajo, la inclusión y la mejora en la calidad de vida de las personas.

Asimismo, desde el año 2003 la forma de planificar cambió, abordándose como una tarea de todos y no sólo de los planificadores. Desde esta perspectiva, el desarrollo significativo surge de los procesos de interacción del conjunto de actores, desde las múltiples percepciones, creencias, experiencias, saberes e historias que portan los participantes de esta realidad interdependiente: residentes y visitantes de los destinos de nuestro país.

La implementación de este modelo de desarrollo ha requerido asimismo, la creación de un conjunto de normas legales funcionales a los ejes y premisas del sector. Es así, que a lo largo de estos años se ha llevado adelante una importante modernización legislativa en armonía con otras áreas y entre las distintas jurisdicciones para asegurar una mayor efectividad en el despliegue de las políticas en el territorio y la previsibilidad necesaria para la toma de decisiones.

La Ley Nacional de Turismo, sus principios y el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable han proporcionado un marco estructural robusto y al mismo tiempo dinámico y flexible, que contribuye a afrontar las rupturas y emergencias paradigmáticas de un contexto siempre cambiante, brindando consistencia y garantía de continuidad a un proyecto de desarrollo turístico apreciado y definido como modélico por la región y el mundo.

Ahora bien, a la hora de referir el núcleo conceptual del proyecto de desarrollo turístico deve-



nido en modelo, es posible visualizar y comprobar en planes, programas y proyectos cuales han sido y son -actualmente- los pilares que lo sostienen, le confieren identidad y constituyen su esencia.

Aparece en primer término **la institucionalidad basada en el reconocimiento del turismo como una política de Estado**. La incorporación de las provincias argentinas a través del Consejo Federal de Turismo y de la Cámara Argentina de Turismo, como socio estratégico, son consideradas condiciones fundantes y facilitadoras de la gobernabilidad sectorial imprescindible para la evolución del sector y la implementación del proyecto de desarrollo turístico que se ha consolidado.

Por otro lado y de manera concurrente, el reconocimiento del **turismo como un derecho ciudadano**, es otro de los pilares sustantivos que promueve el acceso a la experiencia turística y a las oportunidades de trabajo, en el marco de la movilidad social ascendente impulsada por el proyecto político nacional y popular.

En su esencia el modelo promueve también un **desarrollo turístico equilibrado del espacio turístico nacional**. Es una definición política que le da sentido y razonabilidad al ordenamiento de los feriados, al trabajo con los destinos turísticos periféricos y emergentes del país, a la labor realizada en pos del cambio de patrones de vivencias turísticas, a la redistribución de los flujos de visitantes y a la inversión pública en Turismo.

De la misma forma, las condiciones estructurales e institucionales generadas a partir del proceso de transformación llevado adelante en la Argentina de los últimos doce años, han configurado otro de los pilares fundamentales sobre los cuales se apoyó el modelo de desarrollo turístico. Se trata de las **condiciones de competitividad turística** mínimas en donde el Estado asumió un rol activo ejecutor y articulador de las inversiones públicas y privadas. Ello fue fundamental para que el turismo pudiese fluir como un vector de desarrollo territorial com-

plementario y trascendente en sitios de enorme potencialidad turística, como los visualizados en el Mapa Federal de Oportunidades turísticas (MFOT) de este plan.

Este enfoque ha implicado consecuencias operativas en la gestión del territorio, impulsando propuestas turísticas de puesta en valor distribuidas a lo largo y ancho de todo el país, con el firme propósito de fortalecer las economías microrregionales y regionales, y generar nuevas oportunidades de desarrollo en un país más justo e integrado.

En otro orden, el diálogo federal constituye uno de los pilares y la base para la conjunción de políticas activas e inclusivas. En este sentido dicho diálogo está subsumido en el marco de una concertación intersectorial, lo cual implica asumir la diversidad cognitiva y la relevancia del conocimiento tácito de los actores locales, como clave para generar conocimiento e innovaciones.

De la misma forma, todos los actores del sector han tomado conciencia que si bien, el acceso a la

información en la actualidad no encuentra parangón en la historia, el presente y el futuro exigen nuevos umbrales de conocimiento, donde se hace imprescindible asumir que estar informado no implica conocer y que conocer no significa que se ha comprendido. En consecuencia, la construcción de este modelo de desarrollo turístico ha requerido una gran proactividad a la hora de sistematizar la información turística, como base para mejorar la comprensión del fenómeno turístico en las instancias de planificación, gestión y toma de decisiones.

Este modelo, que da protagonismo a distintos actores e integra a las comunidades y organizaciones con vocación y gravitación turística, ha promovido además, la gestión integral de la calidad basada en el compromiso y el trabajo conjunto, como un camino hacia la cultura de la mejora continua, contribuyendo así a la competitividad de los destinos.

Los logros alcanzados y los desafíos que sugiere la visión consensuada para la actualización de la Hoja de Ruta hacia el año 2025 se disparan como



Ministro Enrique Meyer en Casa de Gobierno.

1.

una punta de flecha y traccionan un entramado dinámico que se vigoriza con el intercambio de miradas y decisiones de gestión, que van siguiendo líneas de actuación organizadas alrededor de temas estratégicos, tales como: la prioridad política y la planificación; la centralidad del turismo interno y del trabajo en el sector; el turismo como derecho ciudadano y como vector de desarrollo en los espacios turísticos no tradicionales; la investigación, el conocimiento y la innovación sectorial al servicio del modelo de desarrollo turístico nacio-

nal; el Sistema Nacional de Áreas Protegidas que contempla la naturaleza como sujeto de derecho y la conservación del patrimonio natural y cultural desde la visión del buen vivir; las condiciones básicas de competitividad turística, que incluye la inversión estructural, pública y privada y; la dialéctica entre el turismo receptivo y el turismo emisor en el marco de una perspectiva de Patria Grande y de eje Sur – Sur.

De este modo, desde el año 2003 un sinnúmero de actores de los ámbitos público, privado, acadé-

mico e intermedio han sido los protagonistas de la construcción de los pilares de un modelo de desarrollo turístico con inclusión social, que posiciona al Turismo en la agenda de gobierno como nunca antes en la historia de nuestro país.

En este contexto, el futuro nos invita a ampliar el horizonte temporal y mirar hacia adelante, con la consigna de seguir transformando y profundizando el rol del Turismo como un vector de desarrollo territorial trascendente, cada vez más arraigado en la vida de los argentinos.

Modelo de desarrollo turístico con inclusión social

“Hecho en Argentina por argentinos”

“Argentina es un país turístico con una fuerte identidad signada por el respeto a su patrimonio natural y cultural, la diversidad de su oferta y la excelencia de sus servicios, donde el turismo se integra como sector productivo a partir de la cooperación entre quienes contribuyen en forma significativa al desarrollo nacional.”

LOS DESAFÍOS 2016-2025
LOS LOGROS 2003-2015

Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025

Consolidación institucional del Turismo

El Turismo como un derecho ciudadano

Consolidación de las condiciones para la Competitividad

El desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional

Desarrollo económico con inclusión social y conservación del patrimonio turístico nacional

EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Arraigo - Responsabilidad política - respeto mutuo - compromiso con el país - conciencia nacional - solidaridad - participación - creatividad - identidad

Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa



1.2. LEY NACIONAL DE TURISMO N° 25997

Las leyes responden a un orden ideológico. Son consecuencia de un modo de pensar el presente y el futuro, y su razón está en el modelo político que las genera. Luego, una vez sancionadas y promulgadas, se vuelven derechos y obligaciones, orientación para la acción y al mismo tiempo límites a la discrecionalidad. Por tanto, toda ley se enmarca en una forma de concebir los modos en que una comunidad se organiza y convive.

En este sentido, la Ley Nacional de Turismo N° 25997 responde plenamente a dos situaciones pretéritas. La primera, que si desde 1958 a la fecha de su promulgación existió una ley de turismo casi sin modificaciones, los diferentes gobiernos sintieron que la misma reflejaba la manera en que concebían la actividad, en sus modos de concretarse y en la búsqueda de impactos en la economía, el patrimonio integral y la sociedad. La segunda se asienta en que los actores del sistema turístico, tanto del ámbito privado como público, sintieron la necesidad de volverse autores más que actores; de ser ellos quienes interpretasen el nuevo orden necesario, rescatando así la iniciativa de escribir su propio guión, a la vez de interpretarlo.

Esta sección describe someramente el proceso de elaboración de la Ley 25997, sus razones y los efectos deseados, como así también los nuevos impactos que la misma viene generando desde el año 2004.

1.2.1. Historia

Hasta la década pasada, la actividad turística se encontraba regulada por una norma de fines de

los años '50 (Ley N° 14574/58). Tras casi medio siglo de vigencia, y con sólo una actualización en 1987, se tornaba necesario generar un marco legal adecuado a las características y condiciones de la actividad y al pensamiento político que le hace de sustrato. Cabe mencionar que en el año 1999 se sancionó la Ley 25198 la cual no puede ser considerada una Ley de Turismo en el sentido estricto, aunque, sin modificar la 14574, agregó una cuestión de importancia al conceptualizar al turismo, definiéndolo como una actividad socioeconómica, y equiparándolo a la actividad industrial.

Por tal motivo, la nueva ley debía incorporar temas que le dieran contundencia al enunciado del año 99 pero a la vez tuviesen la fuerza para generar instrumentos que favorecieran el desarrollo, la promoción, la institucionalización sectorial, propiciar la llegada de inversiones y efectuar los necesarios controles en la actividad. En esencia, una norma que tuviera al Estado y a los distintos sectores de la actividad, públicos y privados, como artífices y coautores del desarrollo turístico, definiendo y enmarcando un deseado proceso de planificación y gestión participativas, que actualmente podemos analizar con una visión retrospectiva, pero por entonces fue *“hacer camino al andar”*.

La Ley Nacional de Turismo N° 25997 es por tanto un emergente dentro de un proceso de construcción colectiva, que comienza el 25 de mayo de 2003, cuando asume la Presidencia de la Nación el Dr. Néstor Carlos Kirchner, expresando, en su discurso de asunción del cargo, que consideraba al turismo, entre las actividades que *“...contribuirán a perfilar un país productivo...”*, *“...generando trabajo genuino...”*.

A poco de asumir la Presidencia, y haciéndose eco de sus palabras en el acto de presentación del Plan de Acciones de la Secretaría de Turismo y Deportes de la Nación, el sector privado, nucleado en distintas entidades, mediante el acercamiento de un conjunto de *“Propuestas de la Cámara Argentina de Turismo y entidades que integran el sector turístico”* -los llamados *“27 Puntos de la CAT”*-, proponen también plasmar la *“voluntad manifiesta del Gobierno Nacional”* en un marco legal que genere las condiciones en forma ordenada y armónica para alcanzar el desarrollo del turismo.

El día 3 de septiembre de 2003, en ocasión de la 160° Reunión del Consejo Directivo de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (Fehgra), y siendo el mismo día en que jura el por entonces Secretario de Turismo de Presidencia de la Nación, Carlos Enrique Meyer, Don Alberto Álvarez Argüelles, Presidente de la entidad, expresa a la concurrencia, que Meyer ya estaba imbuido de los *“27 Puntos”*, entre los cuales se consideraba la modernización de la Ley de Turismo, y que era intención del flamante funcionario conformar, de manera inmediata, una Comisión de Reforma para la misma, que estuviera integrada a su vez por comisiones temáticas que abordaría cada propuesta.

Casi ocho meses de ardua labor (entre el 21 septiembre de 2003 y mediados de mayo de 2004) en distintas comisiones integradas por miembros de la Secretaría de Turismo de Presidencia de la Nación (Sectur), de la Cámara Argentina de Turismo (CAT), de las Comisiones de Turismo de las Cámaras de Diputados y Senadores de la Nación y de la Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina (Fedecatur), permitieron arribar al texto de un Anteproyecto, que posteriormente fue abordado por el Consejo Federal de Turismo (CFT).

En el seno de constructivas discusiones, realizadas en el marco de la 74ª Asamblea Ordinaria del CFT (El Calafate, 10 y 11 de Mayo de 2004) y la

Reunión Extraordinaria del mismo (Buenos Aires, 31 de mayo y 1° de junio de 2004), se analiza y conforma un borrador, para que la Comisión Redactora se aboque a la elaboración final del proyecto de ley, bajo el seguimiento del -por entonces- Subsecretario de Política y Gestión Turística de la Nación, Daniel Aguilera.

Se arriba así a una versión final, después del análisis del texto propuesto por la Comisión Redactora por parte de distintas entidades del sector: CAT, Fehgra, Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (Aaavyt) y Fedecatur por el ámbito privado, y de las Provincias que conforman el CFT, autoridades y funcionarios de la Sectur por el lado público.

El 22 de junio de 2004, en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno, es presentado en solemne acto, el Proyecto de Ley Nacional de Turismo para su posterior ingreso al Honorable Congreso de la Nación. Allí recibiría los aportes de los Sres. Diputados y Senadores de todo el arco político, hasta su sanción definitiva el 16 de diciembre de 2004, siendo promulgada el 5 de enero de 2005.

El proceso de construcción participativa, con una expresa concepción política liderado por Carlos Enrique Meyer, que contiene y enmarca todos los aportes recibidos, arribaba así a la consecución de una Ley Nacional de Turismo moderna, representativa y vertebradora de una verdadera política turística de Estado.

1.2.2. Importancia de una Ley marco específica de la actividad turística.

La Ley 25997 tiene por objeto:

“el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turístico, mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turís-

ticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad”.

Esta idea está plenamente presente en el mensaje de elevación del Proyecto de Ley, en el cual se expresa que *“resulta de fundamental relevancia retomar el concepto de desarrollo con equidad en la distribución de la riqueza propulsando el crecimiento de la economía nacional basado en el aumento de la producción, en el consumo interno y en el estímulo a las exportaciones”* para, seguidamente, afirmar que *“en este marco, el turismo ocupa un rol protagónico por la jerarquía y diversidad de su oferta por su capacidad de generar un ingreso rápido de divisas y como creador de empleo”*.

Quedan así definidos los ejes rectores de la Política Turística de la República Argentina, que en esencia pueden resumirse en *Desarrollo con inclusión y Conservación del patrimonio turístico nacional*, los cuales se ven receptados en todo el articulado y el espíritu de la ley N° 25997.

De esta manera, dicho articulado conjuga las aspiraciones políticas del Estado junto con la importancia particular del Gobierno, a la vez que incorpora en un rango hasta ahora no logrado las participaciones de las Entidades del sector público y privado, tema que se destaca en el punto 1.3 del presente Capítulo.

En concordancia con dichos ejes, el artículo 1° declara *“al turismo como actividad socioeconómica”* -y en esto, no difiere de una de las normas que le preceden (Ley N° 25198/99)-, pero a diferencia de ésta, la Ley Nacional de Turismo, avanza contundentemente al reconocerlo como actividad *“estratégica y esencial para el desarrollo del país”*, y al manifestar que *“resulta prioritaria dentro de las políticas del Estado”*.

Declarar al turismo como política de Estado y,

1.

dentro de ésta, otorgarle prioridad, 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 ve evidenciado tanto por la incorporación de la *Facilitación* como uno de los Principios Rectores de la ley, como por todo un andamiaje dinámico tendiente a propiciar el desarrollo de la actividad, y a descender los obstáculos que lo dificulten.

1.2.3. Principios Rectores de la Ley

La Ley Nacional de Turismo, adopta seis principios rectores expresos y uno implícito, a cuya luz deberán ser interpretadas sus disposiciones y cualquier programa, proyecto o acción realizada en el marco de su regulación. Estos son:

1. Facilitación. Tiene por función “*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*”.

La interacción proactiva y constructiva de distintas áreas de Gobierno con esta finalidad, puede ejemplificarse con el diseño del subdominio.tur.ar, elaborado por el Mintur y el de Relaciones Exteriores y Culto (del cual depende NIC Argentina). Otro emergente de este principio es el PFETS, que con el procedimiento fijado para su elaboración y actualización, constituye un ejemplo paradigmático de aquel mandato del objeto de la Ley que ordenaba establecer “*los mecanismos necesarios de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad*”.

2. Desarrollo social, económico y cultural.

Este principio consagra al turismo como “*un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades*”, de lo que se deriva el derecho al disfrute turístico que constituye una importantísima conquista social (que la Ley recepta y promueve como Turismo Social, para el descanso y goce del ocio en actividades de esparcimiento, sean contemplativas o activas en la naturaleza), y el derecho de ser partícipe activo en la producción de la actividad y en la recepción de sus beneficios (que podemos ejemplificar con la promoción del Turismo de Base Comunitaria, donde 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, reivindicándose al turismo, como un factor clave para su desarrollo).

3. Desarrollo sustentable.

“*El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía*”. La enunciación de este principio y su alcance tiene asiento en el artículo 41º de la Constitución Nacional, que establece el derecho a un medio ambiente sano. Un desarrollo turístico sustentable debe tomar en cuenta, en forma simultánea, no alternativa, todos los elementos del ambiente, tal como lo reflejan los diversos párrafos contenidos en la Carta Mundial de Turismo Sostenible (Lanzarote, España, 1995).

4. Calidad.

“*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 elevar y garantizar estándares de prestación de servicios y aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes, en el marco del desarrollo de una cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en un esfuerzo mancomunado, sostenido 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.

Este principio de la ley, que deriva del objeto de la misma, y que genera primero un específico programa del PFETS, y posteriormente, toda la pirámide de normas de calidad del Sistema Argentino de Calidad Turística, y adquiere el máximo nivel de institucionalización con la creación del Instituto de la Calidad Turística Argentina (ICTA).

5. Competitividad.

La ley es innovadora cuando afirma que se busca “*asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de un producto turístico competitivo y de inversiones de capitales nacionales y extranjeros*”. Los principios de Calidad, Competitividad y Sustentabilidad, conforman una tríada indisoluble, pues no es concebible un turismo competitivo sin calidad, y, esto sólo puede alcanzarse cuando el desarrollo turístico es sustentable.

Es una clara referencia al carácter sistémico de la competitividad, la cual 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 atri-

butos que fomenten las ventajas competitivas y la excelencia de las prestaciones.

6. Accesibilidad. Este principio ordena “*propender a 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*”, reafirmando la idea del turismo como derecho de todos los habitantes, sin discriminación alguna.

Esto se manifiesta con la implementación de políticas activas tendientes a que todos los colectivos accedan al disfrute turístico, y se materializa tanto con el turismo social (que “*comprende todos aquellos instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad*”, y la Ley reglamenta en su Título V), como así también, por medio de las Directrices de Accesibilidad, que forman parte del Sistema Argentino de Calidad Turística.

Por último, si bien no se encuentra en forma expresa entre los principios rectores, cabe considerar a la Protección del Turista, como un principio rector implícito en la Ley, máxime cuando el texto del Mensaje de Elevación del Proyecto, lo evalúa como “*un aspecto sustancialmente novedoso de la misma, y que se incorpora mediante el Artículo 37 que contempla la instrumentación de procedimientos eficaces tendientes a proteger los derechos del turista y a prevenir y solucionar conflictos propios de su ámbito, pudiendo la autoridad de aplicación suscribir a tales fines convenios de cooperación, delegación y fiscalización con otros órganos oficiales, federales o locales y con entidades privadas*”. Herramientas tales como el Sistema de



Presidente del Consejo Federal de Turismo, Javier Espina.
Ministro de Turismo, Enrique Meyer
Presidente de la Cámara Argentina de Turismo, Oscar Ghezzi.

turismo 2025

1.

Arbitraje de Consumo Turístico, y la Instancia Pre-sumaria, tienen origen en este principio implícito de la Ley Nacional de Turismo.

1.2.4. Herramientas emergentes de la Ley

La Ley 25997 reviste una enorme importancia, no sólo como columna vertebral de la institucionalización del turismo en la República Argentina (entendida esta institucionalización como un proceso de estructuración de vinculaciones dinámicas y sinérgicas entre los distintos sectores que confluyen en la conformación del turismo como actividad), sino también como expresión y herramienta de la política turística, con plena conciencia de su importancia y repercusión, es decir, constituida como política sectorial.

Es de destacar también su impronta, en la medida en que, sin invadir competencias locales propias de las provincias, es ejemplo del cual éstas abrevan para la elaboración de sus propias leyes de turismo, e incluso en la formulación de algunas leyes de alojamientos turísticos, que se inspiran en la misma, por lo que uno de los méritos que corresponde reconocer a la Ley Nacional de Turismo es el de constituirse como “madre de leyes”.

El turismo es una actividad transversal, por lo que el abordaje coordinado e interdisciplinario de las Políticas Públicas que lo afectan, constituyan o no Políticas Turísticas en sentido estricto, es orientado desde la Ley Nacional de Turismo, en tanto es generadora de otras herramientas tendientes a implementarlo como Política de Estado, es decir para garantizar su desarrollo, su continuidad a lo largo del tiempo, sin perjuicio de su necesaria revisión periódica.

Emergen de la Ley, distintas herramientas.

Institucionales: ya sea que fueran creadas por ella, como el Instituto Nacional de Pro-

moción Turística (Inprotur) o bien, reconocidas por la misma, como la Autoridad de Aplicación -hoy elevada al máximo rango de Ministerio-; o que fueran jerarquizadas por la norma, como el CFT, en legítima representación de las provincias, y la CAT, en reconocimiento a su representatividad del sector privado de la actividad, constituyéndose ambas instituciones en verdaderos actores en la co-elaboración de la política turística nacional.

Jurídicas: como esta misma ley o las leyes sectoriales, entre las que se destacan las de reforma del marco jurídico de Turismo Estudiantil, la ley de Tiempo Compartido, de Ordenamiento de Feriados y la de Exención de IVA para extranjeros en Congresos y Convenciones; sus respectivos decretos reglamentarios y las resoluciones de la Autoridad de Aplicación.

De planificación: la ley exige asentar la gestión en un Plan Federal, Estratégico y de construcción colectiva, definiéndolo como “proceso orientador y articulador de las actuaciones del sector turismo”. La formulación original del PFETS (2006) y en sus dos actualizaciones (2011 y 2014), se sustentaron con la participación de los sectores público, privado, académico y legislativo de los tres niveles de gobierno -nacional, provincial y municipal-, constituyendo un modelo de concertación, a la vez que genera una metodología participativa de planificación del desarrollo turístico nacional que contempla la visión, los valores, los ejes rectores, los objetivos estratégicos, etc. de todo el abanico que permite la existencia del turismo como actividad.

Económicas, presupuestarias y de financiamiento: como por ejemplo, las que regula el Título III de la Ley: a) el Fondo Nacional de Turismo, que tiene asignación específica en pos del desarrollo turístico nacional, el cual se compone (entre otros recursos) del impuesto DNT -que al momento de la sanción de la Ley estaba destinado a Rentas Generales, y que ésta norma recupera para la actividad, poniéndola en cabeza del Mintur “su administración exclusiva para el cumplimiento de sus fines”-; b) los Incentivos de fomento turístico para el otorgamiento de beneficios impositivos, tributarios y crediticios, y estímulos para la realización de programas y proyectos de interés turístico, asimilando la actividad turística a la actividad industrial, y promoviendo la equiparación a otros beneficios que se otorguen en el orden nacional, priorizando en tal sentido, los proyectos e 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; y c) el Programa Nacional de Inversiones Turísticas, cuya propuesta está a cargo del Mintur y respecto del cual las provincias y el CFT tienen un rol protagónico. Enmarcados en el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas del PFETS, y con la finalidad de obtener el financiamiento ordenado y equilibrado de las infraestructuras que resultan claves y que sean señalados como proyectos prioritarios para el desarrollo y competitividad turística (tales como obras de accesibilidad, saneamiento, señalización, tendido de redes para la prestación de servicios esenciales y modernas formas de comunicación e información, etc.), disponiéndose para ello, 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.

También merece especial valoración que el Inprotur cuente con un presupuesto automático, y con asignación específica destinado a la coelaboración y ejecución de la política de promoción turística en el exterior, contribuyendo enormemente a la jerarquización y desarrollo de la actividad, y el posicionamiento internacional de nuestro país.

Normativas de adhesión voluntaria: entre las que se encuentran aquellas vinculadas a Calidad, por ejemplo, las que integran el Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT). Sobre la base de un específico principio rector e interpretativo de la ley (Calidad - Art. 2º), el SACT está conformado por distintos instrumentos, algunos de los cuales son preexistentes a la Ley Nacional de Turismo, como las Normas ISO y el Premio Nacional a la Calidad (creado por Ley N° 24147/92), que desde la Sectur (actual Mintur) se tuvo la virtud de instar su aplicación a la actividad turística, y otros fueron contruidos desde el año 2007 por la Autoridad de Aplicación, en forma participativa y concertada con el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) y con otras entidades -que aportaban su especificidad- como ser Federación Argentina de Municipios (Directrices de Municipios), Servicio Nacional de Rehabilitación (Directrices de Accesibilidad), entre otras. Las mismas se establecen a través de tres niveles de alcance (Inicial, Avanzado y de Excelencia), para implementarse en Destinos, Sectores y Productos, conformando Programas, Direc-

trices, Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) y Buenas Prácticas (BBPP), 25 Normas IRAM-SECTUR, etc.

También son herramientas normativas de adhesión voluntaria aquellas tendientes a la Promoción del Turismo Responsable, como la Adhesión a la Promoción del Código de Conducta para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo -emergente de una de las propuestas que formara parte de los “27 Puntos” de la CAT-, y se enmarca incluida en el Programa de Turismo Responsable e Infancia del Mintur, o la Promoción de la Responsabilidad Social en Turismo, entre otras.

Para la producción de estadísticas turísticas: entre ellas se destacan el Sistema de Información y Estadísticas Turísticas (SIET) cuyo objeto es “consolidar un proceso de interacción de los equipos técnicos-políticos del sector turístico a través del uso de las tecnologías de información y comunicación como herramientas que colaboren en la re-significación de la gestión de la información en el sector turístico, asegurando la disponibilidad, fiabilidad y actualización de la misma, y su provisión en tiempo y forma para la planificación, gestión y toma de decisiones”, el cual certificara recientemente la Norma ISO 9001:2008, y el Anuario Estadístico de Turismo, que recopila la producción del mismo.

Para la capacitación y formación en turismo: siendo las principales de ellas, el Programa Ejecutivo en Gobierno y Turismo UCA-Mintur (PGT), a través del cual a la fecha se han formado más de 300 referentes turísticos de distintos sectores de la actividad, dispuestos en todo el país; los Lineamientos Básicos para la Formación Superior en Turismo, elaborados

por los Ministerios de Educación y de Turismo de la Nación, consensuados entre el Mintur, el Ministerio de Educación y la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU); la creación de Orientaciones Turísticas en escuelas secundarias, el Campus Mintur, la Red Nacional de Educación Mintur, el Portal Educativ, el Repositorio digital del Ministerio de Turismo de la Nación (Reportur), herramienta paradigmática de gestión y construcción colaborativa del conocimiento, cuya finalidad es coleccionar, preservar, organizar y distribuir el material digital en materia turística, desarrollado y aportado por las organizaciones, universidades y comunidades participantes del mismo, facilitando su acceso a toda sociedad, y que cuenta en la actualidad con más de 1900 documentos; o el Programa “Turismo, Patrimonio y Escuela”, los Congresos Argentinos de Calidad Turística, que en virtud de su impronta federal, fueron desarrollados en distintas ciudades y regiones del país.

En virtud de los hechos que la historia reciente nos muestra, plasmados en la gestión del Turismo Argentino de los últimos 10 años, queda de manifiesto cómo la pertinencia de la Ley 25997 sustentada en principios claros e irreductibles, ha constituido un punto de inflexión que dio inicio a un proceso de transformación de la actividad en todo el territorio nacional.

Una vez más, la fuerza de una visión compartida permitió encauzar la política turística sustentada por un proceso de planificación estratégico, participativo y federal que fija las bases del desarrollo en el marco del PFETS, cuya segunda actualización que se presenta en este documento, demuestra la voluntad y la sinergia de todo un sector que no quiere resignar los logros y pretende continuar y profundizar este proceso transformador de la realidad turística.

turismo 2025

1.3. INSTITUCIONALIDAD DEL TURISMO ARGENTINO

En la República Argentina, una incipiente actividad turística comienza a desarrollarse en la segunda mitad del siglo XIX, pero no es hasta mediados del XX que se da inicio a un proceso de institucionalización pública, donde la legislación de las vacaciones pagas como un derecho de los trabajadores tuvo su fuerte importancia. En el ínterin, entidades como el Automóvil Club Argentino (creado en 1904), el Touring Club Argentino (1907) o empresas como la de Mihanovich (1887) o el Hotel Termas del Dr. Palau (Rosario de la Frontera, 1880) irán incidiendo en este proceso.

En el año 1957 se organiza la Dirección Nacional de Turismo y al año siguiente se sanciona la primera ley que aborde al turismo en forma integral

(Ley N° 14574/58), con lo cual ese proceso institucional se plasma en un texto que muestra las ideas que sobre la actividad se tenía entonces. Dicha ley le otorgaba al Estado Nacional un rol preponderante en las cuestiones de diseño e implementación de la política turística para el país, con énfasis en las acciones de fomento, promoción y organización. La misma consideraba al sector privado y a las provincias como partícipes necesarios pero que no participaban en las decisiones políticas ni de planificación. La ley tuvo una reforma en 1987, sin cambiar su enfoque, y en 1999, a través de la Ley 25198, se le reconoce al turismo su carácter de actividad socio económica.

En el año 1982 comenzaron las reuniones que

luego dieron origen al Consejo Federal de Turismo, ámbito de expresión de las voluntades de las Provincias, y con la creación del Consejo Intermunicipal de Turismo, cuyos antecedentes son de 1983, se va conformando un nuevo mapa de actores que se sienten partícipes necesarios y que exigen ser parte de las decisiones políticas sobre la actividad.

No obstante, es recién en el año 2003 que se da un proceso que surge primero de una nueva definición de política turística, entendida, como se lee en la Exposición de Motivos que acompañará el texto legal presentado al Congreso de la Nación en el año 2004, como *“una visión que pone al hombre en el centro de la escena y privilegia la sustentabilidad como componente de progreso que debe satisfacer a todos los que intervienen en la producción y en el consumo del turismo”*. De esta manera, la política sectorial se transforma en parte de las políticas públicas, y con ello le reconoce a la actividad la capacidad de aportar al desarrollo humano, social y económico.

No extraña entonces que este cambio en el paradigma se plasme en un nuevo texto legal, el cual

viabilice además de catalizar la institucionalización de la actividad, entendida ésta como un proceso de estructuración de vinculaciones dinámicas y sinérgicas entre los distintos sectores que confluyen en la conformación del turismo como actividad. Como resultado puede afirmarse que la Ley es el fulcro sobre el que se apalanca la política turística como política de Estado.

Dicha institucionalización se asienta sobre:

El nuevo rol asignado al Ministerio de Turismo de la Nación

Si bien en el período que va desde la sanción de la Ley 25997 hasta el año 2010 el área del Estado Nacional de Turismo tuvo diferentes denominaciones y ubicaciones, las razones que llevan al Decreto N° 919/2010, que crea el Ministerio de Turismo y con ello lo lleva a máxima jerarquía institucional posible, se basan en ese proceso iniciado al repensarse el encuadre legal de la actividad.

Actualmente, y conforme dicho Decreto, el Min-tur tiene por función la fijación de *“las políticas*

nacionales de la actividad turística con el fin de planificar, programar, promover, capacitar, preservar, proteger, generar inversión y fomentar el desarrollo”, a fin de asegurar la continuidad de políticas públicas para consolidar al sector como un pilar de la economía nacional, optimizando la competitividad turística argentina en el contexto internacional bajo los principios rectores que se han detallado ya en el apartado 1.2.3 de este Capítulo.

El Consejo Federal de Turismo

El carácter federal de nuestro país, y el arraigo territorial de la actividad conlleva la necesidad de aceptación formal del CFT, el cual, preexistiendo a la sanción de la Ley, no había encontrado hasta la misma el merecido reconocimiento como organismo interjurisdiccional representativo de las provincias.

En el proceso participativo de elaboración de la por entonces futura Ley Nacional de Turismo, el CFT tuvo el importantísimo rol de analizar y conformar un borrador, a partir del material elaborado por las comisiones temáticas de la Sector y la CAT,



Izq: 128° Asamblea del CFT en Bariloche - Diciembre 2014.
Der: 2° Mesa Técnica CFT en Rosario - Junio 2014.



1.

para que la Comisión Redactora se aboque a la redacción final del proyecto de ley.

Puede por tanto afirmarse que el Capítulo III de la Ley recrea al Consejo Federal de Turismo, dándole rango legal a la entidad integrada por las provincias y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuyos estatutos ya habían sido reconocidos por decreto nacional. De esta manera, el CFT se constituye en el ámbito propicio para hacer realidad el mandato legal que ordena el establecimiento de *“los mecanismos necesarios de participación y concertación de los sectores públicos de la actividad”*, acordando con él, las acciones que, progresivamente, amplíen la oferta turística nacional en condiciones de competitividad.

Conforme el texto legal, la finalidad del CFT es la de *“examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal”*.

La consulta obligatoria al CFT de las distintas propuesta de normativa sectorial, su participación en la elaboración del Plan ConectAR de promoción del turismo interno, en *Aerolíneas Vacaciones*, en la co-elaboración y actualización del PFETS, del Mapa Federal de Oportunidades, y del Programa Nacional de Inversiones Turísticas, como así también la consideración de las provincias, como interlocutores e intermediarios válidos de los municipios, para la definición de zonas, corredores y circuitos turísticos, habla a las claras de la enorme valoración que se tiene de la entidad como artífice de la política turística nacional.

Algo similar cabe expresar respecto de la representación otorgada al CFT en el Inprotur, actor fundamental de la política de promoción turística en el exterior, y de la pertenencia del mismo en la Fundación del Instituto de la Calidad Turística Argentina (ICTA).

Luego de 10 años de haber sido institucionali-

zado por ley, el CFT ha realizado 56 asambleas en 21 provincias argentinas: Buenos Aires (Los Cardales, Mar del Plata, Tigre); Catamarca (San Fernando del Valle de Catamarca); Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Córdoba (Ciudad de Córdoba); Chaco (Resistencia); Chubut (Puerto Madryn); Entre Ríos (Colón, Paraná); Jujuy (San Salvador de Jujuy, Termas de Reyes); La Rioja (Ciudad de La Rioja); Mendoza (Ciudad de Mendoza); Misiones (Puerto Iguazú, Neuquén (San Martín de los Andes); Río Negro (Bariloche); Salta (Ciudad de Salta); San Juan (Ciudad de San Juan); San Luis (Potreros de los Funes); Santa Cruz (El Calafate); Santa Fe (Rosario); Santiago del Estero (Ciudad de Santiago del Estero); Tierra del Fuego (Ushuaia); Tucumán (San Miguel de Tucumán, Tafí del Valle). Además, a partir de la inauguración de la Casa Argentina en San Pablo (Brasil) se desarrolló en 2014 un encuentro en esa ciudad.

Administración de Parques Nacionales

El objeto de la Administración de Parques Nacionales (APN) es el de *“diseñar, conducir y controlar la ejecución de las políticas necesarias para conservar y manejar los Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Nacionales”*, y con esta finalidad no sólo ha procurado la preservación de los recursos naturales, sino que ha contribuido significativamente al desarrollo de la actividad turística en Argentina. Su aporte a la consolidación del Turismo es tan vasto como su historia institucional.

Fue el 11 de febrero de 1904 que el Estado Nacional aceptaba la donación de tres leguas cuadradas (unas 7.500 hectáreas) ubicadas al oeste del lago Nahuel Huapi, cuya propiedad correspondía al perito Francisco Moreno, con el fin de que *“sea consagrada como parque público natural”*. Ese hito marco el inicio institucional de lo que hoy es la APN, marcando un camino de preservación de los recursos naturales de nuestro país y que consagró a la Argentina en el siglo pasado como el tercer país

americano en erigir Parques Nacionales, siguiendo el camino marcado por Estados Unidos y Canadá.

Desde hace 10 años, la APN se reconoce como un ente descentralizado en la órbita del Ministerio de Turismo de la Nación en el que se trabaja en pos del mejoramiento de la calidad de conservación, en la realización de inversiones en obras de infraestructura; en la calidad de los servicios turísticos que se brindan en los parques; y en la ampliación de la superficie de los ecosistemas conservados.

Fue durante esta última década, que se incorporaron 17 nuevas áreas protegidas entre el año 2003 y 2015, a las que se le sumaron 4 monumentos naturales, constituyéndose como el mayor incremento relativo en la historia de esta institución.

A su vez, el trabajo mancomunado de la APN con las provincias posibilitó su reciente incorporación como miembro del Consejo Federal de Turismo (CFT), lo que refleja claramente la vocación del Estado Nacional de construir una política en la que el Turismo y la Conservación se potencien mutuamente a partir del diseño de estrategias que catalicen los preceptos de la Ley y del PFETS, que procuran el desarrollo con inclusión social y la conservación del patrimonio turístico nacional.

Los Parques Nacionales y la actividad turística estuvieron permanentemente vinculados a través del fomento de un turismo sustentable, como una poderosa herramienta de conservación y de inclusión social en las áreas protegidas y sus comunidades asociadas. Basta sólo con observar como la oferta de servicios turísticos se fue instalando, a lo largo de los años, en las zonas linderas a las áreas protegidas que el estado ha decidido preservar, incluso facilitando el progreso de comunidades que hoy son emblemáticas a nivel mundial, como es el caso de San Carlos de Bariloche, San Martín de los Andes, Puerto Iguazú, El Calafate y Ushuaia.

La Cámara Argentina de Turismo

Próxima a cumplir medio siglo, la CAT se fundó

un 6 de julio de 1966, en los salones del Plaza Hotel (hoy Marriott Plaza Hotel Buenos Aires), con el objeto de *“promover el desarrollo masivo y racional de la industria turística”*. Para ello se plantearon la necesidad de sugerir a las autoridades competentes una serie de medidas básicas que promuevan el efectivo desarrollo de la actividad.

No obstante, es la Ley 25997 la que le otorga un status especial en la arena política de la actividad. Lo hace al modificar la mirada respecto al rol del sector privado, relegado en la Ley 14574 a ser un mero espectador, y lo realiza de manera contundente, al afirmar que *“la actividad privada es una aliada estratégica del Estado”*, integrada por las *“actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo”* las que en la redacción de la Ley *“figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo”* (Artículo 1º), considerando que la Cámara, con sus actuales 20 Entidades que la conforman, es la representante natural del sector privado.

Ello se refleja tanto en el texto legal como en sus reglamentaciones, donde se le reconoce a la Entidad su representatividad en aspectos tales como la integración de los diferentes talleres y deliberaciones que concluyeron con la creación, puesta en marcha y actualización del PFETS; la conformación del Inprotur; la participación en la Asamblea General del CFT; la obligatoriedad para el Mintur de la consulta a la CAT respecto de las propuestas de reglamentaciones relacionadas con las actividades turísticas, los productos turísticos y los servicios a su cargo; la organización y participación en distintas acciones, ferias, misiones comerciales, congresos, seminarios y otros eventos, como así también en propuestas de comercialización turística tales como *Aerolíneas Vacaciones*, entre otras.

En los últimos años, la institución se ha visto fortalecida con la incorporación de nuevas cámaras. Originalmente estaba compuesta por: Fede-



Presidente de la Administración de Parques Nacionales, Carlos Corvalán
Ministro de Turismo, Enrique Meyer
Presidente de la Cámara Argentina de Turismo, Oscar Ghezzi.

ración Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA); Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones Congresos y Eventos (AOCA); Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina (FEDECATUR); Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT); Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés (AHRCC); Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT); Cámara de Compañías Aéreas en Argentina (JURCA); Cámara Argentina de Empresas Arrendadoras de Automotores (CADEA); Cámara Argentina de Tiempo Compartido.

Luego, en el año 2011 se incorporaron las siguientes entidades: Cámara Empresaria de Buses de Larga Distancia (CELADI); Cámara Argentina de Hostels (CAH); Destino Argentina; Asociación de Centros de Idiomas (SEA); Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura (AAETAV); Cámara de Instituciones Argentina para Promoción de la Salud (CIAPSA); Cámara Argentina de Centros de Esquí y Turismo.

Finalmente, entre el 2013 y 2015 se sumaron otras cuatro instituciones: Asociación Argentina de Polo; Cámara Argentina de Turismo Cinegético y Conservacionismo; Cámara de Comercio Gay Lésbica Argentina (CCGLAR); Cámara Argentina de Parques de Atracciones, Entretenimientos y Afines.

A su vez, la CAT ha promovido la creación de nuevas cámaras provinciales. Es así que se encuentran ya conformadas en las siguientes jurisdicciones: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Entre Ríos, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Neuquén, Rio

Negro, Salta, San Juan, Santa Cruz, Santiago Del Estero, Tierra Del Fuego (Ushuaia), Tucumán.

Por su parte, se encuentran en proceso de formación en las siguientes provincias: Corrientes, Formosa, Misiones, Provincia de Buenos Aires, San Luis, Santa Fe.

El Instituto Nacional de Promoción Turística

Uno de los postulados más innovadores de la Ley Nacional de Turismo es la creación del Instituto Nacional de Promoción Turística, como *“Ente de Derecho Público no Estatal en el ámbito del –hoy– Ministerio de Turismo de la Nación”*. Su sustrato político se encuentra en la valoración que hace el Gobierno del turismo como factor de desarrollo y el rol particular que le otorga al turismo receptivo como generador de divisas.

Su objeto es *“desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y de los productos directamente relacionados con él, así como de la imagen turística del país en el exterior”*. Para su concreción se define una conformación mixta, donde el mandato legal que ordena establecer: *“Los mecanismos necesarios para la participación y concertación de los sectores público y privado de la actividad”*, se ve orientado a la elaboración y ejecución de la política de promoción turística en exterior, en el que las provincias (por medio del CFT) y el sector privado (por medio de la CAT), funcionan como aliados estratégicos.

El Inprotur es presidido por el Ministro de Turismo y se integra con seis Vocales designados por dicha cartera, tres por el CFT y tres por la CAT, que se desempeñan *ad honorem*. Su presupuesto se com-

pone por el 40% de los ingresos producidos del Impuesto DNT, así como aportes del sector privado.

El Inprotur, en tanto órgano de promoción turística, es vidriera de la Argentina, como destino y debe ser facilitador del negocio turístico. Su condición de ente público no estatal y de carácter mixto, permite otorgarle mayor agilidad a sus decisiones y operatorias.

El Instituto de Calidad Turística Argentina

Si bien la idea de conformación de una entidad para la cogestión de las herramientas de calidad data de la creación del Sistema Argentino de Calidad Turística y del I Congreso Argentino de Calidad Turística (2008), encontrar la herramienta jurídica adecuada llevó su tiempo. Ello no derivó en una merma en las distinciones en todo el territorio nacional, sino que permitió alcanzar la experiencia, en una construcción sinérgica entre el Mintur, el IRAM y otras entidades.

Desde el año 2013 se estudiaron distintas propuestas jurídicas de abordaje, acordándose que una entidad civil de conformación mixta, cubre las necesidades, en este sentido. Se llegó así a la decisión de crear la *Fundación Instituto de la Calidad Turística Argentina* (ICTA), con lo cual se eleva el tema de la calidad turística a un nivel de institucionalización máximo, conformando una fundamental herramienta dentro de la actividad para la sustentabilidad en destinos, y del que puede reconocerse en el texto de la ley su innegable origen.

El ICTA es una institución mixta compuesta por doce miembros. Participan de su Consejo de Administración: la CAT, con seis miembros, el Mintur con tres, y el CFT también con tres miembros. Hasta tanto la entidad logre su sustentabilidad económi-

ca, el Mintur contribuye a su financiamiento.

Su objeto es, conforme el Estatuto de fundación, *“impulsar el desarrollo, excelencia y crecimiento de la actividad turística, y procurar la promoción de la cultura de la calidad en materia de turismo y fomentar la adopción de criterios y sistemas de gestión de la calidad, en y para todos los artífices de la actividad turística, tanto del sector privado, como público, nacional y/o internacional”*.

La experiencia de cogestión que constituyó el Inprotur es volcada en una entidad que permite aglutinar distintos esfuerzos y miradas al servicio de la calidad, como presupuesto de la sustentabilidad y la competitividad de los destinos turísticos, con un carácter federal y estratégico.

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable

El breve y a la vez contundente resumen de los aspectos institucionalizadores del turismo de Argentina que se describen en los apartados anteriores quedaría incompleto sin la mención específica del mandato legal de elaborar, revisar y actualizar un Plan Estratégico como instrumento orientador de la gestión.

La construcción colectiva del mismo, desde su primera versión en el año 2005, lo vuelve elemento que permite su aprovechamiento por todo el abanico de sectores intervinientes, de manera que el empresariado en su carácter de sector privado, Nación, Provincias y Municipios desde el público, y los institutos docentes desde el académico, han plasmado sus aspiraciones de presente y futuro deseado que desembocan en valores, premisas, perspectivas y pilares de una gestión con visos de permanencia en el tiempo y con presencia en todo el espacio nacional.

- 2.1./ Proceso de formulación del PFETS 2025.
- 2.2./ Los Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico.
- 2.3./ Visión.
- 2.4./ Misión.
- 2.5./ Objetivo general.
- 2.6./ Objetivos específicos.
- 2.7./ Enfoque estratégico.



2. DEL MODELO AL PLAN

turismo 2025

2.

2.1. EL PROCESO DE FORMULACIÓN DEL PFETS 2025

2.1.1. Principios y filosofía

La filosofía del PFETS, definida en su primera versión del año 2005, implica un modelo democrático y representativo, que conduce a todos los participantes a transformarse en custodios de la aplicación del Plan y sus sistemáticas actualizaciones. Al mismo tiempo está planteado, y así lo establece la misma Ley 25997 en su artículo 7, como 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.

La metodología adoptada para la presente actualización, con horizonte al año 2025, fue desarrollada de manera que conserve el espíritu participativo, estratégico y federal del Plan, ajustándose al Decreto 1297/2006, reglamentario de la ley 25997, el cual expresa:

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 N° 25997, receptando criterios de participación sistemática de los actores del sector para la evaluación y actualización periódica trianual del marco estratégico de dicho plan.

A diferencia de la actualización 2011, en la que con todos los integrantes del sector (públicos y privados) se acordó actualizar solamente su diseño operativo, la presente actualización asume la revisión completa del Plan, incluido su Diseño Estratégico.

La razón central radica en que los 10 años transcurridos desde su primera versión han sido de grandes transformaciones sectoriales, lo cual obliga a revisar las bases y conceptos del Plan, ajustándose a las nuevas realidades del país y del mundo.

Ello llevó a elaborar una metodología que permitiera adecuar las estrategias que dan sustento a la Política Turística al escenario actual y previsible para los próximos años. Al mismo tiempo, posibilitó incorporar elementos innovadores que permitirán visualizar los componentes básicos de la estrategia general con claridad, todo lo cual permitiría una mayor comprensión y apropiación por parte de los actores sectoriales.

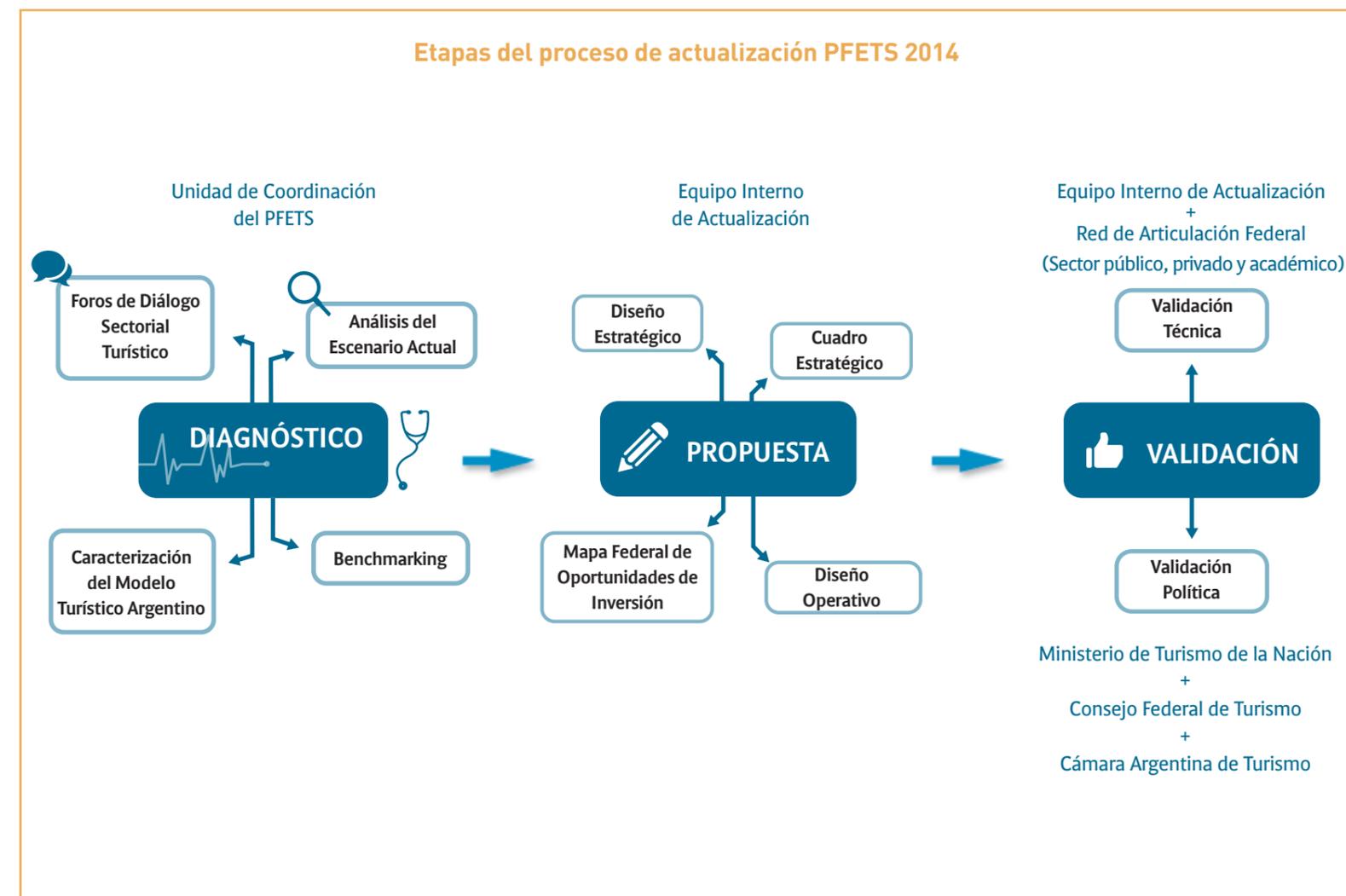
En función de ello, el proceso fue organizado a partir de cinco perspectivas, las que se detallan en el Anexo 11.2:

- **Perspectiva 1:** Política, económica, social y ambiental
- **Perspectiva 2:** Relación con los mercados
- **Perspectiva 3:** Relación destino, turista, residente
- **Perspectiva 4:** Actividades y procesos
- **Perspectiva 5:** Infraestructura y recursos



2.1.2. El proceso de actualización

La actualización del PFETS 2025 implicó varias etapas, las que comenzaron en el año 2013 y se extendieron a lo largo de todo el 2014.

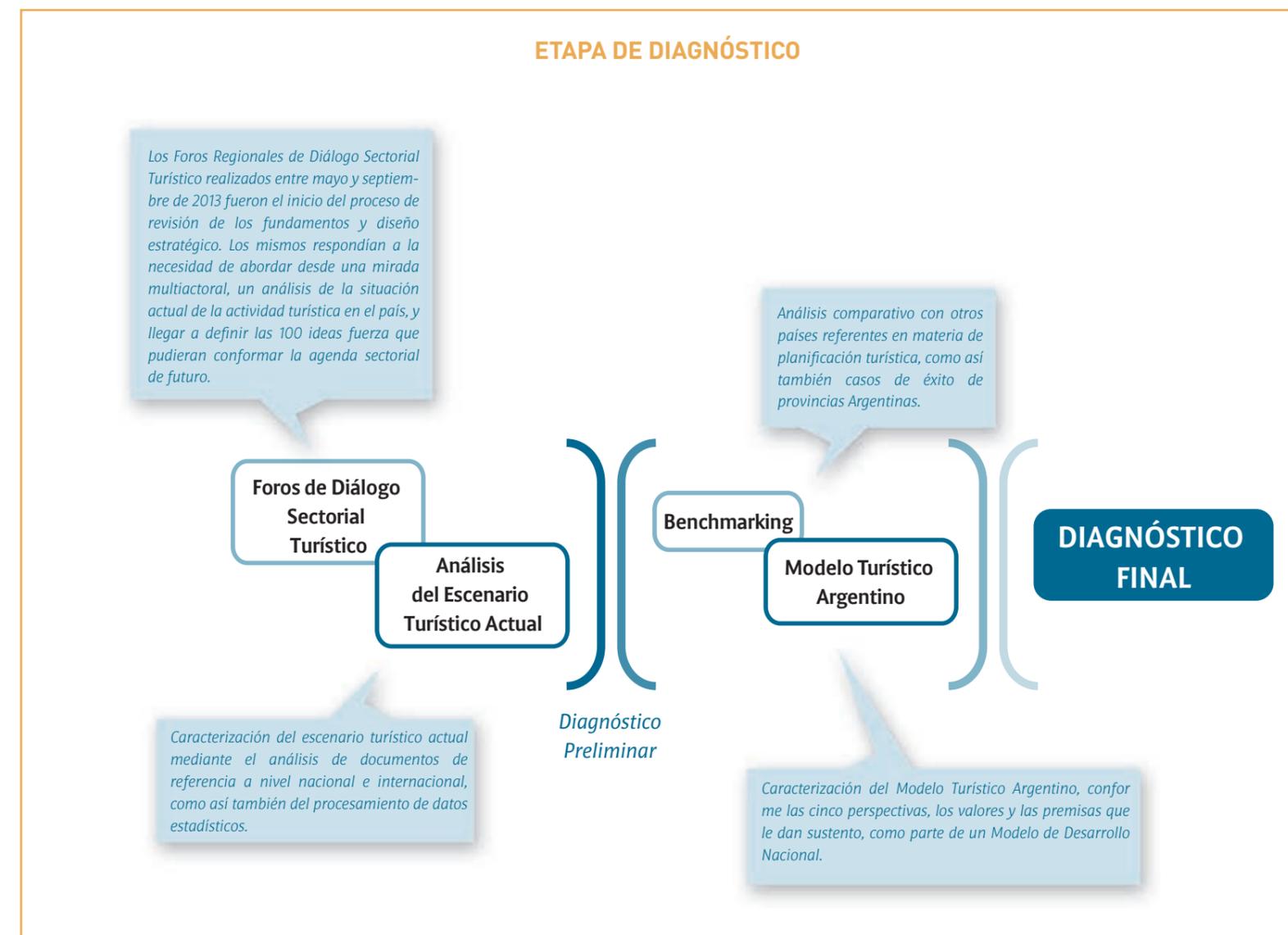


2.

turismo 2025



La etapa de diagnóstico se concretó a través de cuatro actividades:



P. N. Talampaya, La Rioja.

2.

turismo 2025

Etapa II: PROPUESTA

Equipo Interno de Actualización

- Premisas
- Visión
- Misión, objetivo general y específicos del Plan
- Enfoque estratégico
- Cuadro estratégico



- Programas
- Proyectos
- Indicadores

- Regionalización turística
- Componentes del espacio turístico
- Oportunidades de inversión pública

La actualización del PFETS con la mirada puesta en el 2025 contempló una reformulación profunda de los aspectos centrales. Los cambios sucedidos desde el primer PFETS así lo aconsejaban, con lo cual la etapa de Propuesta llevó a definir un nuevo Diseño Estratégico, con su correspondiente Diseño Operativo y con la consiguiente revisión del Mapa Federal de Oportunidades de Inversión.

La nueva propuesta queda sintetizada en el siguiente esquema.

Uno de los principales productos de esta etapa fue el Cuadro Estratégico, herramienta de descripción y comprensión de la estrategia que se plantean como adecuadas para la construcción y entrega de valor, tanto para los actores de la oferta, sector público, residentes como turistas. El Cuadro se compone de 26 objetivos estratégicos, que surgen de las diferentes instancias de consulta, análisis y elaboración.

Etapa III: VALIDACIÓN

Equipo Interno de Actualización + Red de Articulación Federal (Sector público, privado y académico)



Ministerio de Turismo de la Nación + Consejo Federal de Turismo + Cámara Argentina de Turismo

Definidos Diagnóstico Final y el Cuadro Estratégico, se procedió a su Validación, la cual se efectuó en dos instancias:

a) *Técnica, para la que se contempló un espacio de diálogo y consenso con los referentes de la Red Federal de Articulación del PFETS en conjunto con los representantes del equipo interno de actualización del Mintur. El evento tuvo lugar los días 29 y 30 de septiembre de 2014 en la localidad de Pilar, provincia de Buenos Aires.*

b) *Política, en el ámbito de la 127ª Asamblea del Consejo Federal de Turismo realizada el 15 de octubre de 2014 en San Miguel de Tucumán, en presencia de las Autoridades Nacionales, de las Autoridades Provinciales de Turismo y de representantes de la Cámara Argentina de Turismo.*



Réplica del Cabildo, La Punta, San Luis.



2.2. LOS FOROS REGIONALES DE DIÁLOGO SECTORIAL TURÍSTICO

2.2.1. Fundamento de los Foros

Por su importancia en todo el proceso de actualización, los Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico ameritan una descripción profunda de su formato y resultados, toda vez que fueron, por analogía, equivalentes a los Talleres Participativos con los cuales se inició el proceso del PFETS en el año 2004, desde una mirada post Ley Nacional de Turismo, con todo lo que a partir de ella se generó.

Desde el Ministerio de Turismo de la Nación se tomó la decisión de abordar, en el año 2013 la compleja tarea de elaborar un análisis profundo de la situación de la actividad turística en todo el territorio nacional. Se buscaba capitalizar el conocimiento sobre las realidades y coyun-

turas turísticas locales y regionales e identificar propuestas innovadoras que permitiesen afrontar el presente y futuro de la actividad, en un entorno dinámico.

En este contexto, y con la vocación de seguir construyendo políticas de forma participativa, que diesen continuidad al proyecto nacional iniciado en el año 2003, el Mintur, en conjunto con el Consejo Federal de Turismo y la Cámara Argentina de Turismo, convocó a los diferentes sectores que conforman el quehacer turístico. La propuesta fue desarrollar ocho Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico (FRDST) donde se abordarían 10 temáticas consideradas a priori como sustanciales, y con el objetivo de acordar 100 ideas que permitiesen construir el futuro del sector turístico argentino.

Los ejes temáticos sobre los cuales se propuso trabajar fueron:

- 1 Entorno institucional y planificación estratégica
- 2 Desarrollo de la oferta turística
- 3 Gestión del conocimiento, la información y estadística del turismo
- 4 Conservación y gestión del patrimonio
- 5 Gestión de la calidad
- 6 Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos
- 7 Inversiones y fuentes de financiamiento
- 8 Protección y seguridad turística
- 9 Turismo social y responsabilidad social empresaria
- 10 Empleo y recursos humanos

2.2.2. Premisas

El desarrollo de los Foros se llevó a cabo entre mayo y septiembre de 2013 y se sustentó en dos premisas fundamentales, las cuales surgen de Modelo Turístico Nacional:

- *Desarrollo económico sustentable con inclusión social*
- *Conservación del patrimonio turístico nacional*

2.2.3. Objetivos

Los FRDST tuvieron como principal objetivo generar ámbitos de debate entre los diferentes actores del sector turístico nacional, propiciando el análisis, discusión y consenso de una agenda de temas claves, para la definición de un conjunto de ideas fuerza y estrategias. Estas ideas debían volverse un componente esencial del proceso de actualización del PFETS 2025.

2.2.4. Entidades convocadas

En concordancia con las premisas emanadas de la Ley Nacional de Turismo 25997, y con la clara decisión política de darle continuidad al proceso participativo de formulación del PFETS, se convocó a las siguientes instituciones representativas de la actividad turística nacional:

- *Ministerio de Turismo de la Nación.*
- *Administración de Parques Nacionales.*
- *Instituto Nacional de Promoción Turística.*
- *Cámara Argentina de Turismo.*
- *Consejo Federal de Turismo.*
- *Entes Regionales de Turismo.*
- *Entes y Autoridades Provinciales y Municipales.*
- *Legisladores nacionales y provinciales de comisiones de turismo.*
- *Aerolíneas Argentinas.*
- *Entidades académicas de turismo.*
- *Entidades profesionales del sector.*
- *Entidades financieras (Banco Nación, BICE, bancos provinciales)*

2.2.5. Metodología

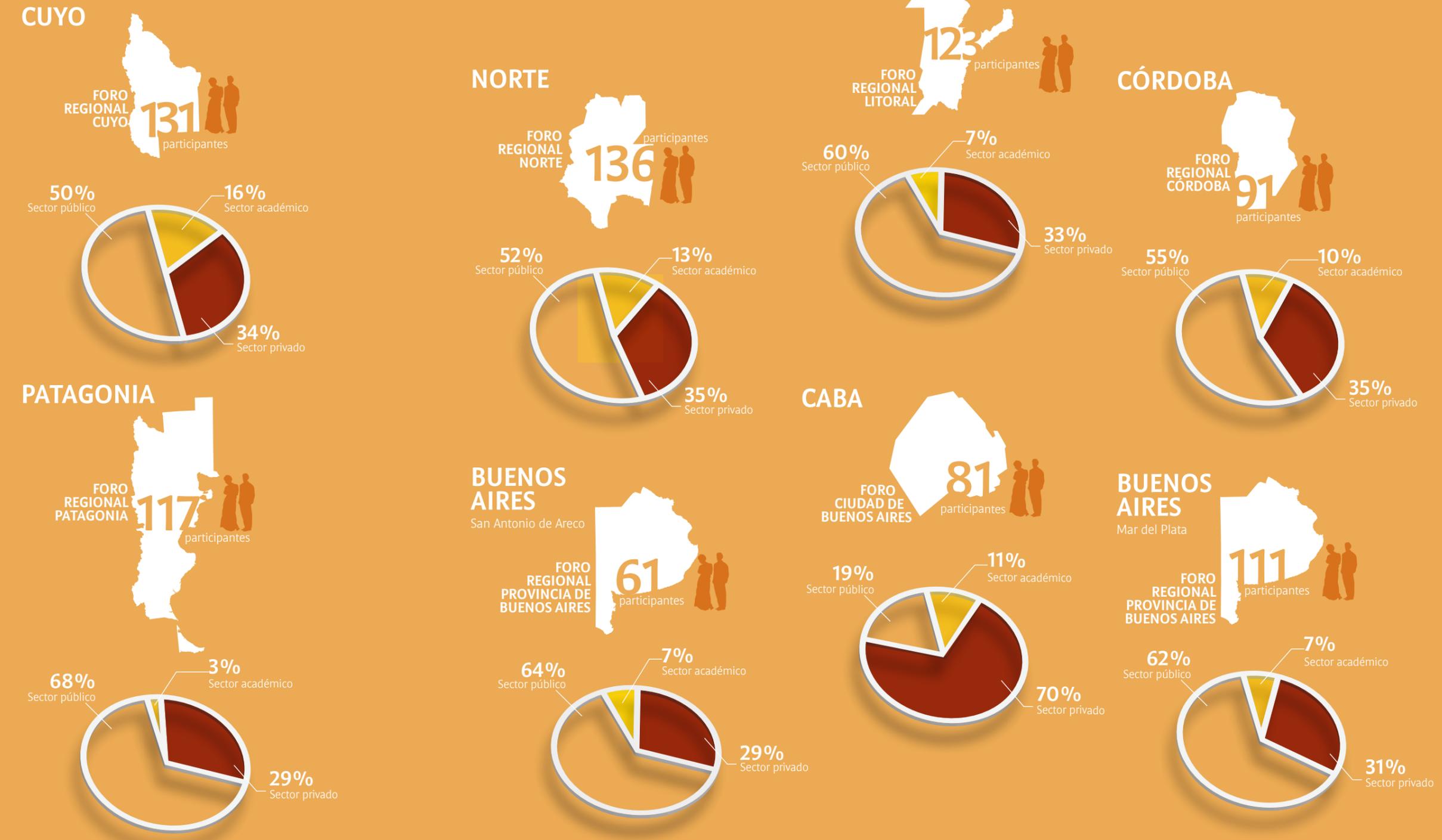
Los Foros fueron organizados a partir de las 10 temáticas descriptas, conformándose una Comisión por cada uno de ellos.

En cada Comisión los participantes brindaron sus aportes en pos de definir las principales **ventajas, desventajas e ideas fuerza** consideradas adecuadas para comprender el escenario actual, solucionar los conflictos detectados y encauzar las potencialidades inherentes a la temática trabajada.

Al mismo tiempo se propuso elaborar una **Visión Compartida** por comisión, a los efectos de esbozar el posible escenario turístico futuro de la Argentina.

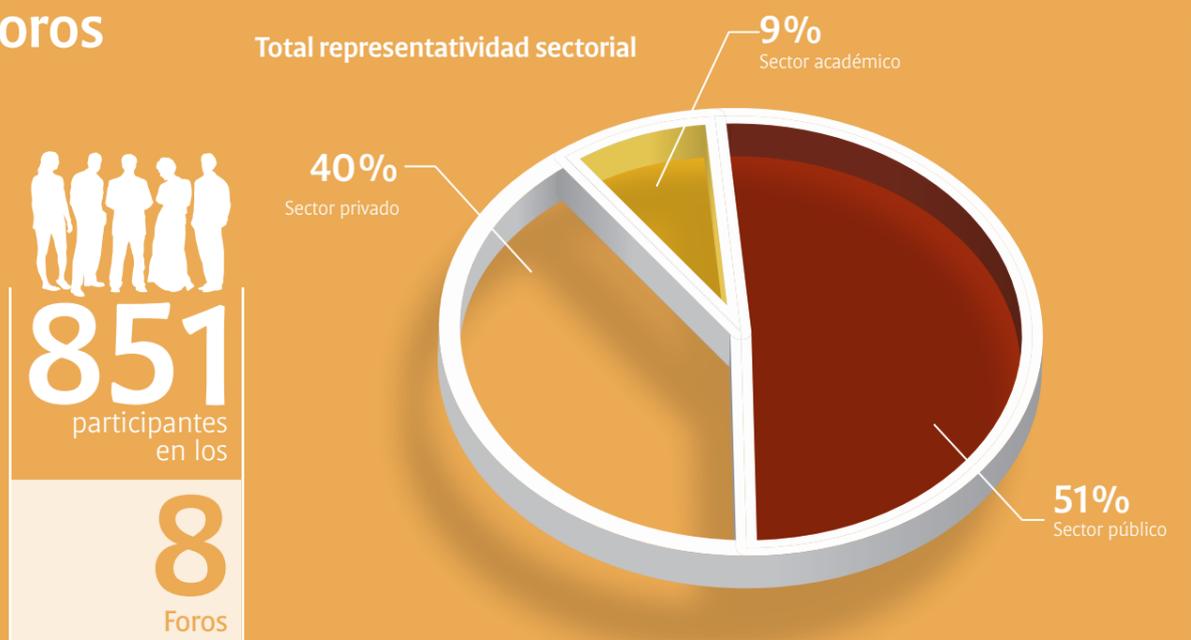
Las principales conclusiones de cada una de las comisiones fueron expuestas en un plenario, hacia el cierre de cada jornada.

2.2.6. Asistentes por región



2.2.7. Los Foros en números

Los datos cuantitativos de los Foros



10 horas por encuentro, lo cual significó 80 hs de trabajo en el marco de los foros.

10

ejes temáticos que estructuraron la dinámica del encuentro y marcaron las líneas a considerar en la actualización del



se generaron
600
IDEAS FUERZA

2.2.8. Las 100 Ideas Fuerza, un insumo fundamental para la actualización del PFETS 2025

Una vez finalizados los ocho Foros, el Equipo Técnico de la Unidad de Coordinación del PFETS del Mintur, realizó una lectura y análisis en profundidad de cada uno de los documentos generados. A partir de ello se identificaron las Ideas Fuerza que se reiteraron en las distintas mesas de trabajo y regiones, y sobre las cuales se hizo especial hincapié.

Estas Ideas Fuerza fueron reordenadas dentro de cada tema y enmarcadas en las Premisas y Valores Trascendentes de la Política Turística Nacional, a los efectos de brindarle un encuadre orientador que facilite su lectura e interpretación.

El resultado de dicho proceso fue la identificación de **100 Ideas Fuerza** que sintetizan el pensamiento sectorial sobre los temas trascendentes para la agenda de futuro.

Con ese esquema de información disponible, se organizó un taller interno de trabajo en el ámbito del Mintur, a los efectos de que cada uno de los referentes de las áreas involucradas avance en su validación. Posteriormente se organizó el **Encuentro Nacional de Líderes del Turismo** en el mes de noviembre de 2013, con el objetivo de debatir, consensuar y validar la información generada en los Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico.

Mediante una metodología específica y dinámica, los participantes - autoridades nacionales y provinciales de los organismos públicos de turismo, de las cámaras empresarias y de las instituciones académicas -, tuvieron la oportunidad de analizar la consistencia y pertinencia técnico política de las ideas fuerza propuestas en los Foros y priorizar la implementación de las mismas, para así garantizar un núcleo de coincidencias y líneas estratégicas viables.

2.3. VISIÓN DEL TURISMO

VISIÓN

Argentina es un país turístico con una fuerte identidad signada por el respeto a su patrimonio natural y cultural, la diversidad de su oferta y la excelencia de sus servicios, donde el turismo se integra como sector productivo a partir de la cooperación entre quienes contribuyen en forma significativa al desarrollo nacional.

2.4. MISIÓN DEL PFETS

MISIÓN

Orientar y afianzar las estrategias y acciones de gestión para un desarrollo federal, equilibrado, sustentable, y ético del turismo, generador de capacidad turística competitiva enfocada en experiencias de calidad, satisfactorias para habitantes y turistas.



2.5. OBJETIVO GENERAL DEL PFETS

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el proceso orientador y articulador de actuaciones que, en forma sinérgica, reafirme voluntades, optimice recursos y encamine estos esfuerzos hacia un modelo de desarrollo turístico sustentable para la República Argentina.

2.7. ENFOQUE ESTRATÉGICO

ENFOQUE ESTRATÉGICO

Argentina es un destino de experiencias memorables fundadas en el carácter y la calidez de su gente, enriquecidas por su diversidad cultural y natural, y sustentadas por la calidad de sus propuestas.

2.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PFETS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Políticos: Sostener un modelo de desarrollo turístico participativo, equilibrado y federal, respetuoso de las organizaciones y entidades públicas, privadas y de las autonomías provinciales.

Ambientales: Afianzar el modelo de desarrollo turístico respetuoso del ambiente natural, satisfaciendo las necesidades presentes, y resguardando los recursos para las generaciones futuras.

Socioculturales: Contribuir a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la República Argentina; fomentar las experiencias interculturales y garantizar el respeto a la cultura, la identidad y los valores de las comunidades anfitrionas.

De calidad: Promover la competitividad a través de la mejora continua hacia la excelencia, basada en la innovación y actualización de los métodos de gestión y producción y en el compromiso de todos los actores.

Socioeconómicos: Estimular la distribución equilibrada y equitativa de los beneficios generados por el turismo, creando oportunidades de desarrollo económico y social para las generaciones actuales y venideras.

- 3.1./ Objetivos estratégicos.
- 3.2./ Cuadro estratégico.
- 3.3./ Acciones estratégicas.



3. DE LA ESTRATEGIA A LA GESTIÓN

turismo 2025

3.

3.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Son los elementos que permiten concretar la estrategia, planteando una estructura de objetivos interrelacionados para alcanzar la visión. Responden a la

pregunta ¿para qué? el sector debería realizar determinadas acciones y por consecuencia entender cuál sería el resultado esperado luego de su implementación.

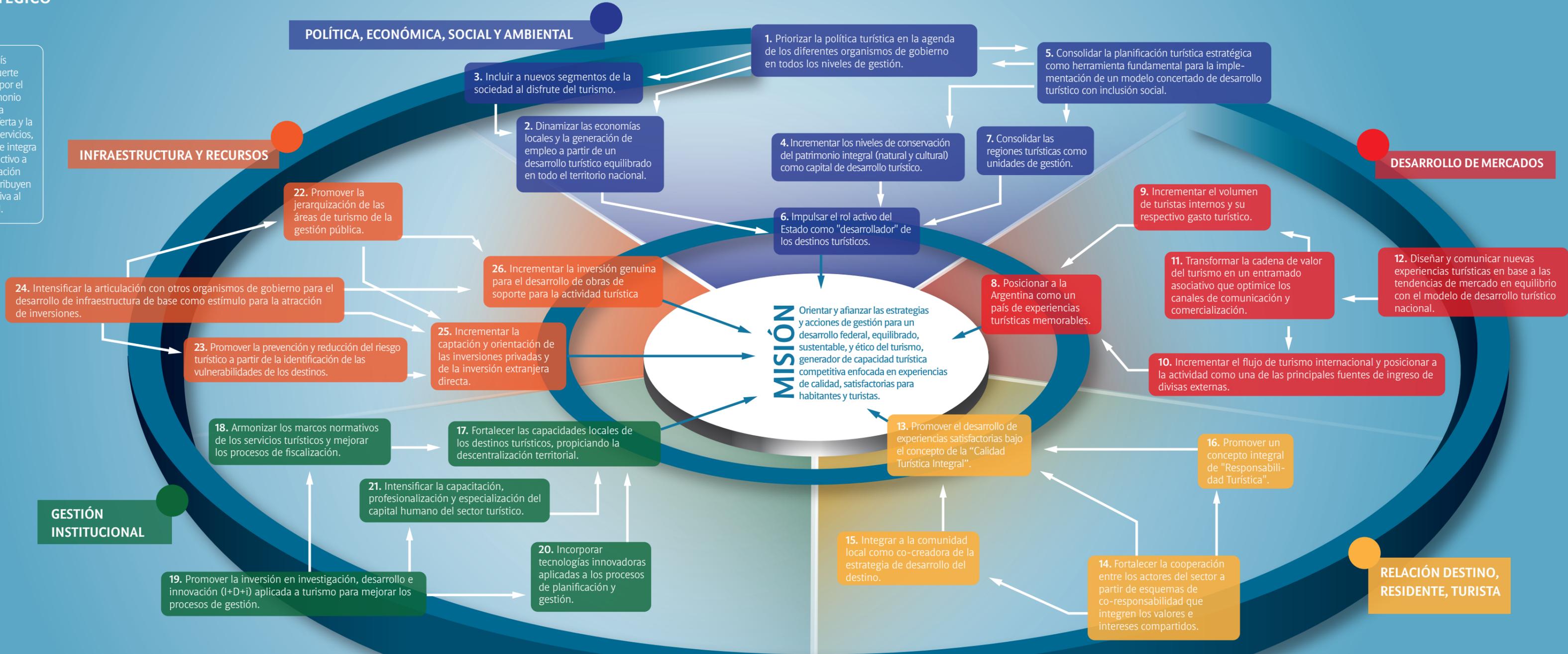
PERSPECTIVA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Política, económica, social y ambiental Se identifica directamente con los intereses de la sociedad y las comunidades residentes, constituyéndose en los fines últimos de la política turística que busca a través del desarrollo económico del sector, la generación de empleo, el aumento de la competitividad, la mejora en las condiciones de sustentabilidad, y la mejora del estado de bienestar de su población.	1. Priorizar la política turística en la agenda de los diferentes organismos de gobierno en todos los niveles de gestión. 2. Dinamizar las economías locales y la generación de empleo a partir de un desarrollo turístico equilibrado en todo el territorio nacional. 3. Incluir a nuevos segmentos de la sociedad al disfrute del turismo. 4. Incrementar los niveles de conservación del patrimonio integral (natural y cultural) como capital de desarrollo turístico. 5. Consolidar la planificación turística estratégica como herramienta fundamental para la implementación de un modelo concertado de desarrollo turístico con inclusión social. 6. Impulsar el rol activo del Estado como desarrollador de los destinos turísticos. 7. Consolidar las regiones turísticas como unidades de gestión.
Desarrollo de mercados Hace referencia a los procesos de comunicación y distribución de la oferta turística por medio de la integración de la cadena de valor con los mercados a partir de la articulación entre los socios estratégicos nacionales y del exterior.	8. Posicionar a la Argentina como un país de experiencias turísticas memorables. 9. Incrementar el volumen de turistas internos y su respectivo gasto turístico. 10. Incrementar el flujo de turismo internacional y posicionar a la actividad como una de las principales fuentes de ingreso de divisas externas. 11. Transformar la cadena de valor del turismo en un entramado asociativo que optimice los canales de comunicación y comercialización. 12. Diseñar y comunicar nuevas experiencias turísticas en base a las tendencias de mercado en equilibrio con el modelo de desarrollo turístico nacional.
Relación destino, residente, turista Abarca aquellos aspectos claves para generar valor desde el punto de vista del turista o visitante. Aquí se abordan tres ámbitos de actuación a los que la estrategia debe dar respuesta: el acceso al turista a través de los atributos del producto o servicio, la relación con el turista y la imagen del destino, teniendo en cuenta que para optimizar estos aspectos es necesario una estructura de cooperación sectorial en red que incluya a todos los actores del sector.	13. Promover el desarrollo de experiencias satisfactorias bajo el concepto de la “Calidad Turística Integral”. 14. Fortalecer la cooperación entre los actores del sector a partir de esquemas de co-responsabilidad que integren los valores e intereses compartidos. 15. Integrar a la comunidad local como co-creadora de la estrategia de desarrollo del destino. 16. Promover un concepto integral de “Responsabilidad Turística”.
Gestión Institucional Refiere a los procesos estratégicos, los de soporte y los operativos de los organismos de turismo (y otras carteras asociadas) bajo cuya responsabilidad recae el desarrollo de la actividad.	17. Fortalecer las capacidades locales de los destinos turísticos, propiciando la descentralización territorial. 18. Armonizar los marcos normativos de los servicios turísticos y mejorar los procesos de fiscalización. 19. Promover la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) aplicada a turismo para mejorar los procesos de gestión. 20. Incorporar tecnologías innovadoras aplicadas a los procesos de planificación y gestión. 21. Intensificar la capacitación, profesionalización y especialización del capital humano del sector turístico.
Infraestructura y Recursos Implica aspectos en los que los organismos de turismo deben incidir para sostener el proceso de cambio, innovación y crecimiento que requiere la estructura para soportar la estrategia.	22. Promover la jerarquización de las áreas de turismo de la gestión pública. 23. Promover la prevención y reducción del riesgo turístico a partir de la identificación de las vulnerabilidades de los destinos. 24. Intensificar la articulación con otros organismos de gobierno para el desarrollo de infraestructura de base como estímulo para la atracción de inversiones. 25. Incrementar la captación y orientación de las inversiones privadas y de la inversión extranjera directa. 26. Incrementar la inversión genuina para el desarrollo de obras de soporte para la actividad turística.



3.2. CUADRO ESTRATÉGICO

2025
VISIÓN

Argentina es un país turístico con una fuerte identidad signada por el respeto a su patrimonio natural y cultural, la diversidad de su oferta y la excelencia de sus servicios, donde el turismo se integra como sector productivo a partir de la cooperación entre quienes contribuyen en forma significativa al desarrollo nacional.



3.

3.3. ACCIONES ESTRATÉGICAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N°1: Priorizar la política turística en la agenda de los diferentes organismos de gobierno en todos los niveles de gestión.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Profundizar las acciones interministeriales de facilitación turística, previsto en Ley Nacional de Turismo.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales. Otros organismos de gobierno relacionados.											
Realizar un mapa estratégico de los organismos que acompañan el desarrollo turístico.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales. Otros organismos de gobierno relacionados.											
Definir una agenda anual de trabajo con diferentes organismos de gobierno.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales. Cámaras empresarias. Otros organismos de gobierno relacionados.											
Impulsar la implementación de proyectos compartidos con organismos de gobierno que inciden en las condiciones de base para el desarrollo de la actividad.	Otros organismos de gobierno relacionados.											



OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N°2: Dinamizar las economías locales y la generación de empleo a partir de un desarrollo turístico equilibrado en todo el territorio nacional.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Crear un acuerdo sectorial para incentivar la incorporación de jóvenes al mercado laboral turístico.	MINTUR, MTESS, MDS, Cámaras empresarias, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Incorporar a los programas de formación profesional existentes, proyectos de capacitación que favorezcan la inserción laboral en el sector turístico.	MINTUR, MTESS, MDS, Cámaras empresarias, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Crear acuerdos sectoriales para el fomento del empleo turístico formal.	MINTUR, MTESS, MDS, Cámaras empresarias, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Impulsar el apoyo financiero y técnico para nuevos emprendimientos de servicios turísticos.	MINTUR, MTESS, MINECO, Cámaras empresarias.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N°3: Incluir a nuevos segmentos de la sociedad al disfrute del turismo.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Actualizar y/o diseñar nuevos programas de turismo social orientados a nuevos segmentos de demanda.	Organismos de turismo provinciales y municipales. Cámaras empresarias.											
Crear programas de beneficios para nuevos segmentos que se incorporan al mercado turístico.	Organismos de turismo provinciales y municipales. Cámaras empresarias.											

3.

turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 4: Incrementar los niveles de conservación del Patrimonio Integral (natural y cultural) como capital de desarrollo turístico.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Elaborar Planes de Gestión Integral del patrimonio de manera participativa. Completar los que faltan y procurar la actualización permanente de los planes vigentes.	MINTUR, APN, Organismos de turismo provinciales y municipales, Comunidades residentes.											
Difundir las condiciones y requerimientos para declarar un sitio Patrimonio Mundial u otros reconocimientos internacionales. Sensibilización sobre las implicancias de esas declaraciones.	MINTUR, APN.											
Crear programas de formación ambiental y de conservación patrimonial destinados a la población local.	Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Resaltar los valores patrimoniales en las campañas de promoción y difusión.	MINTUR, INPROTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Organizar un sistema de indicadores sobre la conservación del patrimonio.	MINTUR, APN, MINCYT, CONICET, Organismos de turismo provinciales.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 5: Consolidar la planificación turística estratégica como herramienta fundamental para la implementación de un modelo concertado de desarrollo turístico con inclusión social.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Conformar e institucionalizar equipos técnicos regionales intersectoriales, para abordar procesos de planificación.	Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales.											
Posicionar al PFETS como base de planificación articulada en los diferentes niveles (regional - provincial -local).	MINTUR, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales.											
Consolidar el modelo de planificación estratégica a partir de la implementación del Sistema Argentino de Planificación Turística.	MINTUR, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector Académico.											
Profundizar el acompañamiento, en el nivel microregional y local, a la planificación de los destinos turísticos bajo el modelo PFETS.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector Académico.											
Fortalecer la Red de Articulación Federal del PFETS, integrada por referentes de planificación provinciales y municipales, para facilitar la implementación de la transferencia del modelo PFETS.	MINTUR, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector Académico.											
Promover y fortalecer la producción de Planes Operativos Anuales (POA) y Tableros de Monitoreo en el ámbito de los organismos e instituciones del sector que son responsable de la implementación del PFETS.	MINTUR, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector Académico.											

3.

Turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 6: Impulsar el rol activo del Estado como desarrollador de los destinos turísticos.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Organizar foros de concertación entre los actores del sector para el desarrollo de destinos turísticos nuevos y emergentes.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector académico, APN, Comunidad residente, ONG.											
Planificar el desarrollo de nuevos destinos turísticos en asociación con el Sistema Federal de Áreas Protegidas, favoreciendo la sustentabilidad de los mismos y potenciando la conservación del patrimonio.	MINTUR, APN, Cámaras empresariales.											
Constituir fondos de inversión mixtos dentro del marco estratégico del PFETS para el desarrollo de destinos turísticos nuevos o emergentes asociados al Sistema Federal de Áreas Protegidas.	MINTUR, APN, MINECO, Cámaras empresariales, Comunidades residentes.											
Difundir las herramientas de financiamiento en el sector turístico.	MINTUR, MECON, MDS, Ministerio de Industria, MINAGRI, Fuentes Nacionales e Internacionales, CFI.											
Elaborar y difundir mapas de oportunidad de inversión privada.	MINTUR, APN, Organismos de Turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector académico, ONG.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 7: Consolidar las regiones turísticas como unidades de gestión.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Formalizar la estructura organizativa de los entes regionales a través de asignación de presupuesto, adecuación de los estatutos, formación de comisiones técnicas, desarrollo y evaluación de planes de trabajo.	MINTUR, CFT, Entes regionales de turismo, organismos de turismo provinciales.											
Conformar comisiones técnicas intersectoriales por región en diferentes temáticas: planificación, conservación del patrimonio, calidad y capacitación, desarrollo de nuevos productos y experiencias, marketing, entre otras.	Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Instituciones académicas, ONG.											
Desarrollar herramientas que permitan el trabajo asociativo público, privado y académico al interior de cada región.	MINTUR, CFT, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Instituciones académicas, ONG, APN.											
Articular con el Consejo Federal de Turismo y las comisiones de turismo de las cámaras del poder legislativo nacional, generando un espacio de intercambio permanente donde se puedan desarrollar propuestas normativas regionales.	MINTUR, CFT, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, Representantes legislativos.											
Diseñar herramientas de gestión para fortalecer los entes regionales como ámbitos de cooperación sectorial.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector Académico, ONG, Comunidades residentes.											

3.

Turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 8: Posicionar a la Argentina como un país de experiencias turísticas memorables.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mantener actualizadas las experiencias turísticas, mediante un trabajo coordinado con las Provincias, teniendo en cuenta mediciones analíticas e información generada por usuarios de la web y datos proporcionados por los referentes de turismo provinciales y locales, prestadores de servicios, con la retroalimentación de comunidades residentes.	MINTUR, INPROTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, CAT, Sector privado.											
Gestionar un banco de contenidos público (fotos, videos, audios, etc.) para la promoción de las experiencias turísticas de todo el país.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Unificar los criterios de comunicación de las experiencias turísticas nacionales.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, CAT.											
Desarrollar una plataforma digital oficial de información y comercialización unificada bajo las normas de seguridad en comercio electrónico, calidad y sustentabilidad.	MINTUR, INPROTUR.											
Incrementar los viajes de prensa y blog trip para la generación de contenidos de experiencias memorables.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, CAT.											
Incrementar los viajes de familiarización centrado en las experiencias turísticas.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, CAT.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 9: Incrementar el volumen de turistas internos y su respectivo gasto turístico.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mejorar la conectividad terrestre intra-regional y la seguridad vial en rutas y autopistas. Diseñar rutas escénicas.	MINTUR, MINPLAN, MIT, Gobiernos provinciales, Policías provinciales.											
Mejorar la conectividad entre las terminales de transporte para facilitar las conexiones y los trasbordos.	MINTUR, MIT, MINPLAN, Gobiernos provinciales, Cámaras empresariales.											
Generar campañas de comunicación para la valoración de la importancia del turismo nacional como actividad económica jerarquizándolo frente a otros sectores productivos.	MINTUR, Cámaras empresariales.											
Promover campañas comunicacionales regionales, e incentivar la gestión de eventos.	MINTUR, CFT, Entes regionales, Organismos de turismo provinciales.											
Desarrollar nuevos corredores federales para descentralizar las rutas aéreas.	MINTUR, Aerolíneas Argentinas.											
Sostener la definición anticipada de los feriados nacionales.	MINTUR.											

3.

Turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 10: Incrementar el flujo de turismo internacional y posicionar a la actividad como una de las principales fuentes de ingreso de divisas externas.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fortalecer la promoción turística internacional, especialmente en el mercado regional (Sudamérica) a través de campañas de comunicación dirigidas principalmente al consumidor final.	INPROTUR, MRECIC, Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, Empresas aerocomerciales.											
Diseñar productos turísticos binacionales.	INPROTUR, MRECIC, Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, CAT, Ministerio del Interior y Transporte.											
Fortalecer el trabajo con Tour Operadores y Agencias de Viajes a través de capacitaciones tanto en modalidad online como presencial.	INPROTUR, CAT, Sector privado.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 11: Transformar la cadena de valor del turismo en un entramado asociativo que optimice los canales de comunicación y comercialización.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Crear / adaptar plataformas tecnológicas para optimizar los canales de comunicación y comercialización de la oferta turística.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias.											
Crear espacios colaborativos (observatorios / Clubes de producto / plataformas empresariales) con objetivos de promoción y comercialización específicos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias, Comunidades residentes.											
Crear redes que incentiven la cooperación entre los espacios colaborativos procurando la capacitación y transferencia de know-how.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias, Comunidades residentes.											
Identificar por provincia los oficios y saberes e incorporarlos a la cadena de valor como servicios a la oferta turística.	Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias.											



Daniel Pablo Aguilera - Secretario de Turismo de la Nación.



OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 12: Diseñar y comunicar nuevas experiencias turísticas en base a las tendencias de mercado en equilibrio con el modelo de desarrollo turístico nacional.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Potenciar la inteligencia de mercado a través de informes estadísticos y de mercado con foco en el análisis de la demanda real y potencial, la oferta y los canales de distribución.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Difundir y comunicar a los actores clave, los estudios estadísticos y de mercado, para la construcción de las experiencias turísticas acorde a las nuevas tendencias de mercado.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Diseñar y actualizar de forma permanente el portafolio de experiencias turísticas argentinas.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector académico, Comunidades residentes.											

3.

turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 13: Promover el desarrollo de experiencias satisfactorias bajo el concepto de la “Calidad Turística Integral”.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Generar un sistema de incentivos o estímulos para prestadores de servicios turísticos que potencien el SACT.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales.											
Actualizar las herramientas del SACT y potenciar su implementación a escala regional y provincial.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales.											
Crear campañas para difundir experiencias de calidad integral, basada en los valores de las comunidades residentes de los destinos turísticos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales.											
Crear y gestionar el sello “Calidad Turística Argentina” posicionándolo como marca líder en América Latina.	MINTUR, CAT, Marca País.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 14: Fortalecer la cooperación entre los actores del sector a partir de esquemas de co-responsabilidad que integren los valores e intereses compartidos.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Crear esquemas de co-responsabilidad para la implementación de programas específicos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector Académico, ONG.											
Fortalecer la participación de los actores del sector en las instancias de actualización del PFETS.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector Académico, ONG, Comunidades residentes.											
Favorecer la articulación entre sector privado e instituciones educativas para la generación de programas ejecutivos de formación profesional y “transferencia tecnológica”.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector Académico.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 15: Integrar a la comunidad local como co-creadora de la estrategia de desarrollo del destino.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Propiciar la formación / integración de líderes / referentes locales.	Organismos de turismo provinciales y municipales, ONG, Comunidades residentes.											
Incorporar temáticas turísticas en las curriculas de educación formal en los destinos con vocación turística.	MINEDU, Sector académico.											
Profundizar acciones de cultura turística en los niveles primario, medio y superior para concientizar sobre la importancia del turismo sustentable y el resguardo del patrimonio natural y cultural.	MINTUR, MINEDU, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresariales, Sector Académico.											

3.

Turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 16: Promover un concepto integral de "Responsabilidad Turística".												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Conceptualizar y comunicar la idea de un turismo responsable como elemento diferenciador de los destinos argentinos, tendiendo a la valoración por parte de todos los actores del sector y apreciación por parte del turista.	MINTUR, Cámaras empresarias, ONG.											
Fortalecer y profundizar los programas de turismo responsable basados en el acceso al turismo, protección de la niñez, empoderamiento de la mujer y preservación y fortalecimiento de la cultura regional y los pueblos originarios.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias, Sector Académico.											
Desarrollar un sistema de incentivos dirigido a los diferentes actores del sector, para potenciar el desarrollo de la "Responsabilidad Turística" en el ámbito de las empresas, de las organizaciones y de las comunidades residentes.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias, Sector Académico, ONG, Comunidades residentes.											
Elaborar Directrices sobre arquitectura bioclimática y energías renovables en los proyectos de desarrollo turístico, de inversión pública y privada.	MINTUR, MINCYT, CONICET, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias, Sector Académico, ONG.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 17: Fortalecer las capacidades locales de los destinos turísticos, propiciando la descentralización territorial.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Elaborar un diagnóstico y relevamiento de municipios turísticos, estableciendo niveles de desarrollo, en función de indicadores cuantitativos y cualitativos de cada destino.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Diseñar herramientas de transferencia de capacidades a los municipios por áreas temáticas.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales.											
Profundizar la producción de manuales de lineamientos de gestión turística municipal, de acuerdo al estado de desarrollo de municipios y los temas claves.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Diseñar y transferir herramientas informáticas al nivel municipal para la gestión de la información y las estadísticas en el marco del Sistema de Información y Estadísticas de Turismo (SIET).	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Coordinar con las instituciones académicas la definición de programas de extensión que potencien el desarrollo de las capacidades de gestión de los organismos de turismo municipales.	MINTUR, MINEDU, Organismos de turismo provinciales y municipales, Sector académico.											
Sostener el desarrollo de capacidades técnicas provinciales para la elaboración de indicadores del turismo armonizados.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales.											
Fortalecer el rol de los técnicos implementadores locales / regionales de las herramientas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT), a fin de equilibrar el mapa de implementaciones aprovechando la capacidad instalada en el territorio.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresarias.											

3.

turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 18: Armonizar los marcos normativos de los servicios turísticos y mejorar los procesos de fiscalización.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Definir la metodología de relevamiento, comparación, análisis y validación del marco normativo sobre servicios turísticos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											
Relevar / inventariar el marco normativo referido a servicios turísticos y temas de interés.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											
Crear un dígesto con el marco normativo vigente en materia de servicios turísticos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											
Crear un repositorio online organizado del marco normativo en turismo.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											
Diseñar un protocolo para orientar criterios estructurales en el desarrollo del marco normativo de un destino, con vistas a una mirada homogénea sobre el tema.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											
Adecuar las normativas nacionales vinculadas a servicios turísticos, reduciendo las incompatibilidades generadas en los distintos ámbitos jurisdiccionales.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											
Instrumentar acciones de capacitación y transferencia de ciertos procesos de fiscalización de provincias a municipios.	Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Propiciar espacios de encuentros periódicos entre representantes del poder legislativo a nivel provincial y nacional, en pos de la creación de un Parlamento Turístico.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Observatorio de Derecho del Turismo.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 19: Promover la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+ D+ I) aplicada a turismo para mejorar los procesos de gestión.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Crear el Instituto Nacional de Planificación e Investigación en Turismo (INAPIT).	MINTUR, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Generar metodologías (Guías, modelos y herramientas) para el desarrollo de sistemas de información siguiendo los lineamientos de gobierno abierto, gobierno electrónico y software público, procurando su compatibilidad con el Sistema de Información y Estadísticas de Turismo (SIET).	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Generar metadatos y bases de conocimiento de temas y terminologías del sector turístico.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Consensuar con las instituciones académicas una agenda de investigaciones sobre temas claves para la mejora de los procesos de gestión.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras empresariales, Sector académico.											

3.

turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 20: Incorporar tecnologías innovadoras aplicadas a los procesos de planificación y gestión.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Desarrollar un sistema de incentivos, para empresas u organizaciones que mediante las tecnologías hagan un uso racional de los recursos.	MINTUR, MINCYT, MECON, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Crear comunidades virtuales para el intercambio de experiencias y tratamiento de temas relacionados con gestión del conocimiento y tecnología aplicada.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras Empresariales, Sector Académico, ONG.											
Difusión de herramientas tecnológicas para aplicar a los procesos de planificación y gestión (datamining, inteligencia de negocios, bigdata, etc.).	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras Empresariales, Sector Académico.											
Generar interfaces para permitir la interoperabilidad entre sistemas de información, conformando un sistema federal de información turística.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales.											
Generar líneas de investigación sobre aplicación de tecnologías en el sector turístico.	MINTUR, MINEDU, MINCYT, Sector Académico.											
Reforzar los canales directos de comercialización a través del uso de las tecnologías y plataformas comerciales online.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras Empresariales, Sector Académico.											
Diseñar un sistema de inteligencia estratégica en red para maximizar el acceso y difusión de indicadores de turismo producidos por organismos públicos, cámaras empresariales, empresas particulares, instituciones académicas y de investigación y ONGs.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Cámaras Empresariales, Sector Académico, ONG.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 21: Intensificar la capacitación, profesionalización y especialización del capital humano del sector turístico.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Aprovechar los recursos profesionales de las instituciones académicas para desarrollar capacitaciones en todos los niveles del sector.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Sector académico.											
Difundir y concretar compromisos institucionales para perfeccionar e implementar los lineamientos para la Mejora de la Formación de los RR.HH. en Turismo (LMFT).	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Sector académico.											
Fortalecer, y difundir el espacio de la red nacional de educación MINTUR como espacio de concertación nacional entre los sectores público, privado y académico.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Sector académico, Cámaras empresariales.											
Generar instancias de diálogo entre sector educativo, sector privado y sector público para promover la inserción de profesionales en turismo a través de incentivos al sector privado.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Sector académico.											
Enriquecer el repositorio digital del MINTUR con producciones académicas e institucionales.	MINTUR, Sector académico.											
Promover la actualización de los diseños curriculares en la formación turística.	MINTUR, Sector académico.											
Propiciar o fortalecer Redes de Educación en Turismo a nivel Latinoamericano.	MINTUR, Sector académico, ONG, Organismos de turismo de otros países.											
Generar estudios de inserción laboral de graduados.	MINTUR, Sector académico, Cámaras empresariales, ONG.											

3.

turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 22: Promover la jerarquización de las áreas de turismo de la gestión pública.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Procurar la formalización de los organismos de turismo dentro de las estructuras municipales y la correspondiente asignación de presupuestos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Promover la ampliación de competencias de organismos públicos de turismo en la regulación y/o fiscalización de servicios vinculados a la actividad turística.	Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Generar programas conjuntos entre organismos públicos e instituciones académicas que fomenten la capacitación, investigación y desarrollo en destinos emergentes y/o consolidados.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales, Sector académico, ONG.											
Producir y difundir informes de coyuntura a nivel nacional, provincial y local que permitan visibilizar la importancia del turismo en la economía.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales, Cámaras empresarias, Sector académico.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 23: Promover la prevención y reducción del riesgo turístico a partir de la identificación de las vulnerabilidades de los destinos.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Conformar un equipo interdisciplinario para identificar las amenazas y vulnerabilidades (ambiental, social y económica) de los destinos turísticos.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											
Realizar estudios de diagnóstico y mapeo de riesgos turísticos.	MINTUR y otros organismos gubernamentales en todos los niveles de gestión.											
Participar en comités de emergencias a nivel internacional y en el ámbito del territorio nacional.	MINTUR.											
Promover la participación con otros organismos y actores gubernamentales para impulsar la aplicación de sistemas de alerta temprana.	MINTUR, Organismos de turismo provinciales y municipales.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 24: Intensificar la articulación con otros organismos de gobierno para el desarrollo de infraestructura de base como estímulo para la atracción de inversiones.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Relevar las necesidades de inversión pública en infraestructura básica y de servicios.	MINTUR, APN, CFT, Entes regionales de turismo, CAT, FEDECATUR, MINPLAN.											
Elaborar un plan federal de obras públicas de infraestructura básica y de servicios, que potencien el desarrollo de la actividad turística (y su correspondiente actualización).	MINTUR, APN, CFT, Entes regionales de turismo, CAT, MINPLAN, Cámaras empresariales.											
Generar una comisión interministerial para el desarrollo de inversiones en infraestructura de interés turístico.	MINTUR, APN, CFT, MINPLAN, Cámaras empresariales.											

3.

turismo 2025

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 25: Incrementar la captación y orientación de las inversiones privadas y de la inversión extranjera directa.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Diseñar un plan federal de inversiones privadas en Turismo (y sus futuras actualizaciones), que oriente las inversiones hacia el desarrollo de los componentes turísticos, identificados en el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT).	Cámaras empresariales, CFT, Entes regionales de turismo, MINTUR, Sector académico.											
Generar un portafolio de proyectos de inversión, previendo su actualización trianual.	Cámaras empresariales, MINTUR, CFT.											
Diseñar un régimen de incentivos para inversores privados.	MINTUR, Cámaras empresariales, Organismos de turismo provinciales, Poder Legislativo, AFIP, Entidades bancarias y financieras.											
Fortalecer las jornadas de asesoramiento sobre asistencia financiera orientada a Pymes turísticas.	MINTUR, Cámaras empresariales.											
Crear un Programa de asesoramiento técnico, que contemple financiamiento, para la formulación de proyectos de pre-inversión turísticos públicos y privados.	MINTUR, Cámaras empresariales.											
Elaboración de Directrices para la gestión de Incubadoras de Empresas turísticas, con vistas a la consolidación del proyecto Incubar Turismo y fortalecimiento de las estructuras organizativas provinciales.	MINTUR, Cámaras empresariales, Organismos de turismo provinciales.											
Propiciar la elaboración y sanción de una Ley Nacional de Incentivos a la Inversión Turística privada.	MINTUR, Cámaras empresariales, Organismos de turismo provinciales, Poder Legislativo, AFIP, Entidades bancarias y financieras.											

OBJETIVO ESTRATÉGICO												
Objetivo N° 26: Incrementar la inversión genuina para el desarrollo de obras de soporte para la actividad turística.												
Acciones Estratégicas (¿Cómo?)	Instituciones (¿Quién/es?)	Horizonte Temporal (¿Cuándo?)										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Relevar las necesidades de inversión pública para obras de soporte de la actividad turística.	MINTUR, APN, CFT, Entes regionales de turismo, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Fortalecer y dotar de mayor presupuesto al Programa Nacional de Inversiones Turísticas.	MINTUR.											
Crear un banco de proyectos de inversión pública en obras de soporte a la actividad, previendo su actualización trianual.	MINTUR, APN, CFT, Entes regionales de turismo, Cámaras empresariales, Sector académico.											
Ampliar los sistemas de señalética turística en destinos, facilitando el desplazamiento y la autogestión del turista.	MINTUR, APN, CFT, Entes regionales de turismo, Organismos de turismo provinciales, MINPLAN.											
Fortalecer la inversión en terminales de transporte aéreas y terrestres.	MINTUR, APN, CFT, Organismos de turismo provinciales, MINPLAN.											

3.

GLOSARIO DE SIGLAS

AFIP

Administración Federal de Ingresos Públicos

APN

Administración de Parques Nacionales

CAT

Cámara Argentina de Turismo

CFI

Consejo Federal de Inversiones

CFT

Consejo Federal de Turismo

CONICET

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

FEDECATUR

Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina

INPROTUR

Instituto Nacional de Promoción Turística

MDS

Ministerio de Desarrollo Social

MINEDU

Ministerio de Educación

MINCYT

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva

MRECIC

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

MINAGRI

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

MECON

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

MINPLAN

Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicio

MINTUR

Ministerio de Turismo

MIT

Ministerio del Interior y Transporte

MTESS

Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social

ONG

Organización No Gubernamental

PFETS

Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable

SACT

Sistema Argentino de Calidad Turística



- 4.1./ La gestión en el territorio.
- 4.2./ Gestión de la calidad para el mejoramiento de productos, destinos y personas.
- 4.3./ Conservación del patrimonio para el fortalecimiento de los destinos.
- 4.4./ Desarrollo de productos y destinos para la inclusión social.
- 4.5./ Modelo integral de inversión turística.
- 4.6./ Infraestructura de base para la conectividad.
- 4.7./ Conectividad aérea de bandera.
- 4.8./ Presencia argentina en el mundo.
- 4.9./ Esquema federal de promoción para el turismo interno.
- 4.10./ Sistema de Información y Estadística Turística – SIET.
- 4.11./ Articulación institucional para la sustentabilidad política de la gestión.



4. LA GESTIÓN PLANIFICADA: 10 AÑOS DE PFETS

turismo 2025

4.



4.1. LA GESTIÓN EN EL TERRITORIO.

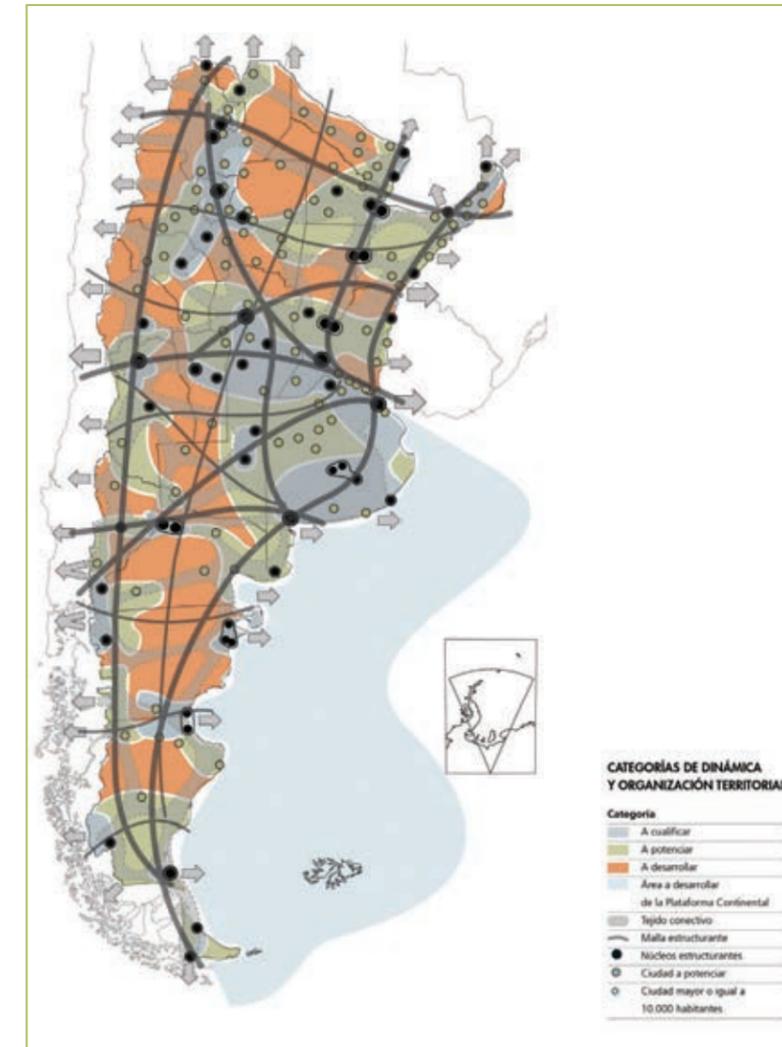
La planificación turística encarnada en el PFETS se expresa en el territorio a través de un instrumento particularizado para ordenar la gestión y las inversiones públicas en todo el ámbito nacional, denominado Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT). En él se expresan los componentes del espacio turístico nacional en el que se concentran las actuaciones de gestión a partir de un consenso construido con los actores del sector en el ámbito de las 6 regiones turísticas argentinas.

De forma concurrente, el PFETS posee una correlación muy cercana con el Plan Estratégico Territorial (PET) del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, ya que fue elaborado a partir de sus valores y consignas en los que se expresan los “lineamientos fundamentales al que aspira el país en relación con el reconocimiento de las problemáticas y oportunidades actuales de cada región”. A su vez, el PET propone tres objetivos principales que, articulados entre sí, constituyen los fundamentos para la construcción de una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa:

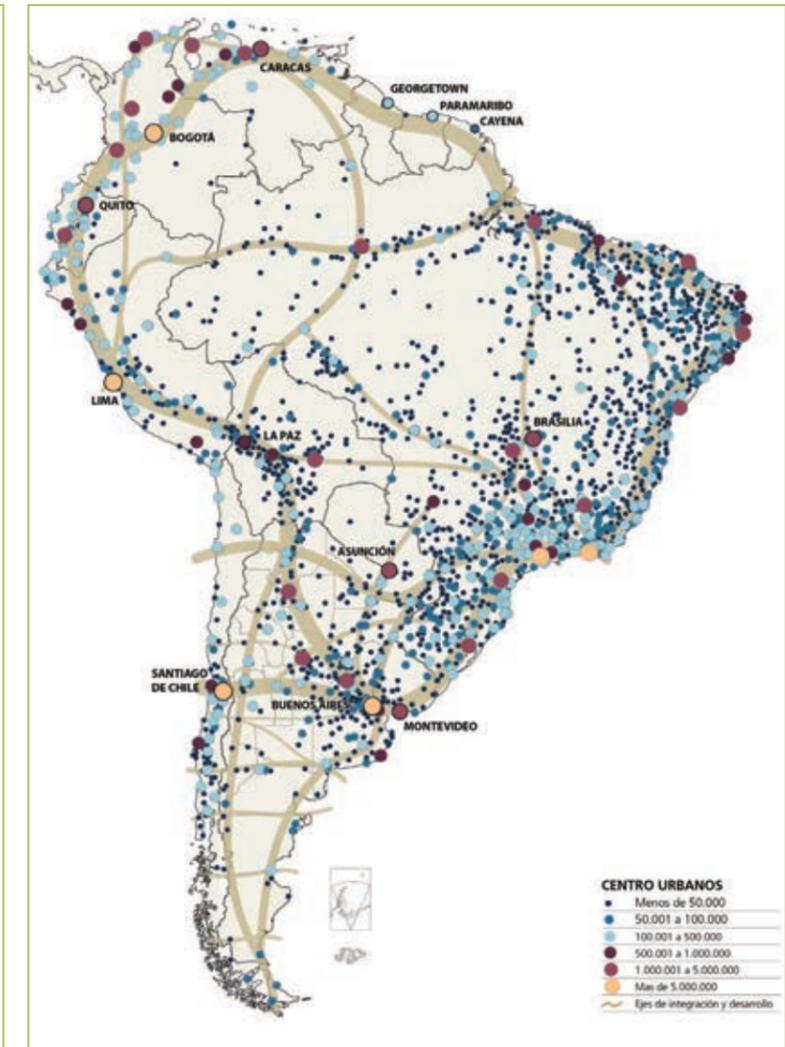
- *Mejorar y sostener el crecimiento de la producción, en forma equilibrada, mediante la construcción de infraestructura y equipamiento.*
- *Garantizar el acceso de la población a los bienes y servicios básicos, promoviendo el desarrollo equitativo de las regiones y el arraigo de sus habitantes.*
- *Contribuir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



PFETS - Actualización 2011.
MAPA FEDERAL DE OPORTUNIDADES TURÍSTICAS.



PET 2011.
MODELO DESEADO TERRITORIO NACIONAL.



PET 2011.
EJES DE INTEGRACIÓN Y DESARROLLO DE SURAMÉRICA.

4.

Es manifiesta la coherencia y la alineación del MFOT con la organización territorial que plantea el PET en términos de planificación espacial, y ambos a su vez, con el modelo político nacional que procura el desarrollo económico bajo los principios de inclusión social y sustentabilidad. No podría ser de otra forma, dada la transversalidad de la actividad turística en relación al resto de los sectores productivos con los que se articula y se complementa.

La versión actual del MFOT, que como se mencionó corresponde a la actualización 2011 y que se presenta en su versión completa en el Apéndice de este documento, conserva el menú de componentes del espacio turístico que identifica:

- Corredores
- Áreas de uso turístico
- Circuitos marítimos–fluviales
- Travesías
- Travesías con vocación turística
- Circuitos transfronterizos o integrados
- Puertas

No es menor el valor que el MFOT posee en los procesos de planificación turística para la gestión técnico – política que el sector requiere para los años venideros. Su consideración permite construir de forma ordenada el desarrollo turístico local en el marco de una regionalización en la que impera la distribución equitativa en todo el espacio nacional, procurando una diversificación de la oferta que, con un carácter inclusivo, otorgue oportunidades a las poblaciones residentes de todo el territorio argentino.

De igual forma, el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas sirve de herramienta retrospectiva para visualizar luego de 10 años de gestión ininterrumpida del PFETS como orientador de la política nacional, regional y provincial, las actuaciones que en forma sinérgica se realizaron en conjunto con los diferentes actores del sector.

Su referencia se hace presente en las infografías que se presentan en los apartados siguientes, como muestra clara de cómo la planificación antecede a la gestión de un sector enérgico y en crecimiento que se plantea de forma permanente nuevos desafíos de cara al futuro, sin dejar de observar el camino transitado y los logros alcanzados en este proceso continuo en el que todos los actores deben sentirse “autores” del éxito alcanzado.



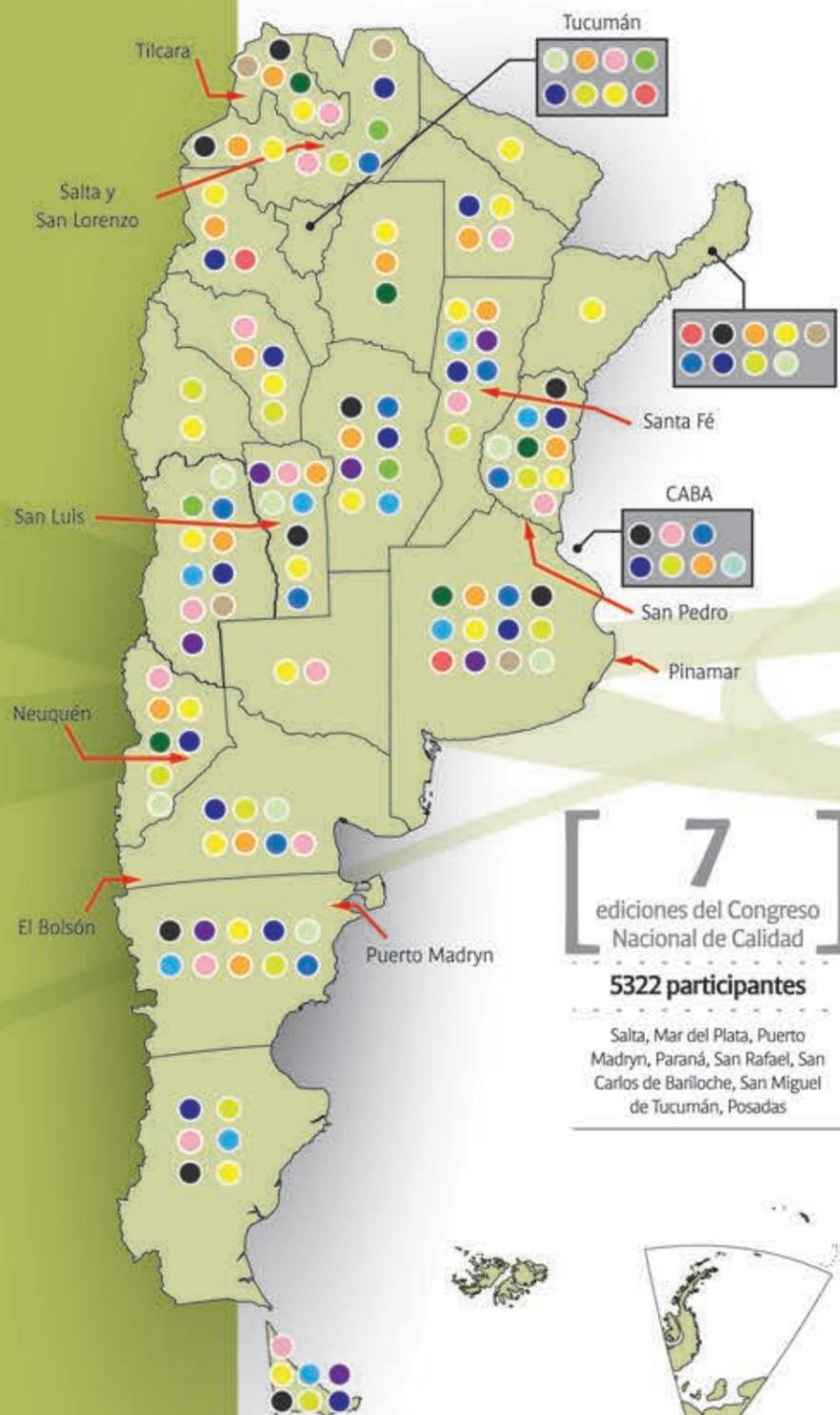
4.2 GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA EL MEJORAMIENTO DE PRODUCTOS, DESTINOS Y PERSONAS

Asistencias técnicas con distinción Sistema Argentino de Calidad Turística - SACT

2015



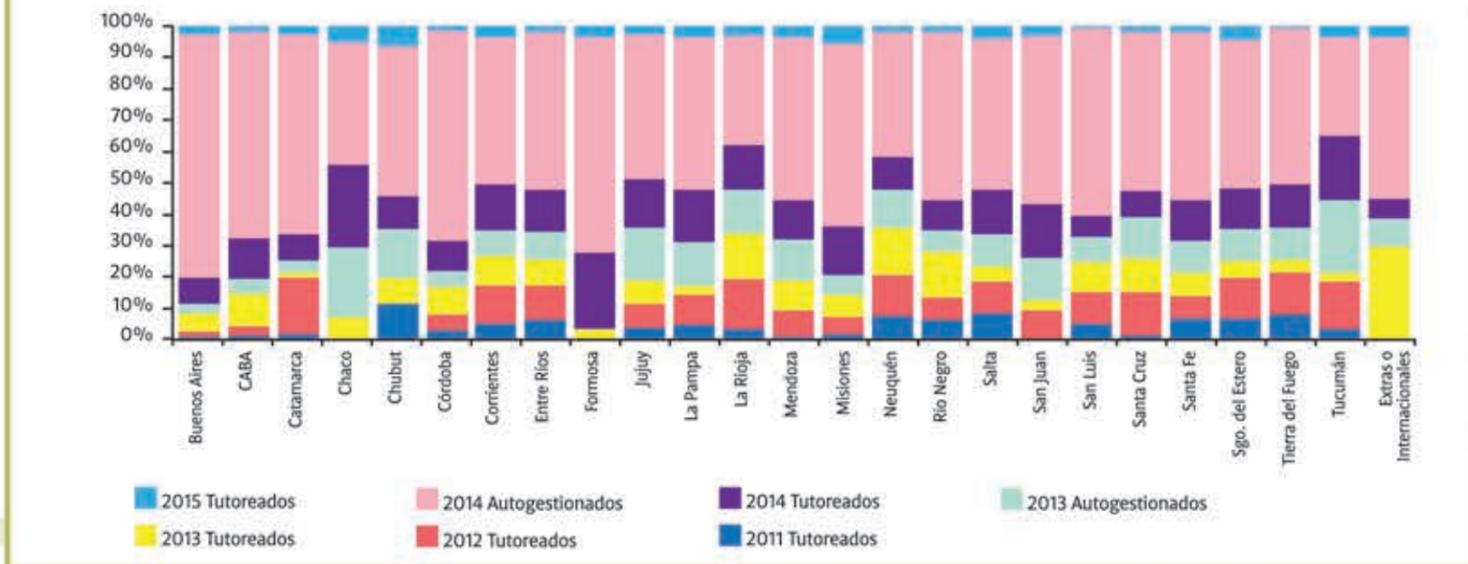
TOTAL:
2.072 DISTINGUIDOS



7 ediciones del Congreso Nacional de Calidad
5322 participantes
Salta, Mar del Plata, Puerto Madryn, Paraná, San Rafael, San Carlos de Bariloche, San Miguel de Tucumán, Posadas

→ Ciudades sensibilizadas por el modelo GIRTUR (Gestión Integral del Riesgo Turístico)

FORMACIÓN E-LEARNING MINTUR 2011-2015 / TOTAL DE CAPACITADOS: 16.794



Cursos E-learning a través del campus MINTUR

40.000 beneficiarios del Plan Federal de capacitación 2003 - 2014

Cursos disponibles en español	Cursos disponibles en inglés
11 cursos tutorados	3 para Dominica: 197 (*)
6 cursos autogestionados	3 para Santa Lucía: 66 (*)
	3 para Guyana: 264 (*)

* Estas cantidades corresponden a participantes formados por medio de la cooperación internacional.

Transferencia de formación de equipos E-learning a las provincias de: **Jujuy, Buenos Aires, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.**

Red Educativ

512 miembros de instituciones educativas de nivel superior en turismo, organismos públicos de turismo y la Cámara Argentina de Turismo, adheridos a la Red.

Se han realizado **2** Encuentros de Turismo, Educación y Empleo y **6** sesiones de la Red Educativ.



3 publicaciones realizadas



Turismo, Patrimonio y Escuela

3.434 estudiantes de **93** escuelas públicas sensibilizados.

66 voluntarios capacitados en Turismo, Patrimonio y Escuela.

7 transferencias realizadas a las provincias de: Misiones, Jujuy, San Juan, La Pampa, Neuquén, Chubut y Santa Cruz, formando en estas instancias a **75** técnicos provinciales.



Convenio con Canal Encuentro: co-producción de un primer ciclo de 8 capítulos denominado **Tu Mundo Argentina**, que muestra las bellezas de la Argentina desde los sitios declarados Patrimonio Mundial.

70%

de las agencias de viaje poseen al 2014 el subdominio **.tur.ar** (aprox. 3400 agencias)

4.3 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS DESTINOS

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS Administración de Parques Nacionales (APN)

CATEGORÍA DE CONSERVACIÓN	NOMBRE UNIDAD DE CONSERVACIÓN
Reserva Natural	1- El Nogalar de Los Toldos
Parque Nacional	2- Bariloche
Monumento Natural	3- Laguna de Los Pozuelos
Pque. Nat.	4- Callegua
Res. Natural	5- General Pizarro
Pque. Nat.	6- El Rey
Res. Natural	7- Formosa
Pque. Nat.	8- El Impenetrable
Pque. Nat.	9- Copo
Pque. Nat.	10- Río Pilcomayo
Pque. Nat.	11- Chaco
Res. Natural Educativa	12- Colonia Benítez
Pque. Nat.	13- Los Cardones
Monumento Natural	14- Taruca
Pque. Nat.	15- Campo de Los Alisos
Pque. Nat.	16- Mburucuyá
Pque. Nat.	17- Iguazú
Reserva Natural Etnica	18- San Antonio
Res. Natural de la Defensa	19- Puerto Península
Monumento Natural	20- Yaguarete
Monumento Natural	21- Saltos Del Moconá
Res. Natural de la Defensa	22- Campo Garabato
Res. Natural de la Defensa	23- Isla del Tala
Pque. Nat.	24- San Guillermo
Pque. Nat.	25- Talampaya
Res. Natural de la Defensa	26- La Caleta
Pque. Nat.	27- Islas de Santa Fe
Pque. Nat.	28- Quebrada del Condorito
Pque. Nat.	29- Pre-delta
Pque. Nat.	30- El Palmar
Pque. Nat.	31- El Leoncillo
Pque. Nat.	32- Sierra De Las Quijadas
Res. Natural Educativa	33- Otamendi
Pque. Nat.	34- Campos Del Tuyú
Res. Natural de la Defensa	35- Campo Mar Chiquita Dragones de Malvinas
Res. Natural de la Defensa	36- Baterías - Charles Darwin
Pque. Nat.	37- Lihue Calef
Pque. Nat.	38- Laguna Blanca
Pque. Nat.	39- Lanín
Pque. Nat.	40- Los Arrayanes
Pque. Nat.	41- Nahuel Huapi
Pque. Nat.	42- Lago Puelo
Pque. Nat.	43- Los Alerces
Monumento Natural	44- Hualmál
Pque. Interjurisdiccional	45- Marino-costero Patagonia Austral
Monumento Natural	46- Ballena Franca Austral
Res. Natural de la Defensa	47- Punta Buenos Aires
Pque. Nat.	48- Patagonia
Pque. Nat. y Mon. Natural	49- Bosques Petrificados De Jaramillo
Pque. Nat.	50- Perito Moreno
Pque. Interjurisdiccional	51- Marino Isla Pingüino
Pque. Interjurisdiccional	52- Marino Makenke
Pque. Nat. y Res. Nacional	53- Monte León
Pque. Nat.	54- Los Glaciares
Pque. Nat.	55- Tierra Del Fuego



OBRAS APN



+1.000
millones de pesos
de inversión directa en
obras e infraestructura
(2003 - 2014)

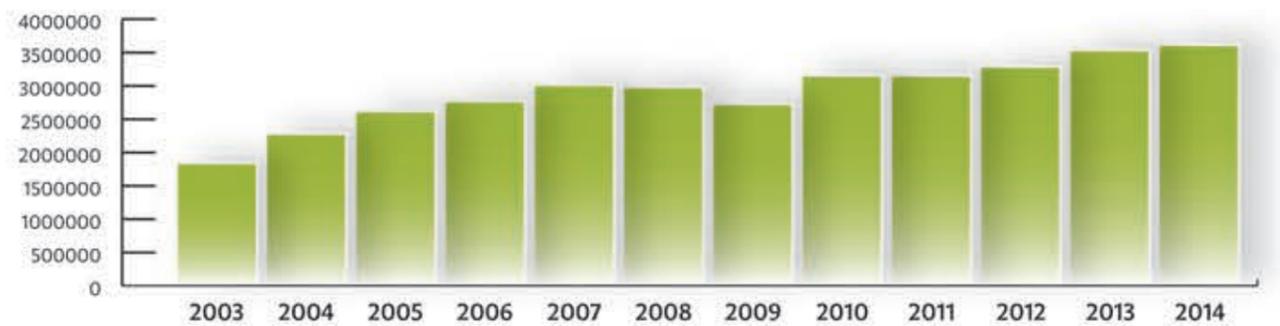
ECORREGIONES:

- Altos Andes
- Puna
- Bosques Patagónicos
- Estepa Patagónica
- Monte De Llanuras Y Mesetas
- Monte De Sierras Y Bolsones
- Espinal
- Chaco Seco
- Chaco Húmedo
- Esteros Del Iberá
- Campos Y Malezales
- Delta E Islas Del Paraná
- Pampa
- Selva De Las Yungas
- Selva Paranaense
- Islas Del Atlántico Sur
- Mar Argentino
- Antártida



- PATRIMONIO MUNDIAL UNESCO**
- Patrimonio Mundial Natural
 - 1- Parque Nacional Los Glaciares
 - 3- Parques Nacionales Iguazú
 - 4- Península Valdés
 - 7- Parques Nacionales Ichiquilasto / Talampaya
 - Patrimonio Mundial Cultural
 - 2- Misiones Jesuíticas Guaraníes
 - 5- Manzana y Estancias Jesuíticas de Córdoba
 - 6- Cueva de las Manos
 - 8- Quebrada de Humahuaca
 - 9- Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino
 - Patrimonio Cultural Inmaterial
 - 10- El Tango

EVOLUCIÓN DE LAS VISITAS DENTRO DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS 2003-2014



Fuente: Dirección de Aprovechamiento de Recursos e información suministrada por las intendencias

+90%
Incremento en la cantidad de visitantes al sistema de Áreas Protegidas durante la última década.



nuevas áreas protegidas creadas (2003 - 2015):
- 7 Parques
- 3 Parques Interjurisdiccionales
- 7 Reservas Naturales de la Defensa

+780.000 hectáreas

33,82%

Aumento interanual en la cantidad de prestaciones de servicios turísticos habilitados dentro del sistema de Áreas Protegidas: pasando de 609 en 2013 a 815 en 2014.

4

Planes de Uso Público:
Lineamientos para el uso público de los Parques Nacionales Pre Delta e Islas de Santa Fe.

Puesta en valor de los sitios arqueológicos El Shincal de Quimivil y la Ciudad Sagrada de Quilmes.

Planes de Uso Público del Sistema vial andino Qhapaq Ñan.



Áreas naturales y culturales protegidas fortalecidas a partir de la implementación de proyectos asociados al uso público.

+4.000

millones de pesos transferidos a las economías regionales a través del turismo.

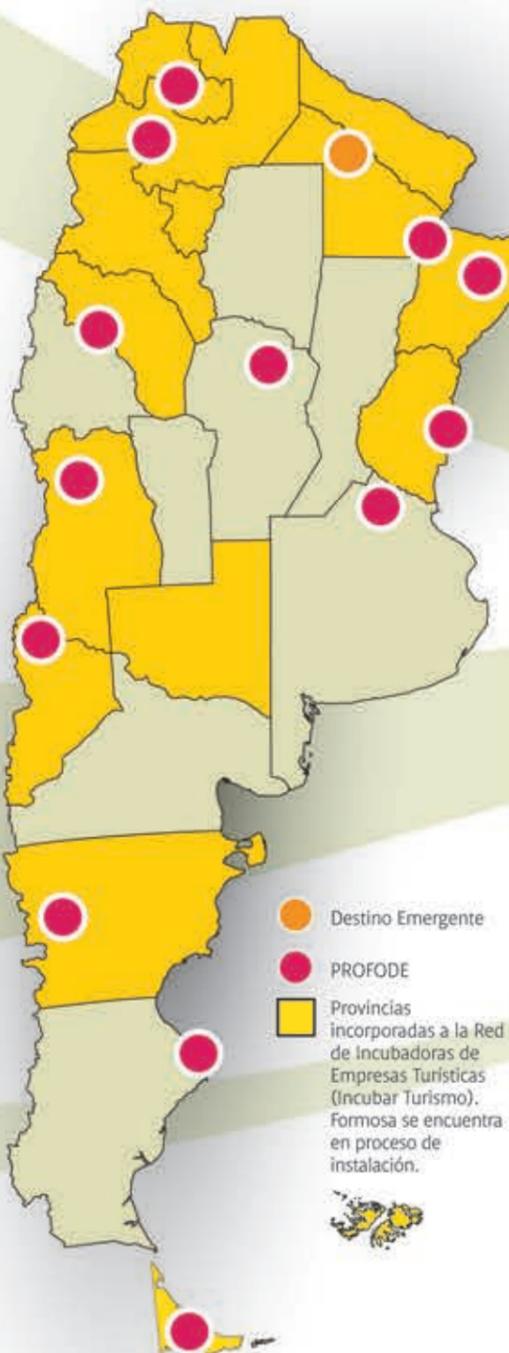
1.835

agentes de conservación **190%** más que en 2003.

1.200%

de aumento presupuestario asignado a la APN (Administración De Parques Nacionales).

4.4 DESARROLLO DE PRODUCTOS Y DESTINOS PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL



PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO Y ESTÍMULO A DESTINOS TURÍSTICOS EMERGENTES - PROFODE

AÑO	Espacio PFETS	Provincia	Municipios / APN
2004-2005	Área Quebrada de Humahuaca	Jujuy	Humahuaca, Uquiá, Huacalera, Tilcara, Maimará, Hornillos, Pumamarca, Tumbaya, Volcán, Yala, San Salvador de Jujuy, Tres Cruces
2006-2007	Área Talampaya – Ischigualasto	La Rioja, San Juan	Chilecito, Villa Unión, Pagancillo, Patquía, PN Talampaya (La Rioja), San Agustín del Valle Fértil, Usno, Balde del Rosario, Baldecitos, Huaco, Jachal, Rodeo (San Juan)
2007-2008	Área Corazón de la Isla	Tierra del Fuego	Tolhuín
2007-2008	Puerta Corrientes – Resistencia	Chaco	Isla del Cerrito
2008-2012	Área Mar Chiquita	Córdoba	Balnearia, La Para, Marull, Miramar
2009-2013	Corredor de la Puna	Salta	Campo Quijano, Santa Rosa de Tastil, San Antonio de los Cobres, Tolar Grande
2009-2013	Corredor Neuquén Norte	Neuquén	Andacollo, Huinganco, Las Ovejas, Manzano Amargo, Varvarco
2011-2015	Corredor Ruta Nacional N° 40	Chubut	Río Pico, Corcovado, Carrenleufú, Atilio Viglione
2011-2015	Corredor del Uruguay	Entre Ríos	Pueblo Liebig, Ubajay, PN El Palmar
2012-2015	Área Valle de Uco	Mendoza	San Carlos, Tupungato, Tunuyán
2012-2015	Corredor de la Costa Patagónica Sur	Santa Cruz	Puerto Deseado, Jaramillo, Fitz Roy, PN Bosque Petrificado, Parque Interjurisdiccional Marino Isla Pingüinos
2013-2016	Corredor del Paraná Inferior	Buenos Aires	Campana, Zárate, Baradero, San Pedro, Ramallo, San Nicolás, RN Otamendi
2013-2016	Área Esteros del Iberá	Corrientes	Carlos Pellegrini, Concepción, Comientes, Chavarría, Felipe Yofre, Ituzaingó, La Cruz, Loreto, Palmar Grande, Mburucuyá, Mercedes, Santo Tomé, Villa Olivari, PN Mburucuyá
2013-2016	Área del Impenetrable Chaqueño	Chaco	Villa Río Bermejito, Juan José Castelli, Miraflores, Misión Nueva Pompeya y El Sauzalito, PN Chaco, PN Impenetrable

Fuente: DNDT, SSDT, MINTUR

67 ACTA DE ADHESIÓN A LA PROMOCIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES EN VIAJES Y TURISMO

Organizaciones firmantes del

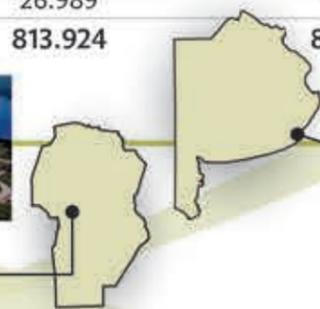
TURISMO SOCIAL NIVELES OCUPACIONALES DE LAS UNIDADES TURÍSTICAS

AÑO	U.T. EMBALSE	U. T. CHAPADMALAL	TURISMO FEDERAL	TOTAL GENERAL
2005	322.821	390.187	135.372	848.380
2006	453.866	456.971	154.008	1.064.845
2007	480.804	497.942	169.125	1.147.871
2008	398.970	482.681	180.425	1.062.076
2009	333.274	422.290	76.701	832.265
2010	326.604	304.449	33.114	664.167
2011	371.361	460.881	21.046	853.288
2012	508.608	481.879	17.144	1.007.631
2013	469.716	454.079	26.989	950.784
	3.666.024	3.951.359	813.924	8.431.307

Datos expresados en días turista.



Unidad turística Embalse



Unidad turística Chapadmalal

48

comunidades de pueblos originarios y campesinos, que integran la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC).



PRODUCTOS TURÍSTICOS

Categoría Cultural: Turismo de la Fe, Educativo e Idiomático, Gastronómico y del Vino, Fiestas Populares.

Categoría Naturaleza: Observación de Aves y Senderismo de largo recorrido - Programa Nacional Senderos de Argentina:

- Huella Andina Patagonia
- Huella Andina del Norte: entre la Quebrada y las Yungas (Jujuy - aprox 100km)
- Huella Guaraní (Misiones - aprox 50km)
- Huella Entrerriana del Litoral (Entre Ríos - aprox 70km)
- Sendero del fin del Mundo (Tierra del Fuego- aprox 100km)

Categoría Combinados (naturaleza y cultura): Ruta 40, Turismo en el espacio rural de la Rep. Argentina - TERRA/Rural Comunitario, Turismo Náutico, Cruceros de Ultramar, Fluviales y Lacustres, de Bienestar, Sitios de Patrimonio Mundial.

SENDERO HUELLA ANDINA PATAGONIA



4.5 MODELO INTEGRAL DE INVERSIÓN TURÍSTICA



PROGRAMA NACIONAL DE INVERSIONES TURÍSTICAS (PNIT)

Período 2003-2014

PROVINCIAS	Todas las Jurisdicciones provinciales y Ciudad Autónoma de Buenos Aires
MUNICIPIOS	186
OBRAS	256
PARQUES NACIONALES	14
ANP (Áreas naturales protegidas)	13
MONTO MINTUR	\$ 51.163.541
MONTO CONTRAPARTIDAS(*)	\$ 14.638.003
MONTO TOTAL	\$ 65.801.544

(*) Los montos considerados son los que se acordaron por convenio, que muchas veces difieren de los aportes finales.

Préstamo BID 1648/OC-AR:

U\$S 56.000.000

avance a la fecha 100%

Préstamo BID 1868/OC-AR:

U\$S 60.000.000

avance a la fecha 90%

Préstamo BID 2606/OC-AR:

U\$S 105.000.000

avance a la fecha 25%

Financiamiento de MIPyMEs turísticas:

\$ 125.000.000

de fondeo en el marco del convenio con el Banco de la Nación Argentina (2010)

Línea 400 - Turismo, MINTUR - BNA:

\$ 67.700.000

188 créditos otorgados a partir de noviembre de 2010



Programa Nacional de Inversiones Turísticas (PNIT)

Obras Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales (UEPI) - Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

4

herramientas desarrolladas para el apoyo de empresas turísticas interesadas en la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial: Guía de Primeros Pasos sen RSE, Cuestionario de Autodiagnóstico, Banco de experiencias en RSE y Manual de apoyo para RSE.



533 IDEAS PROYECTO

evaluadas en el marco de las convocatorias de la línea ASETUR (Apoyo Tecnológico al Sector Turismo)



325 Ideas aprobadas

115

proyectos evaluados en el periodo 2004 - 2008 en el marco de la convocatoria FONAPYME (Fondo Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa) específica para el sector turismo.

Convenios firmados con:

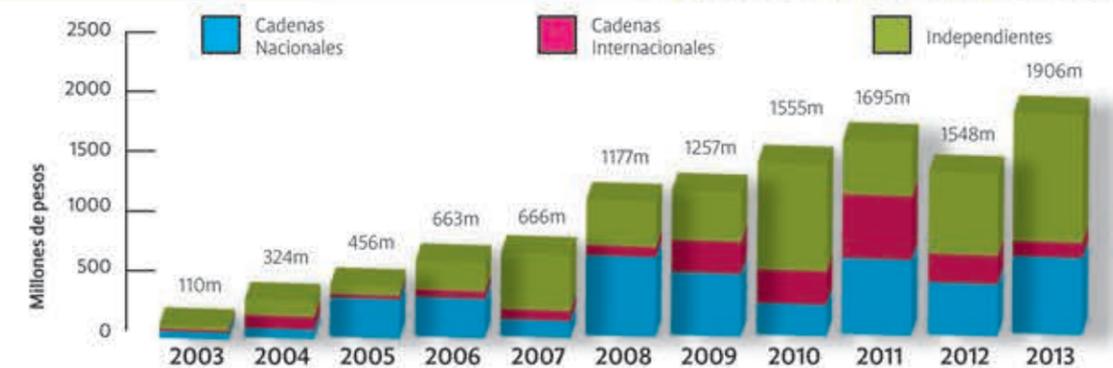
- Dirección Nacional de Vialidad.
- Banco de la Nación Argentina (BNA), 2 convenios firmados en 2010 y 2013. VIII Adenda firmada en 2014.
- Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.
- Ministerio de Desarrollo Social y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- Secretaría de Coordinación y Monitoreo Institucional, la Secretaría de Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y la FEHGRA.
- Secretaría de Coordinación y Monitoreo Institucional del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.
- FEHGRA y la Secretaría de Energía de la Nación.
- Unidad de Preinversión de la Secretaría de Política Económica (hoy denominada Dirección Nacional de Preinversión).
- Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).
- Secretaría de Energía, del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.



11

- Ideas proyecto ASETUR aprobadas (2008-2011)
- Línea de financiamiento BNA 400

EVOLUCIÓN DE INVERSIONES PRIVADAS



Fuente: MINTUR-SSDT-DIT, en base a datos de organismos provinciales de turismo.

4.6 INFRAESTRUCTURA DE BASE PARA LA CONECTIVIDAD

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA NACIONAL

REGIÓN	PROVINCIA	MONTO		SEÑALES COLOCADAS
		UNITARIO	TOTAL	
NORTE	JUJUY	\$ 90.000	\$ 1.080.000	12
	SALTA	\$ 90.000	\$ 1.080.000	12
	TUCUMÁN	\$ 90.000	\$ 990.000	11
	CATAMARCA	\$ 90.000	\$ 1.080.000	12
	SANTIAGO DEL ESTERO	\$ 90.000	\$ 990.000	11
	SUBTOTAL		\$ 5.220.000	58
LITORAL	MISIONES	\$ 90.000	\$ 1.080.000	12
	FORMOSA	\$ 90.000	\$ 1.170.000	13
	CORRIENTES	\$ 90.000	\$ 1.260.000	14
	ENTRE RÍOS	\$ 90.000	\$ 900.000	10
	CHACO	\$ 90.000	\$ 1.170.000	13
	SANTA FE	\$ 90.000	\$ 900.000	10
	SUBTOTAL		\$ 6.480.000	72
CENTRO	CÓRDOBA	\$ 90.000	\$ 1.080.000	12
	SUBTOTAL		\$ 1.080.000	12
BUENOS AIRES	CIUDAD DE BUENOS AIRES	\$ 90.000		
	BUENOS AIRES	\$ 90.000	\$ 1.710.000	19
	SUBTOTAL		\$ 1.710.000	19
CUYO	LA RIOJA	\$ 90.000	\$ 900.000	10
	SAN JUAN	\$ 90.000	\$ 1.260.000	14
	MENDOZA	\$ 90.000	\$ 1.153.000	17
	SAN LUIS	\$ 90.000	\$ 900.000	10
	SUBTOTAL		\$ 4.590.000	51
PATAGONIA	LA PAMPA	\$ 90.000	\$ 1.260.000	14
	NEUQUÉN	\$ 90.000	\$ 1.440.000	16
	RÍO NEGRO	\$ 90.000	\$ 1.080.000	12
	CHUBUT	\$ 90.000	\$ 1.170.000	13
	SANTA CRUZ	\$ 90.000	\$ 1.440.000	16
	TIERRA DEL FUEGO	\$ 90.000	\$ 450.000	5
	SUBTOTAL		\$ 6.840.000	76
	TOTAL		\$ 25.920.000	288

● Señalética Turística

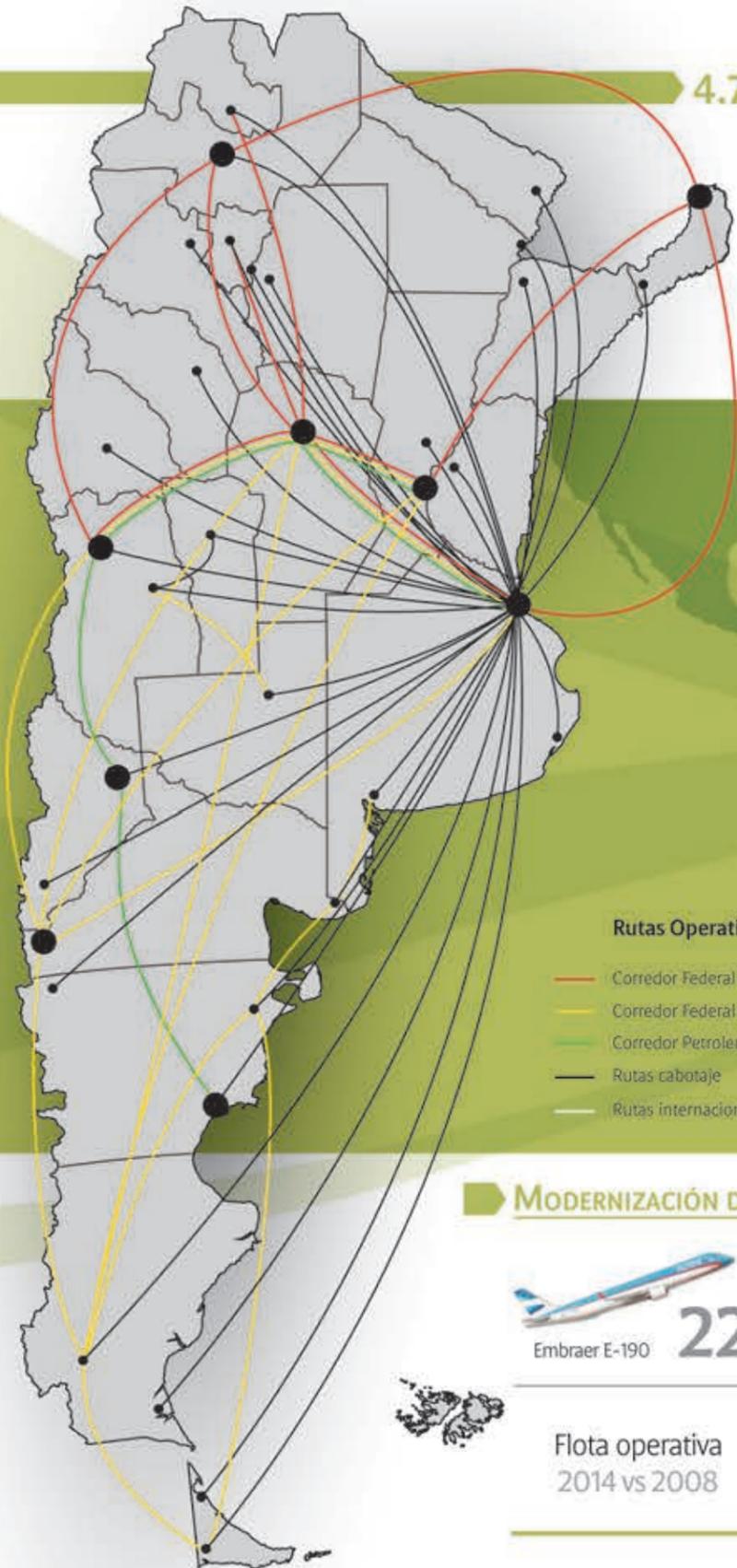


4.7 CONECTIVIDAD AÉREA DE BANDERA

AUMENTO DE FRECUENCIAS

2014

49.819
Frecuencias totales
Redes cabotaje e internacional



Rutas Operativas*

- Corredor Federal Norte
- Corredor Federal Sur
- Corredor Petrolero
- Rutas cabotaje
- Rutas internacionales

MODERNIZACIÓN DE LA FLOTA



FRECUENCIAS



AEROLÍNEAS + SKYTEAM



PROYECTO EN REALIZACIÓN



ESTÍMULO PARA EL TRABAJO, EL TURISMO Y LOS NEGOCIOS



CAPITALIZACIÓN DE LA FLOTA OPERATIVA



*Datos a abril 2015.

4.8 PRESENCIA ARGENTINA EN EL MUNDO

ACCIONES MULTILATERALES DEL MINTUR

En 2010 se crea el T.20
Reunión de **Ministros de Turismo del Grupo de los 20**

5 años representando al sector turístico regional
en las reuniones convocadas por la Presidencia del G.20

En 2012, los Presidentes del G.20 declaran al turismo como
“instrumento para la generación de empleos, el
crecimiento y el desarrollo económicos”

En 2012, los Presidentes de UNASUR declaran que
“la actividad turística constituye una significativa contribución a las economías de
los países suramericanos a través de la generación de oportunidades de negocios,
reducción de la pobreza, la promoción del crecimiento económico y el desarrollo
sostenible de los pueblos”

En 2013

- Los Ministros de Turismo de la UNASUR proponen la creación de la **Conferencia Sudamericana de Turismo** como órgano político y la **Red Sudamericana de Turismo** como órgano técnico.
- Se suscribe la Declaración de Buenos Aires, reafirmando la creación un órgano político y técnico en el marco de la UNASUR.
- Argentina asume la coordinación permanente de la Red Sudamericana de Turismo.**

Participación y coordinación de las
Reuniones Especializadas de Turismo – Ministros de Turismo de MERCOSUR

Desde 2010, 3 Presidencias Pro Tempore
2010 en Jujuy; 2012 y 2014 en Buenos Aires

Coordinación de la
Oficina de Promoción Turística del MERCOSUR
en Japón en funcionamiento desde el 2005, para la
cooperación en materia de turismo y mejoramiento de las
capacidades colectivas para la promoción conjunta del turismo,
particularmente en Japón

Incorporación al ordenamiento jurídico argentino de la Decisión
del Consejo del Mercado Común (CMC) que crea el **Fondo de Promoción Turística (FPTur)** del MERCOSUR
Para la promoción en forma conjunta el turismo al
MERCOSUR en terceros países

Organismo especializado de Naciones Unidas
con 160 Miembros

República Argentina
es Miembro Fundador

Ministerio de Turismo representando y liderando
a la Región de las Américas
en todos sus órganos principales y subsidiarios

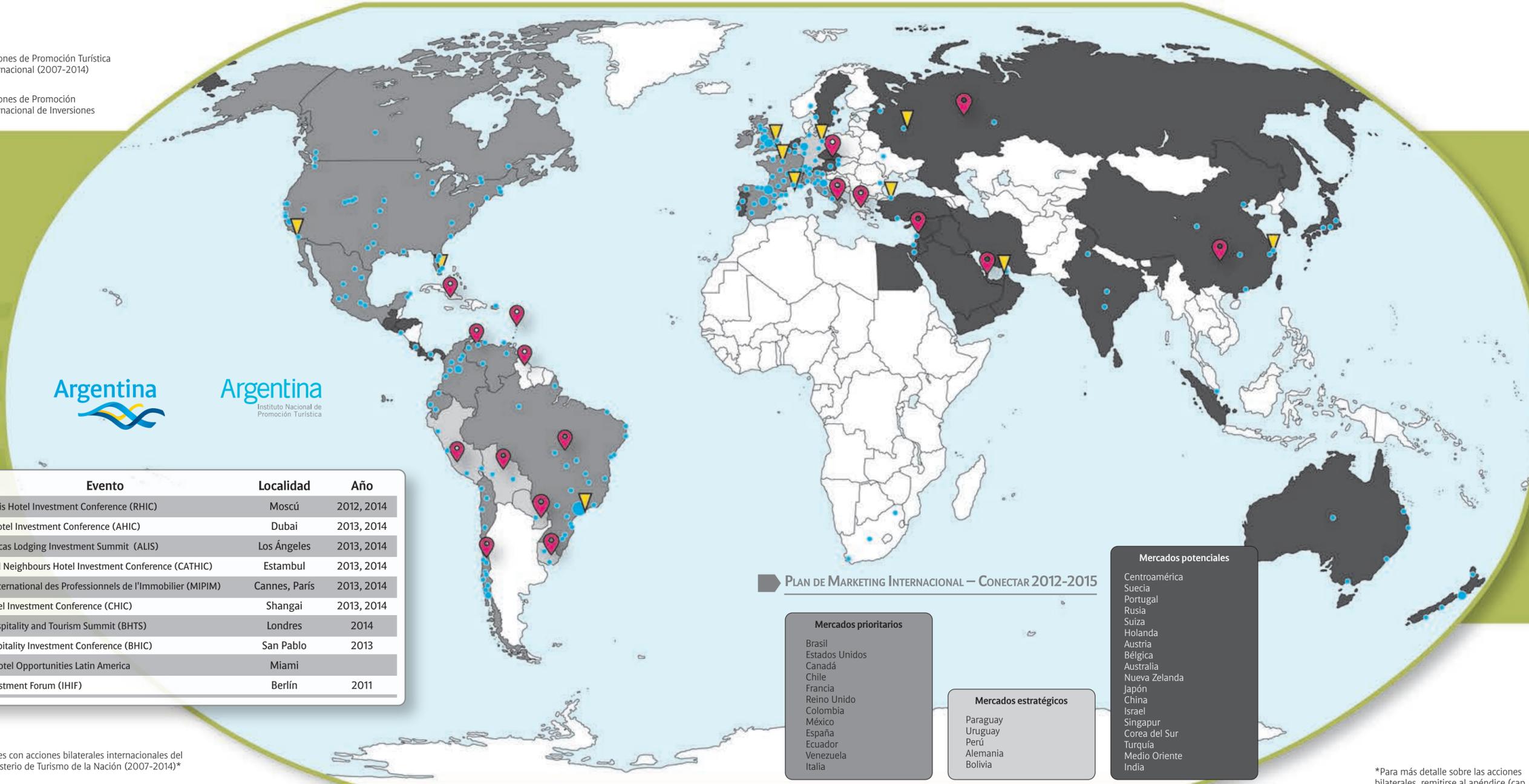
Asamblea General
Consejo Ejecutivo
Comité del Programa y del Presupuesto
Comité de Ética

Comité de Estadística y Cuenta Satélite
Comité de Pensiones
Comité de Credenciales

- Acciones de Promoción Turística Internacional (2007-2014)
- ▼ Acciones de Promoción Internacional de Inversiones

Evento	Localidad	Año
Russia & Cis Hotel Investment Conference (RHIC)	Moscú	2012, 2014
Arabian Hotel Investment Conference (AHIC)	Dubai	2013, 2014
The Americas Lodging Investment Summit (ALIS)	Los Ángeles	2013, 2014
Turkey and Neighbours Hotel Investment Conference (CATHIC)	Estambul	2013, 2014
Marché International des Professionnels de l'Immobilier (MIPIM)	Cannes, París	2013, 2014
China Hotel Investment Conference (CHIC)	Shangai	2013, 2014
British Hospitality and Tourism Summit (BHITS)	Londres	2014
Brasil Hospitality Investment Conference (BHIC)	San Pablo	2013
HOLA – Hotel Opportunities Latin America	Miami	
Hotel Investment Forum (IHIF)	Berlín	2011

● Países con acciones bilaterales internacionales del Ministerio de Turismo de la Nación (2007-2014)*



*Para más detalle sobre las acciones bilaterales, remitirse al apéndice (cap. 10)

DESCRIPCIÓN DE MERCADOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL

• **Países “A” o prioritarios.** Son países ya emisores de turistas a la Argentina, en los que existen flujos turísticos consolidados y para los que la Argentina es un destino posicionado y, por tanto, posee producto en mercado que estos países consumen. En estos países, el objetivo es ampliar la cuota de mercado -el porcentaje de turistas que viajan al extranjero y que escogen a la Argentina como destino- tanto en los segmentos tradicionales como en los segmentos de nicho. La acción aquí está dirigida al cliente final y al trade, incentivando la penetración de nuevos productos en estos mercados maduros.

• **Países “B” o estratégicos.** Países que ya mantienen ciertos flujos de turistas hacia la Argentina y cuyos mercados presentan un potencial alto de crecimiento en los próximos años en función de las previsiones sociodemográficas y tendencias de comportamiento observadas. En estos países, el objetivo es consolidar los flujos existentes e incrementar la penetración en el mercado. La acción se centra en el trade, con el objetivo de fortalecer las relaciones y conseguir que estos países evolucionen hacia países “A”. Las acciones dirigidas al cliente final se limitan a campañas online.

• **Países “C” o potenciales.** Los países considerados potenciales suponen a medio-largo plazo un escenario de oportunidad para la Argentina, pero todavía no se ha materializado en un volumen crítico de turistas. En estos países, la acción es muy selectiva -en clave de prospección- dirigida hacia una industria que no está considerando a la Argentina como un destino prioritario. La acción se centra en el trade, con el objetivo de mejorar la visibilidad y relevancia de la Argentina en los tomadores de decisiones.

ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL (2007-2015)

Presencia Institucional en más de

700 ferias
Generales y de Producto

Realización de más de

750 encuentros
dentro de los que se destacan:

Seminarios de Capacitación
de producto o general del destino

Misiones Comerciales

Participación en Congresos
Workshops, entre otros

Participación en más de

1.300
Acciones de Promoción

permitiendo llegar a diversos mercados y segmentos, a través de apoyos institucionales, campañas (generales, de producto, cooperadas, co-branding, e-campañas, etc.), press trips, fam tours, Grandes Eventos, etc.



4.9 ESQUEMA FEDERAL DE PROMOCIÓN PARA EL TURISMO INTERNO

TURISMO INTERNO:
MOTOR DEL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN TOTAL DE TURISTAS

EL TURISMO INTERNO CRECIÓ UN 48% ENTRE LOS AÑOS 2006 Y 2013.



EVOLUCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN FINES DE SEMANA LARGOS (AÑOS 2003 -2012):

LOS FINES DE SEMANA LARGOS CONTRIBUYEN FUERTEMENTE A DESESTACIONIZAR LA DEMANDA HACIA LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE TODO EL PAÍS.

El Turismo Interno en fines de semana largos creció 102% en los últimos dos años.



EVOLUCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN TOTAL DE TURISTAS

91,8% VIAJES POR ARGENTINA

8,2% VIAJES AL EXTERIOR



9 DE CADA 10 VIAJES QUE REALIZAN LOS ARGENTINOS CORRESPONDEN A DESTINOS NACIONALES

conectAR

Plan de Marketing de Turismo Interno
Argentina 2014-2016

POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN

CAMPAÑAS

+1.000

PUBLICACIONES ANUALES

Viajá por tu País

ARGENTINA
Es tu mundo. Date una vuelta.

"Elijo Argentina"

niveeArgentina

Argentina
TIERRA DE VINOS



PROGRAMA CARNAVAL FEDERAL DE LA ALEGRÍA

2015

+200

LOCALIDADES
(+100% QUE EN 2013)

PRESENCIA INSTITUCIONAL

FERIAS Y EVENTOS



567
ANUALES

UNIDADES MÓVILES



235
DESTINOS
ANUALES



85.251

KM RECORRIDOS ANUALES

ACCIONES COOPERADAS

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

420
ACCIONES

ANUALES

E-MARKETING

CONFORMACIÓN DE LA
"COMUNIDAD DIGITAL DE VIAJES
MÁS GRANDE DE ARGENTINA"

1.000.000

SEGUIDORES EN
REDES SOCIALES

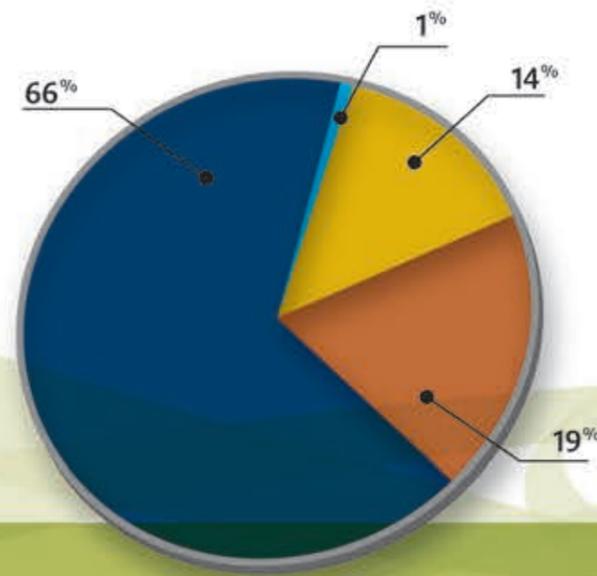
+2.000.000

IMPRESIONES
SEMANALES

4.10 SISTEMA DE INFORMACIÓN Y ESTADÍSTICA TURÍSTICA – SIET

ORGANIZACIONES ADHERIDAS AL SIET

+90 organizaciones adheridas desde diciembre de 2011



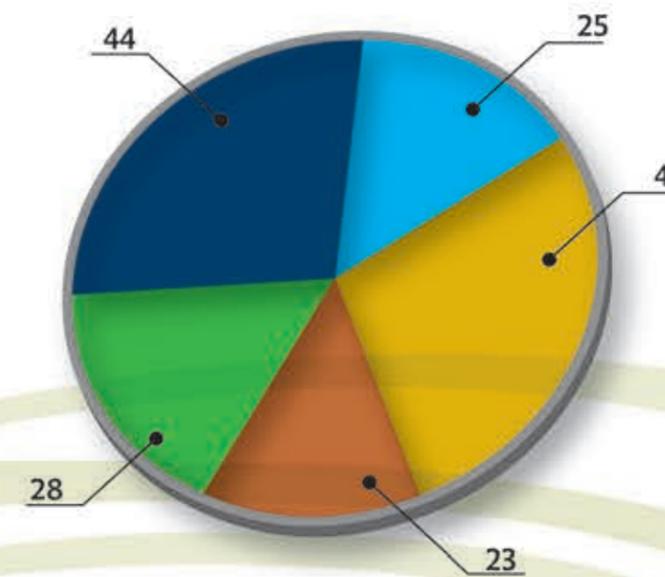
Sector	Porcentaje
Privado	14%
Académico	19%
Público	66%
Intermedio	1%

Publicaciones seleccionadas e incorporadas al

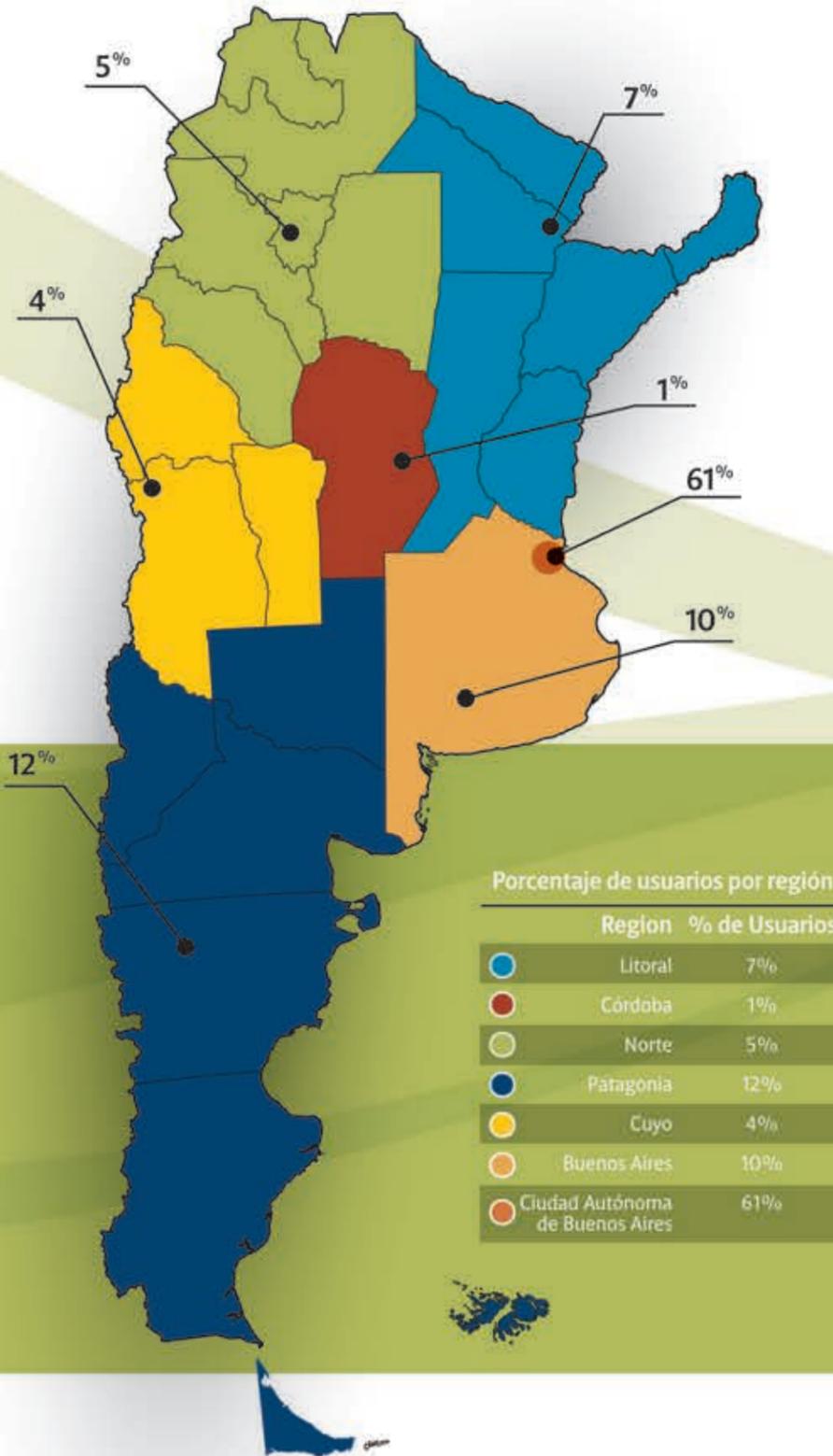
+590



SUBSISTEMA DE INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE



Eje	Cantidad
Eje 1. Movilidad social y acceso al turismo	25
Eje 2. Desempeño económico y social	47
Eje 3. Ordenación y control del espacio turístico	23
Eje 4. Diversificación y estructuración de productos turísticos	28
Eje 5. Accesibilidad y conectividad por medios de transporte	44
Total	167



Porcentaje de usuarios por región

Region	% de Usuarios
Litoral	7%
Córdoba	1%
Norte	5%
Patagonia	12%
Cuyo	4%
Buenos Aires	10%
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	61%

190

Capas de información georreferenciada en el SIET

12

Módulos estadísticos sistematizados en el SIET

+240

Módulos de información incorporados al SIET

+5.000.000

Registros de información sistematizada en el SIET



+650

Actores clave capacitados en todo el país desde 2012



+1.000.000

Interacciones con los subsistemas del SIET

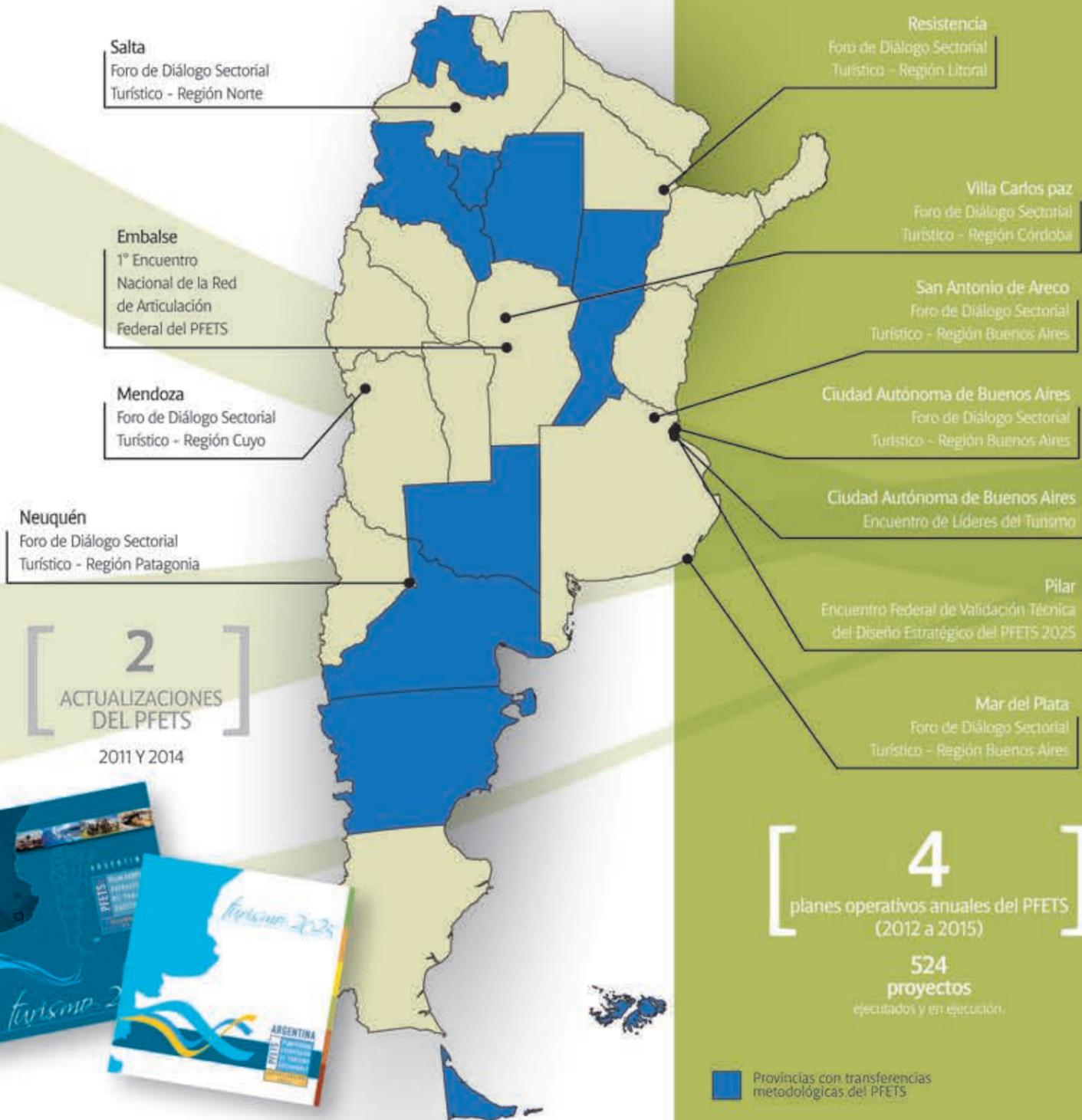
6

Subsistemas diseñados, desarrollados e implementados: SIT, SIG, SET, SGP, SIW, SID

1

Certificación ISO 9001:2008

4.11 ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL PARA LA SUSTENTABILIDAD POLÍTICA DE LA GESTIÓN



ACCIONES COLABORATIVAS DE LA COORDINACIÓN DE ENLACE CON EL CONSEJO FEDERAL DE TURISMO

Con **8** Áreas del Ministerio de Turismo de la Nación, Inprotur y Administración de Parques Nacionales

Directorio Inprotur	ICTA	Buy Argentina	Carnaval Federal de la Alegría	Aerolíneas Vacaciones	Venda Argentina	Viajá por tu País
Plan de Marketing ConectAR	Feria Internacional de Turismo	PFETS	Ley Nacional de Turismo	Armonización de Estadísticas	LGBT	Neo Workshop

Con **17** organismos públicos nacionales, descentralizados y empresas del estado

- INCAA
- Min. de Economía y Finanzas Públicas
- Min. de Cultura
- Consejo Federal de Inversiones
- Min. del Interior y Transporte
- Min. de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios
- Unidad Bicentenario
- Comisión Nacional Asesora para la Integración de las personas con Discapacidad
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación
- ORSNA
- Consejo Federal de Representaciones de Provincias
- ANSES
- Radio y Televisión Argentina
- Correo Oficial de la República Argentina
- Honorable Cámara de Senadores de la Nación
- Aerolíneas Argentinas
- Consejo Federal de Educación

Con **9** instituciones privadas

- Asociación de Hoteles de la República Argentina
- Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina
- Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina
- Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos
- Cámara de Compañías Aéreas de la Argentina
- Cámara Argentina de Turismo
- Cámara de Comercio Gay Lésbica Argentina
- Destino Argentina
- Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo

Gestión administrativa de más de **44** proyectos

Promoción de la Responsabilidad Social	Espacio "Argentina es tu mundo" Playa Grande	Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria	Qhapaq Nan
Foros de Diálogo Sectorial	Huella Andina	Planificación Turística Argentina	Marca País
Trailer Viajá por tu país	Acciones promocionales en el Hipódromo Argentino de Palermo	Dakar	Noche de las Provincias

- 5.1./ Lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico de Argentina.
- 5.2./ Gestión operativa.
- 5.3./ Principales líneas de trabajo.
- 5.4./ Balance de la gestión del desarrollo turístico en Argentina.



5. DESARROLLO CON INCLUSIÓN SOCIAL

turismo 2025

5.



5.1. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE ARGENTINA.

En sintonía con las premisas del modelo nacional centrado en el trabajo, la producción y la inclusión social, la gestión del desarrollo turístico se aborda bajo la convicción que en nuestro país es posible un escenario en el que las políticas sectoriales del Turismo conduzcan al sector a un esquema de desarrollo equilibrado, sustentable e inclusivo.

Para llevar adelante este proceso, tanto la Ley de Turismo N° 25997 y sus principios, y el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable con sus premisas, han permitido un abordaje del desarrollo turístico en sus múltiples dimensiones considerándolo como: una herramienta de inclusión social; un generador de trabajo genuino y empleo joven; y una fuente de bienestar, contemplando el descanso y la recreación de las personas como un derecho universal. Del mismo modo, en su rol de contribuir a la equidad y a la distribución de la riqueza con una amplia cobertura territorial, tiene como pilares el respeto por la identidad, la cultura y los valores de las comunidades anfitrionas.

Es así que, desde el Mintur se ha asumido el compromiso de consolidar un modelo de gestión, en el cual las personas son facilitadoras y protagonistas del cambio y la planificación estratégica constituye una herramienta clave para la ejecución de las políticas públicas. Bajo esta concepción propia, la tarea de planificar el desarrollo de los destinos turísticos en Argentina ha implicado respetar determinados lineamientos estratégicos:

- **La regionalización del desarrollo turístico:** las instancias regionales de desarrollo han

sido estratégicas para que cada región turística asumiera el compromiso de llevar adelante una planificación participativa y colaborativa, a partir de sus particularidades sociales, ambientales, político-institucionales y económicas, y han permitido dotar de una gran singularidad a los procesos de creación de productos turísticos y de fortalecimiento de destinos.

- **El Turismo como impulsor del crecimiento, desarrollo y conservación de las Áreas Protegidas:** en nuestro país se ha establecido una relación armoniosa y respetuosa entre el turismo y la naturaleza. Las actividades recreativas, de esparcimiento e interpretativas, se complementan con la conservación de la biodiversidad y hábitat de la vida silvestre. Este vínculo virtuoso se traduce en la generación de planes de uso público y en el desarrollo de programas como Senderos de Argentina en el cual las áreas protegidas asumen un rol estratégico tanto en el diseño como en la gestión de los senderos de largo recorrido.
- **Profundización del diálogo social en torno al desarrollo de destinos y productos:** bajo la concepción que el fin último de todo desarrollo apunta a re-significar la calidad de vida de las personas, el trabajo en pos de este objetivo requiere una profundización y consolidación de un diálogo social, que sea responsa-

ble, contextual, interactivo y ético, facilitando de esta manera un desarrollo sustentable con un horizonte a largo plazo. Ello, ha implicado la participación activa en las distintas instancias de desarrollo de los principales actores del sector público, empresarial, académico e intermedio, generando redes en todo el país en los distintos programas y proyectos turísticos que se gestionan de manera integrada y descentralizada.

- **Construcción de espacios interinstitucionales:** en la comprensión que el Turismo puede convertirse en un núcleo importante para el trabajo colaborativo estatal, la articulación con otros organismos públicos de injerencia nacional, permite optimizar la actuación del Estado, a través de un abordaje integral que posibilita 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, estrategias de desarrollo, herramientas y recursos específicos para la actuación territorial.

- **Consolidación de la inversión pública e incentivos para la inversión privada:** el Ministerio de Turismo desde el 2003 ha asumido el desafío y compromiso de lograr una planificación concertada de la inversión pública, con provincias y municipios, procurando además 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.
- **Respeto por los umbrales de crecimiento de los destinos:** hoy, estamos llamados a entender más que nunca, que desarrollo no es sinónimo de crecimiento ilimitado. La evolución y complejidad de la actividad nos plantea la necesidad de innovar las mediciones del turismo y considerar indicadores de desarrollo sustentable que contemplen el control y el manejo de crecimiento de los destinos.

- **Del dato al conocimiento:** la gestión del conocimiento se ha convertido en un vertebrador clave en los procesos de desarrollo turístico del siglo XXI. Del dato pasamos a la información, y posteriormente al conocimiento, pero para ello necesitamos un estadio de comprensión que implica otro nivel de responsabilidad por parte de todos los actores. Por ello, es necesario 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 que es fundamental afianzar los procesos que impactan en la gestión del conocimiento.

5.2. GESTIÓN OPERATIVA.

Teniendo en cuenta los lineamientos presentados, desde el modelo de gestión del desarrollo turístico, se organiza el trabajo en el territorio nacional en base a **cuatro áreas de trabajo**:

- **Destinos y productos turísticos para el desarrollo inclusivo:** su objetivo es el de 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. Bajo esta área se operativiza el Programa de Fortalecimiento y Estímulos a Destinos Turísticos Emergentes (Profode), el Programa Nacional de Senderos de Argentina y la organización de la oferta en función de determinados productos turísticos específicos.
- **Inversiones para el desarrollo equitativo:** esta área tiene como principal propósito el de concretar, promover y definir inversiones en espacios de titularidad pública con criterios de justicia distributiva y a la luz de las prioridades consensuadas por el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT). En este sentido, el programa facilita y orienta la inversión privada para la completitud de la oferta. Entre sus principales líneas de actuación se encuentran el Programa Nacional de Inversiones Turísticas (PNIT), el Sistema de Señalética Turística Nacional, la Red de Incubadoras de Empresas Turísticas (Incubar Turismo)

y la promoción de la Responsabilidad Social Empresaria en Turismo.

- **Investigación y estadística para el desarrollo sustentable:** en esta área se realizan investigaciones que contribuyen al diseño de políticas turísticas sustentables y a la generación de indicadores que den cuenta de la evolución económica, social y ambiental de la actividad turística, para la toma de decisiones. En este marco de actuación se llevan a cabo la Encuesta de Turismo Internacional (ETI), la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) como principales operativos estadísticos.
- **Gestión del conocimiento para el desarrollo competitivo:** en este ámbito de trabajo se consolida la generación de conocimiento significativo que actúa de conector entre los procesos de desarrollo y fortalece, a igual tiempo, las instancias de interpretación y actuación en pos de alcanzar umbrales de competitividad turística aceptables, y que encuentra su materialización en el Sistema de Información y Estadística Turística (SIET).



Tolar Grande, Salta.

5.

turismo 2025

5.3. PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO.

La gestión del desarrollo turístico se despliega a partir de la implementación de un proceso que involucra distintas herramientas organizadas en función de las cuatro áreas de trabajo definidas en el apartado anterior.

Algunas de estas herramientas se materializan a través de programas y proyectos que organizan las actuaciones en el territorio.

Es así que, en el marco de **destinos y productos turísticos para el desarrollo inclusivo** se implementan las siguientes herramientas de gestión en el territorio:

Fortalecimiento de Destinos Turísticos Emergentes: el Programa de Fortalecimiento de Destinos Turísticos Emergentes (PROFODE) tiene como propósito estimular, mediante acciones de fortalecimiento, procesos de desarrollo turístico en destinos emergentes o no tradicionales que, por sus características naturales, culturales y/o servicios, presentan gran potencialidad para atraer turistas pero por distintas razones no han alcanzado aún ese objetivo.



PROFODE - Iberá, Corrientes.

Senderos de Argentina: el Programa Nacional de Senderos de Argentina impulsa el desarrollo de senderos de largo recorrido en las diferentes regiones turísticas, diseñados y operativizados bajo el mismo marco conceptual, criterios y principios, a partir de una visión política, estratégica y territorial, que contribuye a reflejar la riqueza ambiental, cultural e histórica del país y a potenciar una nueva oferta de turismo sustentable.



Senderos de Argentina - 1º Jornada de actualización.

FORTALECIMIENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS EMERGENTES- PROFODE	
Aplicación	
Área Quebrada de Humahuaca	Humahuaca, Uquía, Huacalera, Tilcara, Maimará, Hornillos, Puma-marca, Tumbaya, Volcán, Yala, San Salvador de Jujuy, Tres Cruces
Área Talampaya – Ischigualasto	Chilecito, Villa Unión, Pagancillo, Patuía, PN Talampaya (La Rioja), San Agustín del Valle Fértil, Usno, Balde del Rosario, Baldecitos, Huaco, Jachal, Rodeo (San Juan)
Área Corazón de la Isla	Tolhuin
Puerta Corrientes – Resistencia	Isla del Cerrito
Área Mar Chiquita	Balnearia, La Para, Marull, Miramar
Corredor de la Puna	Campo Quijano, Santa Rosa de Tastil, San Antonio de los Cobres, Tolar Grande
Corredor Neuquén Norte	Andacollo, Huinganco, Las Ovejas, Manzano Amargo, Varvarco
Corredor Ruta Nacional N° 40	Río Pico, Corcovado, Carrenleufú, Atilio Vigliane
Corredor del Uruguay	Pueblo Liebig, Ubajay, PN El Palmar
Área Valle de Uco	San Carlos, Tupungato, Tunuyán
Corredor de la Costa Patagónica Sur	Puerto Deseado, Jaramillo, Fitz Roy, PN Bosque Petrificado, Parque Interjurisdiccional Marino Isla Pingüinos
Corredor del Paraná Inferior	Campana, Zárate, Baradero, San Pedro, Ramallo, San Nicolás, RN Otamendi
Área Esteros del Iberá	Carlos Pellegrini, Concepción, Corrientes, Chavarría, Felipe Yofre, Ituzaingó, La Cruz, Loreto, Palmar Grande, Mburucuyá, Mercedes, Santo Tomé, Villa Olivari, PN Mburucuyá

SENDEROS DE ARGENTINA	
Aplicación	
Sendero de Largo Recorrido Huella Andina Patagonia	Provincias del Neuquén, Río Negro y Chubut. Parques Nacionales: Lanín, Nahuel Huapi, Arrayanes, Lago Puelo y Los Alerces. Extensión del sendero: aproximadamente 570 Km. http://huellaandina.tur.ar/
Sendero de Largo Recorrido Huella Guaraní	Provincia de Misiones. Localidades de El soberbio, Colonia Primavera, Colonia La Flor y pueblos originarios de Pindo Potí, Jeju Miní, Jeju. Extensión del sendero: aproximadamente 50 Km.
Sendero de Largo Recorrido Huella Andina del Norte, Entre la Quebrada y las Yungas	Provincia de Jujuy. Localidades de Santa Ana, Valle Colorado, Valle Grande, San Francisco, Parque Nacional Calilegua. Extensión del sendero: aproximadamente 100 km.
Sendero de Largo Recorrido Huella Entrerriana del Litoral	Provincia de Entre Ríos. Localidades de Paraná, Oro Verde, Aldea Protestante, Strobel, Aldea Tezanos Pinto, Aldea Salto, Valle María, Alvear, Paraje La Virgen, Aldea Brasileira, San Francisco, Diamante, Parque Nacional Pre-Delta. Extensión del sendero: aproximadamente 70 Km.
Sendero del Fin del Mundo	Provincia de Tierra del Fuego. Reserva Provincial Corazón de la Isla, Lago Fagnano, Ushuaia. Extensión del sendero: aproximadamente 100 km.

5.

Turismo 2025

Observatorio de Productos Turísticos: procura la generación de marcos conceptuales y abordajes metodológicos para el conocimiento y desarrollo de los Productos turísticos de amplia distribución territorial. Como ser Alta Gama, Ruta 40, Turismo de Bienestar, Turismo Médico, Itinerarios culturales, Rutas escénicas, cicloturismo, Fiestas y celebraciones populares.

Desarrollo de Productos: se enfoca en la definición de acciones de desarrollo y fortalecimiento de productos turísticos en aquellos espacios prioritarios y de desarrollo potencial del PFETS y se organiza en base a tres categorías: CULTURAL: Turismo de la Fe, educativo e idiomático, gastronómico y del vino, fiestas populares; NATURALEZA: Observación de Aves y Senderismo de largo recorrido; COMBINADOS (Naturaleza y cultura): Ruta 40, Turismo en el espacio rural de la República Argentina (Terra/rural comunitario), Turismo Náutico, cruceros de ultramar, fluviales y lacustres, de Bienestar, Sitios de Patrimonio Mundial (uso público).

DESARROLLO DE PRODUCTOS	
Aplicación	
Turismo Rural Comunitario	Contribuye al fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo para aportar al desarrollo local, sustentado en sus principios de reciprocidad, inclusión, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas. http://turismocomunitario.tur.ar/
Observación de Aves	Coordina y facilita acciones que contribuyan al desarrollo de la observación de aves como una actividad de interés turístico en destinos vinculados a áreas naturales protegidas (Parques Nacionales, provinciales, reservas, sitios Ramsar y otros con jerarquía internacional) promoviendo la conservación de los recursos naturales y la generación de empleo en la población local.
Turismo de la Fe	Planifica, coordina y facilita acciones que contribuyan en el desarrollo del Turismo de la Fe en la Argentina aportando a la consolidación de la oferta vinculada al producto.
Turismo Náutico	Acompaña técnicamente y promueve la puesta en valor y estructuración de productos vinculados a la modalidad de turismo náutico, en distintas áreas, zonas o corredores de Argentina, que tengan potencial para esta actividad.
Turismo Gastronómico	Expande el beneficio socioeconómico de la actividad turística, a través de la diversificación de la oferta con el Turismo Gastronómico, haciendo de éste un nuevo producto turístico motivador de viajes.
Turismo Educativo/ Idiomático	Planifica, coordina y facilita acciones que contribuyan con el desarrollo del Turismo idiomático en la Argentina, colaborando con la consolidación de la oferta turística vinculada al producto.
Gestión para el Desarrollo Turístico Sostenible en los Sitios de Patrimonio Mundial	Planifica, coordina y facilita acciones que contribuyan a la conservación y puesta en valor turística de los sitios de patrimonio mundial (actuales y potenciales) de la Argentina, procurando el desarrollo local en las comunidades vinculadas a los mismos.
Desarrollo del Turismo en Espacios Rurales de la República Argentina (Terra)	Define una estrategia a nivel país que permita la comprensión y el desarrollo del turismo en los espacios rurales en la República Argentina, con diseño ejecutivo general y propuestas operativas por segmento.

Otros proyectos turísticos de escala local - Área del Impenetrable chaqueño (Chaco): que promueve el posicionamiento del Área del Impenetrable chaqueño como un destino turístico de relevancia de nuestro país, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de su población mediante acciones de fortalecimiento orientadas, entre otros productos, al desarrollo del turismo rural comunitario.

Bajo la órbita del área de trabajo de **inversiones para el desarrollo equitativo** se organizan las acciones en el marco de las siguientes herramientas:

Inversiones Turísticas: el objetivo del Programa Nacional de Inversiones Turísticas (PNIT) es lograr una planificación y ejecución concertada de la inversión pública, entre el Ministerio de Turismo de la Nación, las provincias y los municipios, orientada al desarrollo turístico sustentable y equilibrado de los espacios turísticos priorizados en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, a los efectos de incrementar la competitividad de los mismos.

INVERSIONES TURÍSTICAS - PNIT	
Aplicación (principales obras realizadas)	
Circuito transfronterizo La Quiaca (Jujuy)	Construcción de unidad de información turística. La Quiaca.
Circuito Transfronterizo La Quiaca (Jujuy)	Revalorización y puesta en valor. Pueblo de Yavi.
Área Pueblos Andinos de Salta y Jujuy (Salta)	Revalorización y puesta en valor. Pueblo Andino de Iruya.
Área Quebrada del Toro (Salta)	Puesta en valor del sitio arqueológico. Santa Rosa de Tastil.
Corredor Tucumán - Catamarca (Tucumán)	Construcción de Centro de información turística de Ibatín. León Rouges.
Área Santa María – Amaicha del Valle (Tucumán)	Preservación urbana. 1ra. Etapa Amaicha del Valle.
Área Valles Calchaquíes Sur (Tucumán)	Restauración del Museo Histórico Jesuítico La Banda. Tafí del Valle.
Corredor Tucumán - Catamarca (Tucumán)	Puesta en valor de los atractivos naturales de la Red de senderos de Eco – Yungas en el Parque Sierra San Javier. La Florida.
Región Norte. Puerta Santiago del Estero (Santiago del Estero)	Revalorización del Patrimonio Cultural en los Poblados del Camino Real. Tuama y San Pedro.
Corredor de la Puna ó Corredor Paso San Francisco - Santiago del Estero (Catamarca)	Puesta en valor del sitio arqueológico El Shincal de Quimivil. Londres.
Corredor de la Costa (La Rioja)	Construcción de réplica de Dinosaurios. Sanagasta.
Corredor de la Producción (La Rioja)	Restauración de la segunda estación de cablecarril La Mexicana. Chilecito.
Puerta Villa Unión (La Rioja)	Construcción de un Centro de información turística. Villa Unión.
Corredor Rodeo – Uspallata (Mendoza)	Construcción de Centro de Información Turística. Uspallata.

5.

Turismo 2025

INVERSIONES TURÍSTICAS - PNIT	
Aplicación (principales obras realizadas)	
Puerta Mendoza (Mendoza)	Puesta en valor Campo Histórico El Plumerillo. Las Heras.
Puerta Malargüe (Mendoza)	Construcción y colocación de cartelera y senderos internos en el Parque Paleontológico Municipal Huella de Dinosaurios. Malargüe.
Corredor RN 40 Cuyo (San Juan)	Restauración de molinos. Huaco y Escobar.
Circuitos y corredores turísticos provinciales Norte, Sierras Puntanas, Comechingones, Conlara y El Morro (San Luis)	Construcción y colocación de señalética turística del Dakar. Papagayos, Juana Koslay, El Volcán, Villa Mercedes, Villa de Merlo, Villa del Carmen, La Punilla, La Carolina, Potrero de los Funes, El Trapiche, La Punta, San Francisco, Quines, Los Molles, Cortaderas, Villa Larca, Nogoli, Candelaria, Concarán, El Morro y San Francisco.
Corredor de los Grandes Lagos de Centro (Córdoba)	Construcción y colocación de señalética turística. Los Reartes.
Corredor de los Comechingones (Córdoba)	Construcción de Oficina de información turística Parque autóctono de Mina Clavero. Mina Clavero.
Corredor de los Grandes Lagos de Centro (Córdoba)	Reconstrucción del Puente colgante sobre el Río Durazno. Villa Yacanto.
Puerta Rosario (Santa Fe)	Construcción de sanitarios accesibles – Monumento a la bandera accesible. Rosario.
Área Esteros del Iberá (Corrientes)	Construcción del Parador Iberá. Mercedes.
Corredor del Alto Paraná (Corrientes)	Revalorización y puesta en valor del circuito costanera. Corrientes Capital.
Circuito Transfronterizo Colón – Paysandú (Entre Ríos)	Construcción de Observatorio de Aves. Colón.
Circuito Transfronterizo Colón – Paysandú (Entre Ríos)	Construcción de Centro de información y servicios turísticos La Portada. Colón.

INVERSIONES TURÍSTICAS - PNIT	
Aplicación (principales obras realizadas)	
Corredor del Paraná (Entre Ríos)	Construcción de Centro de servicios de visitantes en el Parque Nacional Pre Delta. Diamante.
Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo (Formosa)	Construcción de Centro de Interpretación Acuática Ypegua Oga. Parque Nacional Pilcomayo.
Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo (Formosa)	Construcción de Observatorio de aves. Parque Nacional Río Pilcomayo.
Corredor Bioceánico RN 16 (Chaco)	Construcción de un Parque científico y educativo Campo del Cielo. Gancedo.
Corredor del Paraná Inferior (Buenos Aires)	Construcción de Centro de Informes. Área Natural Protegida Otamendi.
Puerta Tandil (Buenos Aires)	Renovación de la cubierta de la Capilla de Santa Gemma. Tandil.
Área de Los Pagos de Areco (Buenos Aires)	Construcción y colocación de señalización turística de los atractivos y calles del casco histórico, alrededores de la Ciudad de San Antonio de Areco y servicios al turista. San Antonio de Areco.
Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Buenos Aires)	Remodelación del centro de información turística de Puerto Madero. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Puerta Santa Rosa (La Pampa)	Restauración de caballerizas. Reserva provincial Parque Luro.
Corredor de la Costa Patagónica (Chubut)	Construcción de Sendero de interpretación y conexión a mirador existente en la zona de Rocas Coloradas. Área Natural Protegida Punta Tombo, Puerto Madryn.
Corredor de Los lagos (Chubut)	Mejoramiento de acceso al Bosque Tallado. El Bolsón.
Corredor de Los Lagos (Neuquén)	Construcción de Oficina de Información Turística Vía Christi. Junín de Los Andes.
Corredor de Los Lagos (Chubut, Neuquén y Río Negro)	Construcción y colocación de Señalética Huella Andina. Parque Nacionales Lanín, Nahuel Huapi y Los Alerces.

5.

Turismo 2025

INVERSIONES TURÍSTICAS - PNIT	
Aplicación (principales obras realizadas)	
Corredor Neuquén Norte (Neuquén)	Construcción de Mirador de aves Los Cauquenes. Las Ovejas.
Corredor de la Costa Patagónica Sur (Santa Cruz)	Construcción de Instalaciones turísticas en zona de playa. Parque Nacional Monte León.
Corredor de la Costa Patagónica Sur (Santa Cruz)	Construcción de la réplica de la primera embarcación Nao Victoria. San Julián.
Circuito transfronterizo Punta Arenas Tolhuin Río Grande (Tierra del Fuego)	Construcción de Sendero y observatorio de aves. Laguna de los Patos, Río Grande.



Salinas Grandes, Purmamarca Jujuy.

Sistema de Señalética Turística Nacional: su finalidad es adoptar un criterio coherente y homogéneo de las tipologías de señales a instalar en los espacios turísticos prioritarios del PFETS, con vistas a unificar los diseños, materiales y contenidos de comunicación.

Red de Incubadoras de Empresas Turísticas (Incubar Turismo): su objeto es crear y desarrollar una Red de Incubadoras de Empresas Turísticas en los espacios turísticos priorizados por el PFETS, para incentivar el espíritu emprendedor, promover en forma activa la transformación de ideas en proyectos y la concreción de los planes de negocio en empresas que se destaquen por su innovación, esfuerzo y potencialidad para la generación de puestos de trabajo que contribuyan a fortalecer el entramado de servicios turísticos, la calidad de la oferta, la competitividad y la sustentabilidad de los emprendimientos en el sector.



Ministro Enrique Meyer, Presentación Incubar Turismo.

RED DE INCUBADORAS DE EMPRESAS TURÍSTICAS – INCUBAR TURISMO	
Aplicación	
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor de las Yungas (Jujuy)	Localidades de San Pedro, Libertador General San Martín, Fraile Pintado, Calilegua, San Francisco, Pampichuela, Valle Grande y Valle Colorado.
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor de la Puna y Corredor Central del Norte (Salta)	Localidades de San Antonio de los Cobres, Santa Rosa de los Pastos Grandes y Tolar Grande, La Poma, Payogasta, Cachi, Molinos y Seclantás, Chicoana.
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor Tucumán- Catamarca (Tucumán)	Localidades de Concepción, Simoca, Famaillá, Alpachiri, J. B. Alberdi, Batirua, Ibatín, León Rougés, La Cocha.
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor Tucumán- Catamarca (Catamarca)	Localidades de La Merced, Los Varelas, Ambato, Anquincila, Ancasti, Paclín, Santa Rosa, Icaño, La Puerta, Valle Viejo y la Ciudad Capital.
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor Patquía – Talampaya, Puerta Villa Unión, Corredor Villa Unión-Valle Fértil y Área Laguna Brava (La Rioja)	Localidades de Villa Unión, Patquía, Pangancillo y Vinchina.
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor Rodeo Uspallata, Área Gran Mendoza, Puerta Mendoza, Área Tierras del Este, Área Malargüe, Área San Rafael General Alvear (Mendoza)	Localidades de Potrerillos, Malargüe, Lavalle, San Rafael, San Martín, Uspallata, Ciudad de Mendoza, Alvear, Rivadavia, Santa Rosa, Maipú, Tunuyán, El Challoo, Tupungato y Junín.
Incubadora de Empresas Turísticas -Área Gran Resistencia, Área Impenetrable, Corredor RN 16 (Chaco)	Localidades de Resistencia, Capitán Solari, Colonia Benítez, Villa Ángela, Pres. Roque Sáenz Peña, Isla El Cerrito y Barranqueras y Las Breñas.
Incubadora de Empresas Turísticas -Puerta Corrientes-Resistencia y Área Esteros del Iberá (Corrientes)	Localidades de Ciudad de Corrientes, Mburucuyá, Mercedes, Ituzaingó y Santo Tomé y Curuzú Cuatíá
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor del Paraná y Corredor del Uruguay (Entre Ríos)	Localidades de Paraná, Diamante, La Paz, Victoria, Pueblo Liebig y Ubajay.

RED DE INCUBADORAS DE EMPRESAS TURÍSTICAS – INCUBAR TURISMO	
Aplicación	
Incubadora de Empresas Turísticas -Puerta San Rosa (La Pampa)	Ciudad de Santa Rosa y Toay.
Incubadora de Empresas Turísticas -Corredor Neuquén Norte (Neuquén)	Localidades de Chos Malal, Huingan-co, Las Ovejas, Varvarco, Andacollo y Manzano Amargo.
Incubadora de Empresas Turísticas -Puerta Esquel, Corredor de los Lagos, Corredor RN 40 Patagonia Sur, Corredor de la Costa Patagónica Norte, Puerta Puerto Madryn-Trelew (Chubut)	Localidades de Esquel, El Hoyo, Epuyén, Lago Puelo, Cholilla, Trevelin, Gdor. Costa, Corcovado, Aldea Atilio Viglione, Trelew, Puerto Madryn, Rawson, Los Altares y Camarones.
Incubadora de Empresas Turísticas -Puerta Ushuaia, Área Corazón de la Isla de Tierra del Fuego y Corredor de la Costa Patagónica Sur (Tierra del Fuego)	Localidades de Ushuaia y Tolhuin (primera etapa), Río Grande (segunda etapa).

Promoción de la Responsabilidad Social Empresaria en Turismo: promueve la instalación de los principios de RSE en el sector, en el marco de una trama vincular ampliada entre el Mintur y otros actores.

Promoción de inversiones privadas: se ocupa de orientar las estrategias de inversión, diseñar e implementar herramientas que procuren fortalecer al empresariado nacional. Estimular la radicación de capitales que favorezcan el desarrollo sustentable del sector turístico.

Promoción de relaciones institucionales para financiamiento del sector: procura captar, gestionar y monitorear fuentes de financiamiento nacional e internacional destinadas al fortalecimiento sustentable y

equitativo de los espacios, productos y empresariado turístico.

Por su parte, en el área de **investigación y estadística para el desarrollo sustentable** se trabaja con las siguientes herramientas:

Encuesta de Turismo Internacional (ETI): es un operativo realizado por el Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec). Tiene como objetivo medir el flujo y el gasto de los viajeros no residentes durante su permanencia en la Argentina (turismo receptivo) y de los viajeros residentes en la Argentina durante su permanencia en el exterior (turismo emisor). Se realiza actualmente en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, el Aeropuerto Jorge Newbery, el Puerto de Buenos Aires y en el Aeropuerto Internacional de Córdoba.

Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH): es un operativo realizado por el Ministerio de Turismo y el Indec para medir el impacto del turismo internacional y del turismo interno sobre el sector hotelero y parahotelero nacional. Se realiza en 48 núcleos urbanos que permiten cubrir las diferentes regiones turísticas del país.

Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH): tiene como objetivo medir la evolución de los viajes realizados por integrantes de los hogares argentinos, sus características y computar aspectos socio-demográficos que permitan caracterizar a los turistas residentes. Mensualmente se entrevistan hogares residentes en las capitales de todas las provincias argentinas y en los aglomerados urbanos que no son capitales pero cuya población es superior a los cien mil habitantes.

Fortalecimiento de las Estadísticas Provinciales de Turismo: es un proyecto que se implementa a través del Consejo Federal de Turismo, diseñado, coordinado y supervisado por el Ministerio de Turismo que pretende consolidar las capacidades provinciales para la elaboración, armonización y análisis de las estadísticas de turismo con el fin de robustecer sistemas de estadísticas provinciales y regionales.

Anuario Estadístico de Turismo: permite disponer de un Anuario Estadístico de Turismo por año que contenga información útil para los tomadores de decisiones del sector, a partir de los indicadores estadísticos representativos.

Estadísticas de Turismo Internacional: promueve el conocimiento en torno a los niveles del flujo turístico internacional, su evolución

y las principales características del comportamiento tanto del turismo receptivo como del turismo emisor de la Argentina para diseñar e implementar políticas públicas sectoriales de desarrollo y promoción así como también difundir la información generada.

Estadísticas de Turismo Interno: permite conocer los niveles del flujo turístico en el país, su evolución y las principales características del comportamiento del turismo interno en la Argentina para diseñar e implementar políticas públicas sectoriales de desarrollo y promoción, así como también difundir la información generada.

Estadística de Alojamiento Turístico: posibilita contar con información sobre la evolución y las características principales de la actividad de los servicios de alojamiento turístico tanto desde la perspectiva de la oferta como desde la demanda para diseñar e implementar políticas públicas sectoriales de desarrollo, de calidad y promoción como así también difundir la información generada.

Estadísticas de Transporte y Agencias de Viajes: dispone de información sobre la evolución y las características del transporte de media y larga distancia tanto desde la perspectiva de la oferta como desde la demanda y de la cantidad y distribución de las agencias de viaje, para diseñar e implementar políticas públicas sectoriales de desarrollo, de calidad y promoción como así también difundir la información generada.

Estadísticas Económicas del Turismo: procura conocer la evolución de la competitividad de la moneda nacional con respecto a los principales mercados emisores de turis-

tas a la Argentina y dimensionar el aporte del turismo a la economía del país para orientar el diseño de políticas públicas de desarrollo del sector.

Análisis Económico del Turismo: Analiza e interpreta la realidad turística desde una perspectiva económica y de inteligencia de mercados que tenga como base la generación de síntesis ejecutivas de coyuntura y prospectivas, unido a un servicio de asesoramiento permanente a equipos de trabajo del Mintur, Inprotur y dirigentes de las Cámaras empresariales del sector.

Finalmente, en materia de **gestión del conocimiento para el desarrollo competitivo**, su principal herramienta es el SIET, que sistematiza información sustantiva del sector turístico, orientada a la planificación, gestión y toma de decisiones. Está compuesta por 6 subsistemas:

Subsistema de Información Turística (SIT): software basado en una base de datos única, desarrollada para facilitar los procesos y las metodologías de normalización, gestión y administración de la información.

Subsistema de Información Geo referenciada (SIG): software creado especialmente según los requerimientos del sector turístico, que está vinculado al SIT y puede capturar, relacionar, procesar, analizar e integrar distintas capas de información.

Subsistema de Estadística Turística (SET): software que sistematiza todos los datos e información estadísticos y los gestiona a través de bases de datos multidimensionales, que entre otras prestaciones, permite la realización de reportes a medida de cada usuario.

5.

Turismo 2025

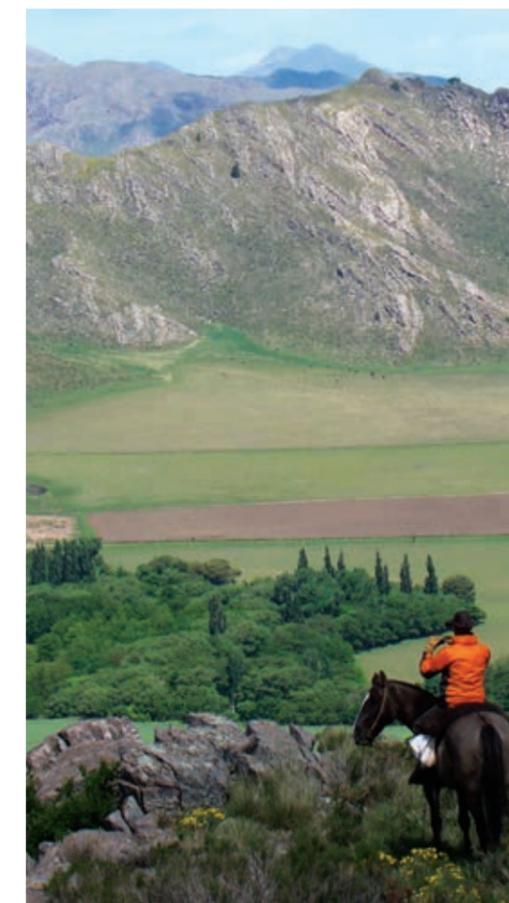
Subsistema de Gestión y Planificación (SGP): software de gestión que fue desarrollado para facilitar y gestionar el monitoreo de los programas, proyectos, metas e indicadores del PFETS como así también recursos de información gestionados colaborativamente.

Subsistema de Indicadores de Desarrollo Turístico (SID): software que presenta un conjunto de 167 indicadores de desarrollo turístico sustentable, organizados en cinco ejes temáticos.

Subsistema de Información Web (SIW): módulo que permite la publicación de contenidos y está formado por un conjunto de sitios web organizados de acuerdo con los nodos temáticos, proyectos y programas que se gestionan.

SISTEMA DE INFORMACIÓN Y ESTADÍSTICA TURÍSTICA - SIET	
Proyectos	
Proyecto Creación de nuevas herramientas tecnológicas para el turismo	Consolidar el proceso de gestión de la información y el conocimiento turístico, generando nuevas herramientas para la planificación y toma de decisiones.
Proyecto de comunicación integral	Diseñar e implementar, en el marco del SIET, un proyecto comunicacional que permita gestionar estratégicamente las acciones de comunicación.
Proyecto Curaduría y gestión de contenidos	Gestionar los contenidos del SIET, aplicando criterios de selección, clasificación, jerarquización y mejora de la información.
Proyecto CeGU: Centro de Gestión Unificada	Gestionar de forma centralizada los requerimientos, solicitudes, consultas de los usuarios del SIET y otros usuarios de servicios brindados por el SIET
Proyecto Agnitio: Base de Conocimiento	Diseñar e implementar, en el marco del SIET, un soporte de almacenamiento de terminologías y sus relaciones para el sector turístico.
Proyecto de Aula SIET: Plataforma integrada de capacitaciones y entrenamiento	Promover instancias de capacitación y entrenamiento sobre la utilización del SIET, mediante una herramienta que facilite el proceso de enseñanza y aprendizaje y la construcción de conocimiento en un entorno virtual integrado.
Proyecto Badges: Plataforma de Gamificación	Motivar a los usuarios del SIET a la actualización e incorporación de datos, información, socialización y generación de conocimiento.
Proyecto de Articulación Interinstitucional	Aumentar paulatinamente y de forma sustentable el número de organizaciones articuladas y adheridas al SIET.
Proyecto SIW: Desarrollo y nuevas versiones de nodos web	Potenciar la visibilidad y difusión de los principales productos y servicios brindados por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

SISTEMA DE INFORMACIÓN Y ESTADÍSTICA TURÍSTICA - SIET	
Proyectos	
Proyecto Data: Plataforma de datos públicos de turismo	Facilitar la información pública generada a los ciudadanos y organizaciones con el fin de alentar la socialización y reutilización de datos para la creación de aplicaciones, servicios e investigaciones.
Proyecto Tecno: Aplicación de tecnologías innovadoras para turismo	Promover la utilización de servicios e información del SIET mediante la utilización de tecnologías innovadoras.
Proyecto eGov: Gobierno Electrónico en Turismo	Facilitar los procesos y el acceso a los servicios e información de manera eficiente y eficaz.
Proyecto IAC: Desarrollo de Instancias de Adquisición de Conocimientos	Fortalecer la gestión de conocimiento y la información del sector turístico, mediante la capacitación y transferencia del Sistema de Información y Estadística Turística a sus usuarios actuales y potenciales.
Proyecto Conecta-I: Metadatos y especificaciones de interfaces para turismo, etapa I	Promover la calidad, la identificación, la gestión sistematizada de los datos y la interoperabilidad entre áreas y organizaciones.
Proyecto Nuevas aplicaciones tecnológicas para el desarrollo turístico	Potenciar la visibilidad y difusión de los principales productos y servicios brindados por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico y otras organizaciones adheridas al SIET o participantes, que utilicen el SIET como plataforma de gestión y socialización de información.
Proyecto Implementación y certificación del Sistema de Gestión de la Calidad del SIET.	Implementar y certificar un sistema de gestión de calidad para el SIET, bajo los principios de la norma internacional ISO 9001.
Proyecto Implementación y certificación del Sistema de Gestión Ambiental del SIET.	Implementar y certificar un sistema de gestión Ambiental para el SIET, bajo los principios de la norma internacional ISO 14001.



Cabalgata en las sierras, Provincia de Buenos Aires.

5.4. BALANCE DE LA GESTIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN ARGENTINA.

El Ministerio de Turismo ha generado acciones con todas las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, realizando a su vez un trabajo vinculado con innumerables organismos municipales, provinciales y nacionales, tanto del ámbito público como privado, académico e intermedio.

Entre los múltiples impactos positivos en materia de **Productos y Destinos para el Desarrollo Inclusivo** en el territorio, se destacan las aplicaciones del Profode, que permitieron el fortalecimiento de 13 destinos turísticos emergentes, abarcando 69 municipios y 20 áreas protegidas, en 14 provincias. Estas aplicaciones incluyeron la capacitación de más de 3.100 actores y la provisión de insumos específicos, así como también equipamiento para los gestores turísticos y para artesanos.

En el plano del desarrollo de productos turísticos se han generado marcos metodológicos y conceptuales para Senderismo de largo recorrido, Turismo Rural Comunitario, Turismo Náutico, Turismo de la Fe, Observación de Aves, Turismo Gastronómico, Turismo Idiomatico, Turismo de Bienestar, Turismo Cultural y Patrimonio, entre otros. Este trabajo ha permitido profundizar el acompañamiento técnico territorial fortaleciendo a las redes de actores y a los agentes de desarrollo en pos de la diversificación de la oferta turística de nuestro país.

El Programa Nacional Senderos de Argentina, fija criterios de diseño y gestión para operativizar un conjunto de senderos de largo recorrido en cada una de las regiones turísticas de la Argentina. En la región Patagonia, Huella Andina es el primer ejemplo del país. Con casi 600 km. de longitud el

sendero enhebra en su recorrido a 3 provincias, 5 parques nacionales y 14 municipios. En la región Litoral, Huella Guaraní sustenta su valor experiencial en el patrimonio cultural, dado que la propuesta se desarrolla en torno a las comunidades originarias de la etnia Mbyá Guaraní. Asimismo, se están llevando a cabo otras propuestas de senderos de largo recorrido que ponen en valor los recursos patrimoniales de cada región y generan, a igual tiempo, oportunidades de inclusión a la población rural.

Por otro lado, es pertinente destacar el trabajo realizado en el marco de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, a la que se han integrado 48 comunidades de pueblos originarios y campesinos. Esta labor fue realizada con carácter participativo, implicando a todos los actores y sectores, logrando acuerdos a través de convenios marco de colaboración, y haciendo hincapié en la mejora de las capacidades locales, capacitando y fortaleciendo a los microemprendedores.

De la misma forma, con el objeto de realizar un abordaje integral en el territorio y generar sinergias con los actores locales se han llevado adelante acciones tendientes al ordenamiento y desarrollo de la oferta turística. Como parte de este proceso podemos mencionar, entre otros documentos técnicos: el Plan de Uso Público del Sistema vial andino Qhapaq Ñan; los Lineamientos para el uso público de los Parques Nacionales Pre Delta e Islas de Santa Fe; así como también la Puesta en valor de los sitios arqueológicos El Shincal de Quimivil y la Ciudad Sagrada de Quilmes.

Enmarcadas en el área de trabajo relativa a las **Inversiones para el Desarrollo Equitativo**, se han realizado dentro del Programa Nacional de Inversiones Turísticas, un total de 256 obras, teniendo como eje fundamental la planificación concertada, trabajando en conjunto con provincias, municipios y organismos nacionales. Se han beneficiado las 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 186 municipios, 14 Parques Nacionales y 13 Áreas Naturales Protegidas. Asimismo, se construyeron 288 Portales en el marco del Sistema de Señalética Turística Nacional realizado mediante un convenio con la Dirección Nacional de Vialidad que implicó una inversión del Estado Nacional de \$ 25.920.000.

En el marco de la Red de Incubadoras de Empresas Turísticas, se trabaja en 14 provincias: Salta, Tucumán, Catamarca, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Mendoza, Neuquén, Chubut, La Pampa, Jujuy, La Rioja, Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur y Formosa, involucrando a más de 600 emprendedores vinculados al sector, realizando instancias de sensibilización, capacitación para la elaboración de sus planes de negocio y mentorías para las implementaciones.

Respecto a la Promoción de Inversiones Privadas, se firmaron dos convenios con el Banco de la Nación Argentina. En el marco de uno de ellos, se dispuso un fondeo de 125 millones de pesos para financiamiento de MIPyMEs turísticas (Línea 400 Turismo), llegando a otorgar a fines del 2014, 188 créditos por un monto de \$ 67,7 millones. Se financiaron proyectos de distintas tipologías, entre ellas, alojamientos, emprendimientos gastronómicos, agencias de viajes y turismo y servicios complementarios.

En relación al área de **Investigación y Estadística para el Desarrollo Sustentable**, la producción de información estratégica para el sector creció un 1500% con respecto al 2004. En la actualidad se generan más de 130 informes cada año, conso-

lidando un proceso de elaboración y publicación sistemática, mensual y trimestral, de información estadística sectorial de calidad para facilitar la toma de decisiones. Entre los principales documentos elaborados se destaca el Anuario Estadístico de Turismo y los informes periódicos que se detallan a continuación: Turismo Internacional - por todas las vías; Encuesta de Turismo Internacional (ETI); Perfiles de turistas según mercado emisor o productos turísticos; Encuesta de Ocupación Hotelera y Parahotelera (EOH); Tránsitos migratorios de la Argentina; Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares Argentinos (EVyTH); El empleo en las ramas de actividad características del Turismo, Visitas a Parques Nacionales según residencia del visitante, Evolución de los Tipos de Cambio Nominal bilaterales. Asimismo se realizan informes sobre la Temporada Estival; Semana Santa, Invernal y feriados largos, según compilación de las estadísticas de los Organismos Provinciales y municipales de turismo.

De la misma manera, de gran impacto territorial es el trabajo que se realiza a través del Consejo Federal de Turismo, denominado "Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias". En el mismo participan las 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, permitiendo un trabajo directo con los referentes técnicos productores de estadísticas, armonizando al mismo tiempo criterios metodológicos que fortalecen ampliamente los operativos realizados.

Respecto de la **Gestión del Conocimiento para el Desarrollo Competitivo**, en la actualidad en el SIET¹ existen más de 100 organizaciones adheridas, pertenecientes a los sectores público, privado, académico e intermedio, donde se destacan Universidades Nacionales, Ministerios Nacionales y provinciales, y organizaciones estratégicas para el sector, como son las principales cámaras empresariales y nuestra aerolínea de bandera, Aerolíneas Argentinas. En este sentido, el SIET cuenta con un

5.

conjunto de usuarios que son actores claves de las 23 provincias del país y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que requieren información para la toma de decisiones, los cuales en los últimos años han ejecutado más de 1.000.000 de interacciones con los distintos subsistemas del SIET. Al respecto, también es necesario indicar que se han realizado capacitaciones en 21 provincias, y se ha entregado equipamiento informático a 20 de ellas.

El impacto que genera el SIET en todo el territorio nacional, se relaciona con las herramientas que ofrece a los actores del sector, por ejemplo, el Subsistema de Información Geo referenciada, que contiene 190 capas de información sistematizadas, portando tanto información del sector, como de otros sectores con los cuales el turismo tiene una vinculación directa. En el Subsistema de Información Turística, en la actualidad son 240

los módulos que sistematizan distintas variables de información, superando los 5.000.000 de registros que están a disposición de los usuarios. En el Subsistema de Estadísticas Turísticas se han desarrollado 12 aplicaciones que sistematizan los principales datos del sector que se socializan de manera periódica. El Subsistema de Indicadores de Desarrollo Turístico, creado con el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet), cuenta en la actualidad con 167 indicadores organizados en 5 ejes: Movilidad social y acceso al turismo; Desempeño económico y social; Ordenación y control del espacio turístico; Diversificación y estructuración de productos turísticos; Accesibilidad y conectividad por medios de transporte. Estos subsistemas como los demás, fueron incluidos en el alcance de la certificación de la norma ISO 9001 que se realizó durante el 2015. Actualmente se está trabajando para implementar un sistema de gestión ambiental basado en la ISO 14001 e implementar controles de seguridad basados en la ISO 27001, brindando de esta manera nuevas garantías a los usuarios sobre la importancia de la calidad en el proyecto de referencia.

La gestión del desarrollo turístico en el marco de las cuatro áreas de trabajo descritas, se ha realizado en comunión con diversos organismos de jurisdicción internacional, nacional, provincial y municipal, con los cuales existen distintos niveles de correspondencia con las temáticas abordadas. Dentro del ámbito nacional se pueden mencionar, entre otros: Dirección Nacional de Vialidad, Banco de la Nación Argentina (BNA), Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, Secretaría de Coordinación y Monitoreo Institucional y la Secretaría de Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Fehgra, Secretaría de Energía de la Nación, Unidad de Preinversión de la Secretaría de Política Económica (hoy denominada Dirección Nacional de Preinversión), Indec, Conicet, Ministerio de Pla-

nificación Federal Inversión Pública y Servicios.

En el mismo sentido, es pertinente hacer referencia a los espacios interinstitucionales que se impulsaron desde el Ministerio de Turismo de la Nación con la finalidad de articular vínculos virtuosos que facilitaron el abordaje interdisciplinario de distintas temáticas inherentes al desarrollo turístico nacional:

- **Comisión de Trabajo Interministerial para el Desarrollo Turístico con Inclusión Social en el Espacio Rural:** integrada por los Ministerios de Desarrollo Social; Trabajo, Empleo y Seguridad Social y, Agricultura Ganadería y Pesca. Esta comisión constituye un claro ejemplo de la importancia que tiene la búsqueda de sinergias que promuevan procesos de desarrollo, que posibiliten una mejora en la calidad de vida y la inclusión social de todos los actores que convergen en los espacios rurales.

- **Comité Argentino del Patrimonio Mundial (CAPM):** creado en el ámbito de la Comisión Nacional Argentina para la Unesco (Conaplu), es un cuerpo colegiado integrado por los representantes de los distintos organismos nacionales con competencia en patrimonio mundial, natural, cultural. Entre otras instituciones, el Mintur integra este Comité junto a la Administración de Parques Nacionales. Asume un rol activo sobre las funciones inherentes a la CAPM, vinculadas a las postulaciones de los sitios a ser incluidos en la lista del Patrimonio Mundial que se presenta cada año ante el Comité del Patrimonio mundial de la Unesco.

- **Comité Interministerial de Pampa Azul:** iniciativa del Estado argentino coordinada desde el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación Productiva y de la cual, además

Turismo 2025

del Mintur participan: el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto; el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca; el Ministerio de Defensa; el Ministerio de Seguridad; y la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable. Además del Comité, los equipos técnicos del Mintur también conforman grupos de trabajo para: contribuir a profundizar el conocimiento científico como fundamento de las políticas de conservación y manejo de los recursos naturales; promover innovaciones tecnológicas aplicables a la explotación sustentable de los recursos naturales y al desarrollo de las industrias vinculadas al mar; fortalecer la conciencia marítima de la sociedad argentina; y respaldar con información y

presencia científica la soberanía de nuestro país en el área del Atlántico Sur.

- **Comisión interinstitucional para el impulso de la navegación turística de la Hidrovía Paraná-Paraguay:** promovida por el Mintur, constituye una mesa técnico-política integrada por la Subsecretaría de Puertos y Vías Navegables, el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, Prefectura Naval Argentina. La misma se creó con la finalidad de concretar acciones para el aprovechamiento turístico de la hidrovía e impulsar el desarrollo de un cruceo fluvial que conecte los principales puertos de las provincias de Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes y Misiones.



Parapente, Tucumán.



Participación de emprendedores de RATURC - FIT 2014.

- 6.1./ Evolución estratégica de la Administración de Parques Nacionales.
- 6.2./ Objetivos de la Administración de Parques Nacionales.
- 6.3./ Administración de Parques Nacionales y el PFETS.
- 6.4./ La gestión de la actividad turística en las áreas protegidas.
- 6.5./ Incidencias de la Administración de Parques Nacionales en materia de conservación relacionadas al turismo.
- 6.6./ Ecorregiones argentinas.
- 6.7./ Principales acciones de la Administración de Parques Nacionales.



6. CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO TURÍSTICO NACIONAL

turismo 2025

6.

6.1. EVOLUCIÓN ESTRATÉGICA DE LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES

En la última década, el sector turístico se potenció, produciéndose un fuerte impulso del segmento receptivo a partir de la convocatoria originada en los grandes atractivos naturales, sin soslayar en absoluto la importancia de los atractivos culturales, de sitios con relevancia histórica, arqueológica y etnosocial, dentro de los cuales los declarados Patrimonio de la Humanidad adquieren un sentido primordial.



Avistaje de ballenas, Chubut.

En este acontecer, el rol de la Administración de Parques Nacionales (APN), en acuerdos de base con el Ministerio de Turismo de la Nación, logró un avance significativo en el aprovechamiento de dicho patrimonio sin perder por ello la sustancia y razón de ser de los bienes puestos bajo su administración. Ello significa que el Sistema Federal de la Administración de Parques Nacionales, establecido por la Ley 22351, con 42 unidades territoriales al presente, cuatro monumentos naturales y numerosos proyectos en desarrollo, está generando una fuerte dinámica al sector turístico.

La APN es un organismo que desarrolla actividades en la administración y conservación de Áreas Protegidas (AP). Dicha institución 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 naturales y culturales.

Cabe señalar, que en la década del noventa cuando la APN se encontraba bajo la órbita de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, los lineamientos y las políticas relacionadas con la apertura de las AP hacia el uso público, así como la integración con las comunidades locales, se orientaban hacia la conservación estricta, pretendiendo evitar la interacción con los distintos actores sociales que las circundaban, considerando de esta forma que se lograría una mayor preservación de las mismas.

Al pasar a la órbita de la Secretaría de Turismo de la Nación (actual Ministerio), lo que generó un



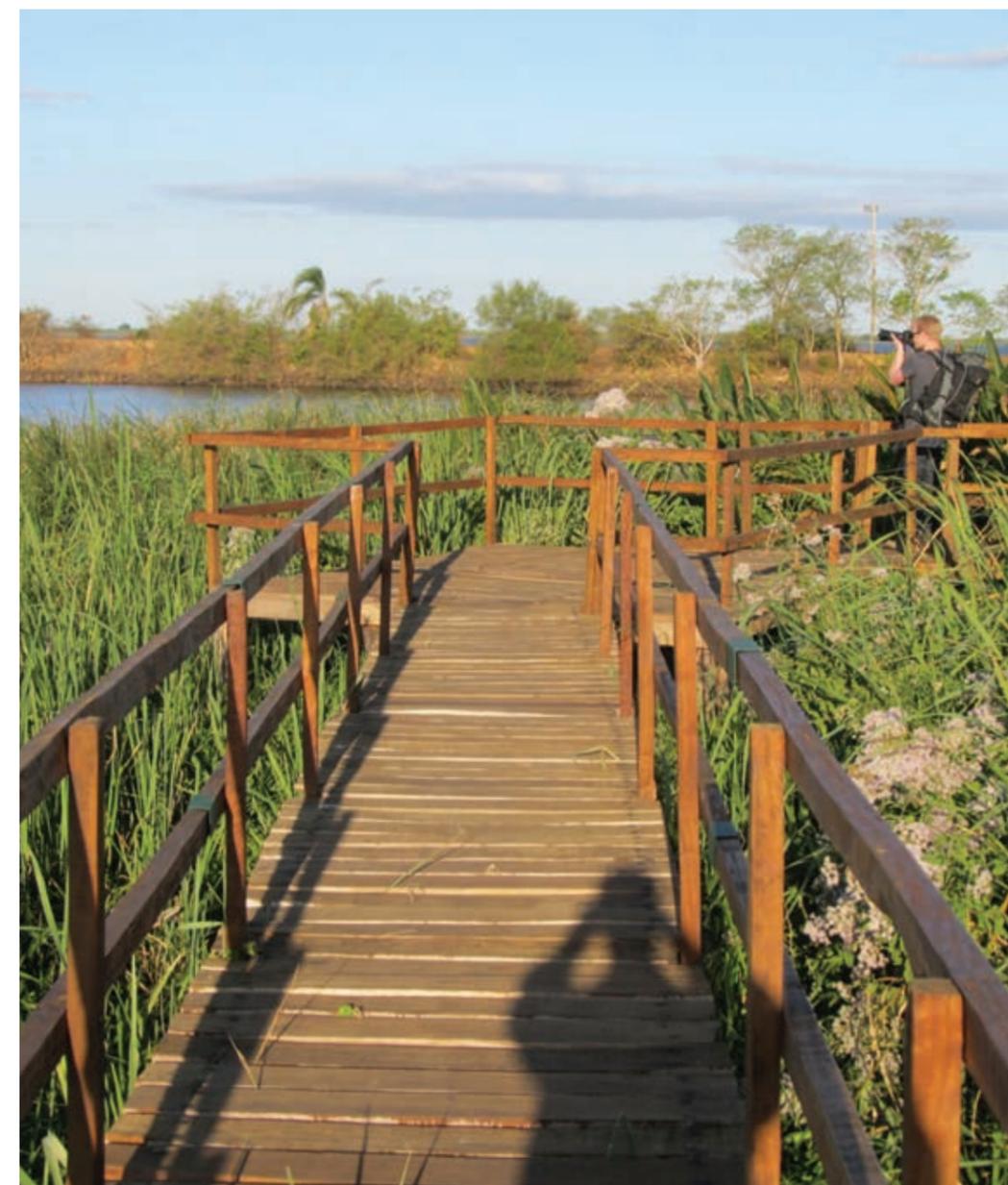
cambio en la concepción de la actividad turística dentro las AP, adquirió un mayor protagonismo y demostró que el desarrollo turístico, si se propone desde un enfoque estratégico y sustentable, logra cumplir con los lineamientos de conservación. A su vez, y como consecuencia de esta apertura se logró incorporar a las comunidades locales a la dinámica de estas áreas y paralelamente ofrecer servicios turísticos de calidad.

Con el tiempo, se ha constituido en el imaginario institucional y en la mayor parte de la población, una asociación clara entre conservación *in situ* y el desarrollo de las comunidades cercanas.

De esta forma, la actividad turística desarrollada en las AP generó nuevas fuentes de ingresos tanto para las comunidades aledañas como para las provincias, debido al efecto multiplicador que trae aparejado la misma. Es decir, que el consumo generado por los visitantes a los Parques Nacionales concibe un incremento en las economías locales provocando efectos positivos en la calidad de vida de los residentes.

Las AP actualmente son percibidas como generadoras de emprendimientos y empleos a escala local. Este consenso tan buscado ha servido para mitigar la idea que se le atribuían a estas áreas con respecto a las pérdidas económicas (debido a las restricciones para la extracción de madera, caza, pesca, agricultura, etc.) como consecuencia de sus taxativas políticas de conservación y basamento en la concepción de mantener prístinos los paisajes.

Esta integración permitió también la generación de nuevos proyectos que han llevado a la ampliación de la superficie protegida por el Sistema, y a la mejor representación de los biomas nacionales, proceso que hoy continúa.



P.N. Mburucuyá, Esteros del Iberá Corrientes.

6.

turismo 2025

Áreas Protegidas Nacionales

CATEGORÍA DE CONSERVACIÓN	NOMBRE UNIDAD DE CONSERVACIÓN	ECO-REGIÓN	SUP. TERR. (ha)	SUP. MARINA (ha)		DESIGNACIÓN INTERNACIONAL	PROVINCIA	DELEGACIÓN REGIONAL	AÑO CREAC.	INSTRUM. LEGAL	
										TIPO	NÚMERO
Parque Nacional	BARITÚ	Selva de las yungas	72.439			Reserva de Biosfera (2002)	Salta	NOA	1974	Ley Nac.	20.656/74
Parque Nacional y Monumento Natural	BOSQUES PETRIFICADOS DE JARAMILLO	Estepa patagónica	63.543				Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	2012	Ley Nac. (PN)	26.825/12
			15.000						1954	Decreto Nac. (MN)	7.252/54
Parque Nacional	CALILEGUA	Selva de las yungas	76.306			Reserva de Biosfera (2002)	Jujuy	NOA	1979	Decreto Nac.	1.733/79
Parque Nacional	CAMPO DE LOS ALISOS	Selva de las yungas	16.177				Tucumán	NOA	1995	Ley Nac.	24.526/95
Parque Nacional	CAMPOS DEL TUYÚ	Pampa	3.040			Sitio RAMSAR (1997)	Buenos Aires	CUENCA DEL PLATA	2009	Ley Nac.	26.499/09
Parque Nacional	CHACO	Chaco húmedo	14.981				Chaco	NEA	1954	Ley Nac.	14.366/54
Reserva Natural Estricta	COLONIA BENÍTEZ	Chaco húmedo	8				Chaco	NEA	1990	Decreto Nac.	2.149/90
Parque Nacional	COPO	Chaco seco	118.119				Santiago del Estero	NEA	2000	Ley Nac.	25.366/00
Parque Nacional	EL IMPENETRABLE	Chaco seco	128.000				Chaco	NEA	2014	Ley Nac.	26.996/14
Parque Nacional	EL LEONCITO	Monte de sierras y bolsones	89.706				San Juan	CENTRO	1994	Dto. Nac. (RNE)	46/94
									2002	Ley Nac. (PN)	25.656/02
Reserva Nacional	EL NOGALAR DE LOS TOLDOS	Selva de las yungas	3.275				Salta	NOA	2006	Ley Nac.	26.129/06
Parque Nacional	EL PALMAR	Espinal	8.213			Sitio RAMSAR (2011)	Entre Ríos	CUENCA DEL PLATA	1966	Ley Nac.	16.802/66
Parque Nacional	EL REY	Selva de las yungas	44.162				Salta	NOA	1948	Decreto Nac.	18.800/48
Reserva Natural	FORMOSA	Chaco seco	9.005			Reserva de Biosfera	Formosa	NEA	1968	Ley Nac.	17.916/68
Parque Nacional y Reserva Nacional	IGUAZÚ	Selva paranaense	67.620			Sitio de Patrimonio Mundial (1984)	Misiones	NEA	1934	Ley Nac.	12.103/34
Parque Nacional	ISLAS DE SANTA FE	Delta e islas del Paraná	3.000				Santa Fe	CUENCA DEL PLATA	2010	Ley Nac.	26.648/10
Parque Nacional y Reserva Nacional	LAGO PUELO	Bosques patagónicos	27.675			Reserva de Biosfera (2007)	Chubut	PATAGONIA	1937	Decreto Nac.	105.433/37

6.

Turismo 2025

CATEGORÍA DE CONSERVACIÓN	NOMBRE UNIDAD DE CONSERVACIÓN	ECO-REGIÓN	SUP. TERR. (ha)	SUP. MARINA (ha)		DESIGNACIÓN INTERNACIONAL	PROVINCIA	DELEGACIÓN REGIONAL	AÑO CREAC.	INSTRUM. LEGAL	
										TIPO	NÚMERO
Parque Nacional y Reserva Nacional	LAGUNA BLANCA	Estepa patagónica	11.251			Sitio RAMSAR (1992)	Neuquén	PATAGONIA	1940	Decreto-ley Nac.	63.691/40
Monumento Natural (Nacional)	LAGUNA DE LOS POZUELOS	Puna	16.000			R.de Biosfera (1990); Sitio Ramsar (1992)	Jujuy	NOA	1980	Decreto- ley Nac.	3.749/80
Parque Nacional y Reserva Nacional	LANÍN	Bosques patagónicos	412.003			Reserva de Biosfera (2007)	Neuquén	PATAGONIA	1937	Decreto Nac.	105.433/37
Parque Nacional	LIHUE CALEL	Monte de llanuras y mesetas	9.959				La Pampa	PATAGONIA	1977	Decreto Nac.	609/77
			22.608						2003	Ley Prov.	25.755/03
Parque Nacional y Reserva Nacional	LOS ALERCES	Bosques patagónicos	263.000			Reserva de Biosfera (2007)	Chubut	PATAGONIA	1937	Decreto Nac.	105.433/37
Parque Nacional	LOS ARRAYANES	Bosques patagónicos	1.840				Neuquén	PATAGONIA	1971	Ley Nac.	19.292/71
Parque Nacional	LOS CARDONES	Monte de sierras y bolsones	65.000				Salta	NOA	1996	Ley Nac.	24.737/96
Parque Nacional y Reserva Nacional	LOS GLACIARES	Bosques patagónicos	726.927			Sitio de Patrimonio Mundial (1981)	Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	1937	Decreto Nac.	105.433/37
Parque Nacional	MBURUCUYÁ	Esteros del Iberá	17.086				Corrientes	NEA	2001	Ley Nac.	25.447/01
Parque Nacional y Reserva Nacional	MONTE LEÓN	Estepa patagónica y Mar Argentino	62.169				Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	2004	Ley Nac.	25.945/04
Parque Nacional y Reserva Nacional	NAHUEL HUAPI	Bosques patagónicos	712.160			Reserva de Biosfera (2007)	Neuquén y R.Negro	PATAGONIA	1934	Ley Nac.	12.103/34
Reserva Natural Estricta	OTAMENDI	Delta e islas del Paraná	3.000			Sitio RAMSAR (2008)	Buenos Aires	CUENCA DEL PLATA	1990	Decreto Nac.	2.149/90
Parque Nacional	PATAGONIA	Estepa patagónica	53.000				Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	2015	Ley Nac.	27.081/15
Parque Nacional y Reserva Nacional	PERITO MORENO	Estepa patagónica	115.000				Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	1937	Decreto Nac.	105.433/37
Reserva Nacional	PIZARRO	Chaco seco	7.837				Salta	NOA	2014	Ley Nac.	27.093/14
Parque Nacional	PRE-DELTA	Delta e islas del Paraná	2.741				Entre Ríos	CUENCA DEL PLATA	1992	Ley Nac.	24.063/92
Parque Nacional	QUEBRADA DEL CONDORITO	Chaco seco (Subreg. Ch. Serrano)	37.344				Córdoba	CENTRO	1996	Ley Nac.	24.749/96
Parque Nacional	RÍO PILCOMAYO	Chaco húmedo	50.417			Sitio RAMSAR (1992)	Formosa	NEA	1951	Ley Nac.	14.073/51

6.

Turismo 2025

CATEGORÍA DE CONSERVACIÓN	NOMBRE UNIDAD DE CONSERVACIÓN	ECO-REGIÓN	SUP. TERR. (ha)	SUP. MARINA (ha)		DESIGNACIÓN INTERNACIONAL	PROVINCIA	DELEGACIÓN REGIONAL	AÑO CREAC.	INSTRUM. LEGAL	
										TIPO	NÚMERO
Monumento Natural (Nacional)	SALTOS DEL MOCONÁ	Selva paranaense	0				Misiones	NEA	1993	Ley Nac.	24.288/93
Reserva Natural Estricta	SAN ANTONIO	Selva paranaense	480				Misiones	NEA	1990	Decreto Nac.	2.149/90
Parque Nacional	SAN GUILLERMO	Altos Andes	162.476			Reserva de Biósfera (1980)	San Juan	CENTRO	1998	Ley Nac.	25.077/98
Parque Nacional	SA. DE LAS QUIJADAS	Monte de llanuras y mesetas	73.785				San Luis	CENTRO	1991	Ley Nac.	24.015/91
Parque Nacional	TALAMPAYA	Monte de Sierras y bolsones	215.000			Sitio de Patrimonio Mundial (2000)	La Rioja	CENTRO	1997	Ley Nac.	24.846/97
Parque Nacional	TIERRA DEL FUEGO	Bosques patagónicos	68.909				Tierra del Fuego	PATAGONIA AUSTRAL	1960	Ley Nac.	15.554/60
Parque Interjurisdiccional	Marino-costero PATAGONIA AUSTRAL	Estepa patagónica y Mar Argentino		98.008			Chubut	PATAGONIA AUSTRAL	2008	Ley Nac.	26.446/08
Parque Interjurisdiccional	Marino ISLA PINGÜINO	Mar Argentino		159.526			Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	2012	Ley Nac.	26.818/12
Parque Interjurisdiccional	Marino MAKENKE	Mar Argentino		68.796			Santa Cruz	PATAGONIA AUSTRAL	2012	Ley Nac.	26.817/12
Sup. Total (terrestre de APN y marina interjurisdiccional)	(Sup. terrestre: Ley 22.351 y Dto. 2148/90) (Sup. marina: Tratados Interjurisdicc.)		3.870.261	326.330							
+ Sector terrestre Parque Interjur. M-C Patagonia Austral		(Tratados Interjurisdicc.)	34.116								
+ 7 RN de la Defensa		(Convenio APN-MinDef.)	33.753	67.869							
Superficie Total: de APN + gestión Compartida			3.938.130								

Listado de las Áreas Protegidas Nacionales - Fuente: APN.

6.2. OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES

Actualmente y con un enfoque holístico, los objetivos de la Administración de Parques Nacionales son: conservar la biodiversidad y los ecosistemas, promover el desarrollo sustentable, preservar la diversidad cultural, resguardar el hábitat de especies en peligro, proteger yacimientos paleontológicos, proteger los sistemas hidrológicos, minimizar los procesos de degradación y desertificación, potenciar el uso recreativo/turístico, educativo y de investigación de los recursos naturales y culturales, preservando el paisaje natural y/o las formas de relieve únicas en su conformación.

Dichos objetivos de conservación y lineamientos pretenden regular las actividades antrópicas que en cada una de ellas puedan realizarse, basado en

el principio de la integración económica, política, social y cultural de los pueblos, teniendo en cuenta la diversidad biológica y promoviendo la concertación de acciones para el desarrollo y difusión de la educación ambiental en las áreas protegidas.

En este sentido, también procuran promulgar y desarrollar el turismo sustentable para que se convierta en una herramienta de conservación dentro de las AP. A través de una concepción diferente del uso público de ellas, integrando no sólo a las comunidades aledañas o regionales, sino también al turista convencional que las conoce gracias a la promoción turística y a la participación de la APN en diferentes Ferias de Turismo Nacionales e Internacionales.



Estancia Villaverde, Santa Rosa
La Pampa.

6.3. LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES Y EL PFETS

Desde el inicio del PFETS en el año 2005, han sido numerosos y significativos los avances de la APN en materia institucional y de gestión. Tomando como base las estrategias establecidas en el Plan, pueden resaltarse algunas de las iniciativas que ilustran las acciones relevantes llevadas a cabo durante el último período.

Las Áreas Protegidas de la APN, son el eje central en las estrategias nacionales e internacionales de conservación y nos permiten entender las interacciones humanas con el mundo natural, la manera de vincularse del hombre con su medio. Son esenciales como proveedoras de servicios del ecosistema y recursos biológicos, de beneficios económicos, sociales, culturales, espirituales y una herramienta estratégica de mitigación a los impactos ambientales generados por el cambio climático. Además, contribuyen al bienestar humano y al desarrollo sustentable a través de la provisión de calidad y cantidad de agua, manteniendo los ciclos hidrológicos. Asimismo, proveen un reservorio genético para garantizar la subsistencia de las especies.

En el marco del PFETS, se viene trabajando fuertemente en pos de la integración de las Áreas Protegidas Nacionales a través de diferentes circuitos turísticos determinados, lo que permite que los visitantes tengan la posibilidad de organizarse para recorrer una zona determinada visitando diferentes sitios poco conocidos y que antiguamente fueran de difícil acceso. Un ejemplo de esta acción es la Ruta Nacional N° 40, que integra varias AP de la Patagonia Argentina co-

nectando los Parques Nacionales: Laguna Blanca, Lanín, Nahuel Huapi, Bosque de Arrayanes, Lago Puelo, Los Alerces, Perito Moreno, Los Glaciares y Tierra del Fuego. Otro ejemplo es, la creación del primer sendero de largo recorrido de Argentina, Huella Andina.



P.N. Rio Pilcomayo,
Formosa.

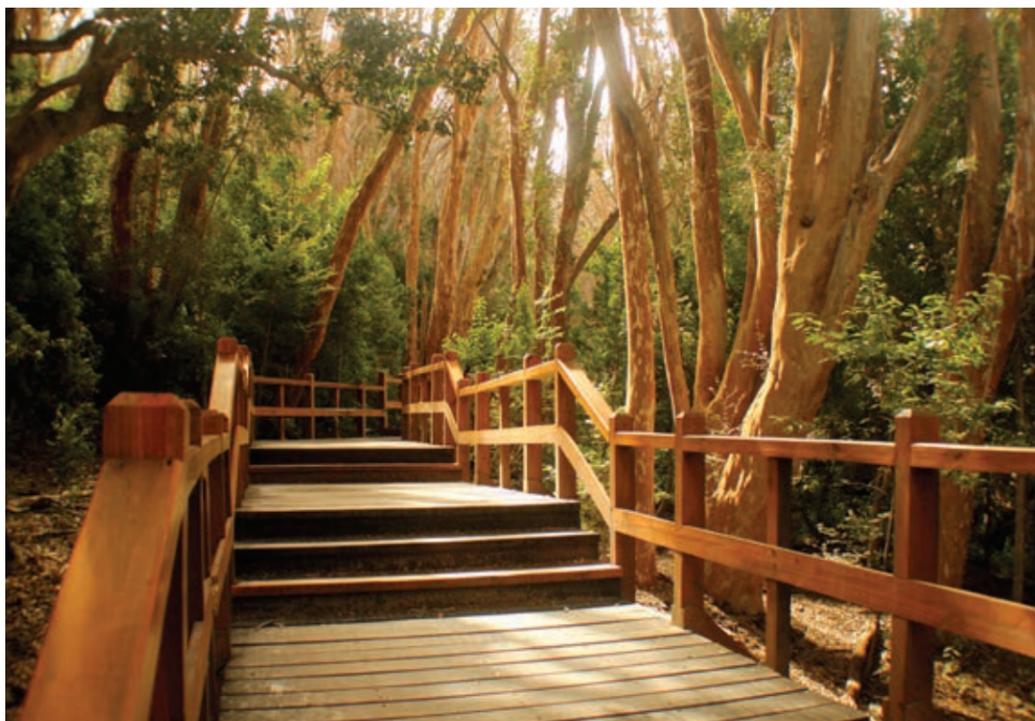
6.4. LA GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS ÁREAS PROTEGIDAS

La APN es partícipe activa como proveedora de insumos para el Sistema de Estadísticas Nacionales, tanto respecto del Indec como del propio Mintur.

Adicional y periódicamente, elabora y difunde una serie de indicadores coyunturales de la actividad turística en las AP y publica datos sobre el impacto económico del turismo vinculado a su jurisdicción.

En los últimos años, y como consecuencia de

diferentes políticas de gestión y estrategias de promoción para el desarrollo turístico, se generó un aumento en la concurrencia a los Parques Nacionales, el cual se traduce directamente en mayor actividad económica local en la medida en que se logran crear consumos y empleo, dando lugar a emprendimientos interrelacionados. Asimismo, se valorizan atractivos de distinto orden y tipología,



P. N. Los Arrayanes, Villa La Angostura Neuquén.

generando nuevas actividades.

Es por esto que, con respecto a la cantidad de visitantes al Sistema de Áreas Protegidas (SAP), se obtuvo un incremento del 96% en el período comprendido entre el año 2003 al 2014 cruzando el límite de los 3.6 millones de visitantes para el año 2014, tal como se puede apreciar en el Gráfico N°1.

A su vez, la cantidad de prestaciones de servicio turísticos habilitados aumentó el 33,82% pasando de 609 en el año 2013 a 815 en el año 2014. Esto demuestra que las acciones impulsadas por esta APN y la promulgación turística están dando los resultados esperados.

A fin de continuar con las mejoras en el segui-

miento y las gestiones con los prestadores turísticos, guías y de disponer *online* de las habilitaciones comerciales, se continúa implementando el sistema denominado Registro Nacional de Prestadores Turísticos (Renapret) que se encuentra en funcionamiento y permite disponer de información unificada idéntica en todas las Unidades de Conservación del Organismo.

En todas las AP con actividad turística se han reforzado las estructuras de atención y gestión del turismo, capacitando al personal para la realización de las tareas. Las principales portadas de acceso a los parques son hoy sitios en los que se puede obtener información. Pese a la estacionali-

dad de las actividades, varias de estas instalaciones permanecen abiertas todo el año dada la importancia promocional del servicio y el impacto positivo que suministran.

De igual forma, en materia vial se han ido realizando grandes inversiones en el mejoramiento de los caminos de acceso, enfocándose en el asfaltado, como por ejemplo en el acceso al Parque Nacional Tierra del Fuego, el acceso del Parque Nacional Los Glaciares al mirador del Glaciar Moreno y a El Chaltén, el acceso al Parque Nacional Predelta, el camino al Tronador en el Parque Nacional Nahuel Huapi, el acceso al Parque Nacional Lanín y el acceso al Parque Nacional Los Alerces, entre otros.

EVOLUCIÓN DE LAS VISITAS DENTRO DE LAS AP'S 2003-2014

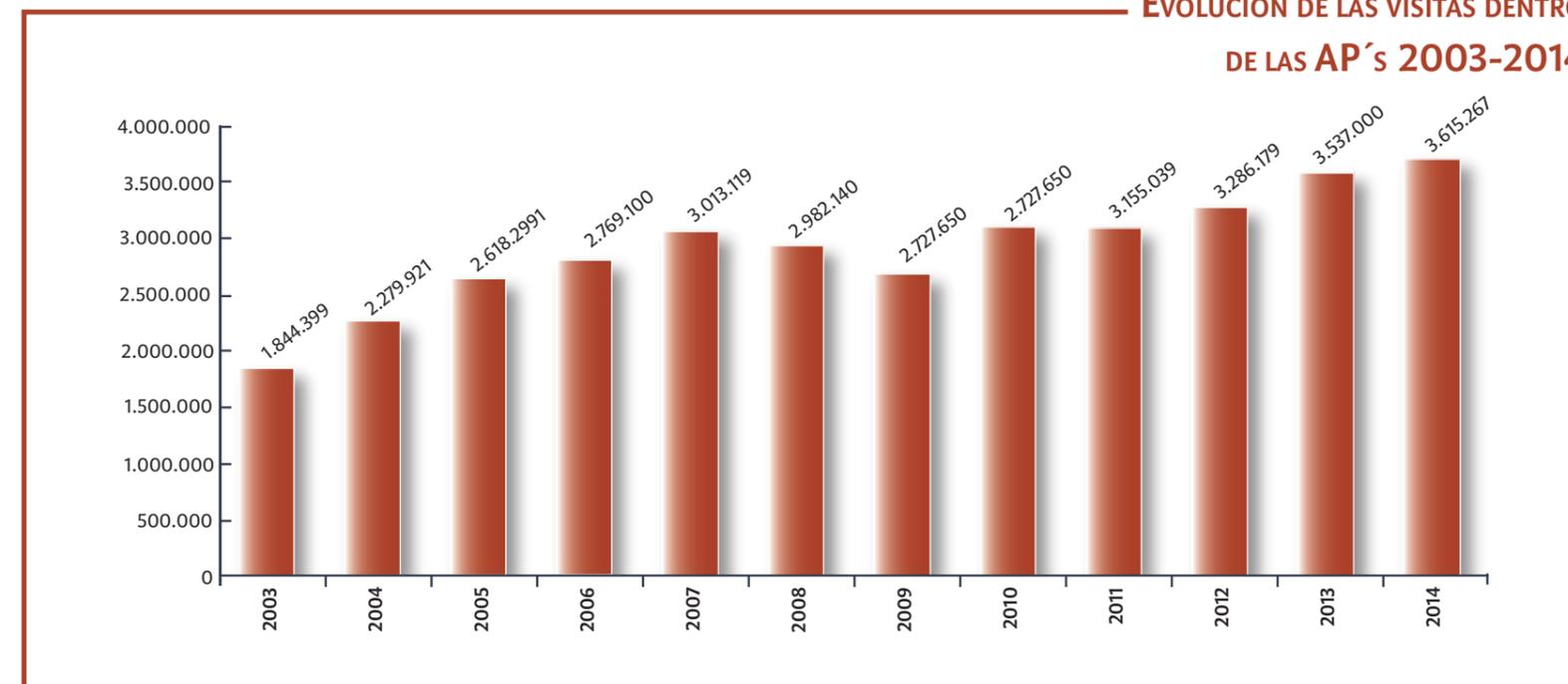


Gráfico N°1: Evolución de las visitas desde el 2003-2014 - Fuente: Dirección de Aprovechamiento de Recursos (APN).

6.5. INCIDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES EN MATERIA DE CONSERVACIÓN RELACIONADAS AL TURISMO

La APN propone un modelo de desarrollo a los efectos que el Turismo en las AP se convierta en una herramienta que, a través de la educación ambiental, el goce y el disfrute del uso público de las mismas, logre transformar al visitante en un potencial agente de conservación y divulgador de la importancia de su preservación.

En este sentido, el objetivo es lograr la integración de los Parques Nacionales con la región a través del turismo sustentable, aumentando la participación consciente de los visitantes, que se encuentran en un AP y de esta forma acrecentar el nivel de conservación, persiguiendo un turismo responsable.

En relación al tratamiento del uso público, se promueve el desarrollo de construcciones sostenibles, el tratamiento de efluentes, la navegación controlada, la regulación de los sonidos, el fomento del uso de energías renovables, entre otros, generando un aumento en la cantidad de los visitantes, un mayor interés social en estas Áreas, y como consecuencia un incremento en la cantidad de superficie a conservar, logrando de esta manera un “efecto rebote calculado”.

La conservación es un objetivo que presenta innumerables desafíos y complejo de concretar



P. N. Iguazú
Misiones.

debido al desarrollo y al desplazamiento de las fronteras agrícola-ganadera, al incremento de la superficie urbana, a las amenazas externas asociadas al cambio climático, al aumento en la cantidad de especies exóticas, a la contaminación de suelos y de recursos hídricos, al consumo desmedido en el mundo, a la explotación de recursos naturales en forma no sustentable, entre otros.

Remotamente las Áreas Protegidas eran concebidas como “Islas de Conservación” generando críticas de las comunidades regionales y del entorno social. Esta noción se fue transformando, gracias al cambio en la concepción y a la incorporación de una visión turística sustentable dentro de éstas, y a través de la cooperación, participación e interacción entre diferentes Ministerios Nacionales y Provinciales, ONG y otras instituciones.

En relación a lo expresado en el párrafo precedente, y con respecto a la modificación permanente de los ecosistemas por parte del hombre, se pretende implementar “Corredores Ecológicos de Conservación” para articular diferentes ecosistemas o Áreas Protegidas, a fin de favorecer y preservar el desarrollo de la fauna y la flora autóctona que, en determinados casos, necesitan de grandes superficies para alcanzar su supervivencia. Los Corredores Ecológicos de Conservación son extensas fajas de territorio donde, a través de un manejo integrado y un uso sustentable de los recursos, se busca garantizar la conexión biológica de las distintas Áreas Protegidas que engloba.

Como consecuencia de esta apertura se generaron condiciones favorables para el impulso de inversiones privadas y públicas, desarrollando aún más los servicios y la promulgación turística de las Áreas Protegidas.

Asimismo, permitió a la Administración de Parques Nacionales intercambiar conocimientos técnicos, científicos y profesionales con la comunidad y otros organismos públicos y privados, generando una retroalimentación positiva.



P. N. El Impenetrable, Chaco.

6.6. ECORREGIONES ARGENTINAS

La misión fundamental del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) es conservar muestras representativas del gran mosaico ambiental que posee Argentina.

Una ecorregión es un área geográfica que se caracteriza por tener condiciones semejantes en lo referente al clima, a los suelos, a sus aguas, a la flora y a la fauna, y donde todos los factores son interdependientes.

Para la Argentina se definen quince grandes ecorregiones terrestres continentales, dos marinas y la correspondiente al sector antártico argentino. Cinco de las ecorregiones son endémicas o semiexclusivas de la Argentina y del Cono Sur.



Ushuaia, Tierra del Fuego.

Las mismas se describen a continuación:

• Altos Andes

Esta ecorregión se extiende desde la frontera con Bolivia hasta el norte de Neuquén, comprende unas 14,3 millones de ha aproximadamente, presentando cumbres cordilleranas que soportan un clima extremadamente árido, frío y de feroces vientos. Las especies más características de su flora son las estepas de Iros y Coirones (pastos de hojas duras y punzante) que se encuentran en los faldeos de pendiente suave. La vegetación se va empobreciendo montaña arriba, hasta desaparecer en las rocas. El chinchillón, el zorro colorado y el cóndor son algunos representantes de la fauna que habitan esta región.

• Puna

Con respecto a la ecorregión Puneña, ésta posee 3.800 m de altitud promedio y es la segunda altiplanicie de la Tierra detrás del Tíbet. Desde Jujuy hasta el norte de San Juan se extienden sus 8,6 millones de ha salpicadas de salinas y lagunas de escasa profundidad. Una gran cantidad de aves acuáticas se congregan en estos espejos, entre las que se destacan tres especies de flamenco. La vegetación típica de la región está compuesta por una estepa de arbustos bajos dominada por tolas y tolillas, en la que se pueden ver vicuñas y suris. En las laderas y quebradas, zonas con mayor humedad, se encuentra la queñoa, el único árbol puneño.

• Monte de sierras y bolsones

Esta zona comprende unas 11,7 millones de ha

aproximadamente, que se extienden paralelamente a la Cordillera de los Andes, desde Jujuy hasta el norte de Mendoza. Es una estepa arbustiva tendida sobre valles intermontanos, bolsones y laderas serranas. Pese a que recibe escasas precipitaciones (hasta 200 mm anuales), en aquellas franjas con agua subterránea prosperan algunas especies arbóreas, como el algarrobo. Esta región exclusiva de Argentina alberga guanacos, tortugas terrestres, pumas, vizcachas, el pichiciego menor, la boa de las vizcacheras y el águila coronada.

• Selva de las yungas

Es el apéndice austral de la selva que baja desde Venezuela a través de las laderas orientales de los Andes. La Puna y los bosques chaqueños están separados por sus 4,6 millones de ha emplazadas sobre diversos encadenamientos serranos. En esta selva hay entre 900 y 2.500 mm anuales de lluvia. El intrincado ecosistema cumple un papel irremplazable en la regulación hídrica de nuestro noroeste. El loro alisero y la ardilla roja son algunas especies faunísticas exclusivas que se encuentran en esta región.

• Chaco seco

Esta ecorregión abarca 49,2 millones de ha cubiertas por bosques xerófilos, apenas interrumpida por pastizales, cardonales y alguna salina. Ésta ocupa la mayor parte de la llanura chaqueña y los faldeos serranos que la bordean por el sur y el oeste. El quebracho colorado santiagueño es el árbol emblemático, imponente y con una madera de gran fortaleza. Entre las especies faunísticas, se encuentra el yaguararé y dos fósiles vivientes: el tatú carreta y el chancho quimilero.

• Chaco húmedo

Sobre los ríos Paraná y Paraguay se extienden sus 11,8 millones de ha ricas por la cercanía

de las florestas misioneras y de un generoso régimen pluvial de hasta 1.200 mm anuales. Conviven bosques cerrados, sabanas salpicadas de palmeras, cañadas, esteros y lagunas. Entre la fauna, se pueden encontrar boas, yacarés, monos, corzuelas, carpinchos, pecaríes y una infinidad de aves acuáticas.

• Bosques patagónicos

Se trata de una delgada franja boscosa que se extiende desde el norte de Neuquén a Tierra del Fuego. Se los denomina también como Bosques Subantárticos y albergan una abundante cantidad de especies exclusivas, tales como el ciervo más pequeño del mundo.

• Campos y malezales

Son pastizales y pajonales que comprenden 2,7 millones de ha, que están ubicados en el sur de Misiones y al este de Corrientes, vinculando la Selva Paranaense con los bosques del Espinal. La uniformidad del paisaje se ve interrumpida por algunas isletas de monte, conocidas como “mogotes”, y la selva en galería que acompaña los cursos fluviales. Su clima subtropical húmedo favorece la presencia de una rica variedad de plantas herbáceas, como la flechilla, el espartillo amargo, la paja colorada y el pasto jesuita.

• Delta e islas del Paraná

Abarca el Delta y las islas ubicadas en los ríos Paraná y Paraguay. Comprende 4,8 millones de ha de humedales conformando un fabuloso corredor biológico. Muchas especies del Chaco y la Selva Paranaense se abrieron paso hasta las templadas latitudes de esta ecorregión favorecida por aguas que brindan humedad, atemperan los picos termométricos y sirven de transporte.

• Espinal

Esta formación de bosques armados de es-

pinas típicos de ambientes secos, alternada con sabanas, estepas de gramíneas y palmares representa la herradura arbórea que ciñe al pastizal pampeano. En sus 29,7 millones de ha, que corren desde la Mesopotamia hasta el centro de La Pampa y el sur bonaerense, pasando por llanuras levemente onduladas y serranías, donde predominan los algarrobos.

• Pampa

La ecorregión Pampeana comprende 39,1 millones de ha que componen una de las llanuras más fértiles del planeta, producto de sedimentos andinos. Sólo las sierras de la Ventana y Tandil interrumpen el llano paisaje. Goza de temperaturas benignas y lluvias distribuidas a lo largo del año. Es recorrida por algunas lagunas y ríos lentos.

• Monte de llanuras y mesetas

Se trata de la franja más árida del país. Esta ecorregión comprende desde Mendoza hasta la costa del extremo sur de Buenos Aires, Río Negro y Chubut. Prevalcen los llanos y mesetas escalonadas. Sus 35,3 millones de ha de jarillales hospedan maras, cuises, pumas, guanacos, zorros grises y choiques.

• Estepa patagónica

La Estepa Patagónica comprende unas 53,4 millones de ha, que recorren desde los Andes hasta los pastizales del norte de Tierra del Fuego. Los suelos pobres, las escasas precipitaciones, las bajas temperaturas, las heladas durante casi todo el año y los vientos que superan los 100 km por hora, no impiden que arbustos achaparrados y pastos ralos cubran la mayor parte de esta región. Si bien la Estepa Patagónica se destaca por la abundancia de formas de vida exclusivas, comparte especies y géneros con la Puna y los Altos Andes.

6.

• Selva Paranaense

La Selva Paranaense cuenta con más de 2.000 especies botánicas superiores y un millar de animales vertebrados que hacen de esta región la de mayor biodiversidad y complejidad ecológica en Argentina. Esto se debe a la constante humedad y temperaturas elevadas que allí imperan. Hoy en día perduran tan sólo 5,8 millones de ha, de las cuales Misiones alberga el núcleo mejor conservado. Entre la fauna se destacan el yaguararé, la harpía, el zorro pitoco y la corzuela enana.

• Esteros del Iberá

Lagunas, esteros y bañados mezclan sus aguas en estas 3,7 millones de ha de poca profundidad. Se trata de uno de los reservorios de agua dulce más grandes del mundo. Una porción de los 1.500 mm de lluvia anuales que recibe regresa a la atmósfera o fluye hacia el Paraná medio a través del río Corrientes, único desagüe del sistema. Con una flora abigarrada, la fauna no se queda atrás, incluyendo especies en peligro de extinción como el ciervo de los pantanos.

• Mar Argentino

Incluye tanto las aguas que cubren nuestra plataforma continental como la franja litoraleña o costera. Varias aves y mamíferos marinos establecen sus colonias de cría sobre la costa patagónica, como el pingüino de Magallanes y el lobo de un pelo, y a su vera se pueden encontrar bosques de cachiyuyo. Además, en estas zonas la ballena franca austral se topa con áreas reparadas para reproducirse. La alta concentración de fitoplancton y zooplancton que abunda mar adentro congrega alrededor de 300 especies ícticas.

• Islas del Atlántico Sur

Comprende los archipiélagos de Malvinas, Georgias del Sur y Sandwich del Sur. Estepas achapa-



P. N: Los Glaciares, El Calafate, Santa Cruz.

turismo 2025

rradas, pastizales y, en áreas saturadas de agua, son las turberas las que dominan los terrenos rocosos que la caracterizan. De clima oceánico, húmedo y frío, su fauna comparte numerosas especies con los Bosques Patagónicos. Se destaca la cría de aves y mamíferos marinos que se produce en las islas subantárticas. Un ejemplo de esto es lo que ocurre en las Georgias del Sur, que albergan multitudinarias colonias de elefantes marinos, osos marinos antárticos, pingüinos de frente dorada y pingüinos rey, en época reproductiva.

• Antártica

Abarca las islas Shetland y Orcadas, y gran parte de la península Antártica. Musgos, algas, líquenes y dos especies de plantas vasculares es todo lo que el clima de esta región permite albergar en cuanto a flora. La fauna terrestre se limita a un puñado de invertebrados. Sin embargo, la fauna marina es sumamente rica. En esta región habita el animal más grande de todos los tiempos, la ballena azul. Asimismo, la región Antártica es el hogar de orcas, elefantes marinos, focas y pingüinos emperador.

En todas las ecorregiones antes mencionadas podemos encontrar un Parque Nacional o Reserva Natural que constituyen la conservación de una diversidad paisajística y biológica, contribuyendo a posicionar a la Argentina como uno de los países con mayor multiplicidad de atractivos naturales y culturales, convirtiéndolo en un destino turístico único y demandado a nivel nacional e internacional.

Estas regiones cuentan con un alto potencial turístico, y gracias al desarrollo y fomento como destinos emergentes a través del PFETS, proponen un aumento en la redistribución de riquezas a través del turismo interno y un incremento de divisas que contribuyen a la balanza de pagos a través del turismo receptivo.

6.7. PRINCIPALES ACCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES

La APN se orienta a promover la apertura de las AP, a través del desarrollo del uso público de las mismas, utilizando al turismo como una herramienta de difusión e interpretación, siendo que no se puede proteger algo que no se conoce, proponiendo el desarrollo turístico de modo sustentable, responsable, lógico y controlado, siempre siguiendo con los lineamientos de conservación que son prioridad para esta Administración.

En este sentido, se logró incrementar la cantidad de superficie protegida, con la incorporación desde el año 2003 a esta parte, de siete nuevos Parques Nacionales, tales como: El Impenetrable (Provincia del Chaco), Isla Santa Fe (Provincia homónima), Campos del Tuyú (Provincia de Buenos Aires), Bosques Petrificados de Jaramillo, Pizarro, Patagonia (Provincia de Santa Cruz) y Monte León (Provincia de Santa Cruz). Por su parte, la Reserva El Nogalar de los Toldos agregó, en 2006, una nueva muestra yungueña, incrementando la superficie bajo protección.

Además se crearon nuevas modalidades de protección. De esta manera se lograron añadir al Sistema de Áreas Protegidas dos nuevas categorías de gobernabilidad, creando por primera vez en la historia de la APN tres Parques Interjurisdiccionales marítimos/costeros (Patagonia Austral, Makenke, Isla Pingüino) y siete Reservas Naturales de la Defensa (Punta Buenos Aires, Puerto Península, Campo Mar Chiquita, Dragones de Malvinas, La Calera, Campo Garabato, Isla El Tala, Baterías- Charles Darwin).

En el contexto del proyecto de colaboración y apertura de la APN hacia la comunidad, se propi-

ció la participación e intercambio de conocimiento con el Área Marina Protegida (AMP) Namuncurá – Banco Burdwood.

La APN participó y colaboró en el Proyecto Pampa Azul, éste consiste en una iniciativa estratégica de investigaciones científicas en el Mar Argentino que incluye actividades de exploración y conservación, de innovación tecnológica para los sectores productivos vinculados al mar, y de divulgación científica dirigida al público en general. El mismo se desarrolla en forma conjunta con: el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, el CONICET, Ministerio de Defensa y Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable.

El fomento de los Corredores Ecológicos de Conservación facilitó también la tarea de preservación y aprovechamiento. En su mayoría las Áreas Protegidas carecen de tamaño suficiente para salvaguardar la biodiversidad de manera perdurable y de un adecuado ordenamiento territorial, como consecuencia de esto, suelen quedar aisladas por la expansión agropecuaria y urbana, lo cual interrumpe el indispensable intercambio genético de las poblaciones silvestres. Por este motivo, la Administración de Parques Nacionales viene propiciando esta herramienta de conservación desde hace casi dos décadas. Actualmente trabaja conjuntamente con naciones fronterizas, provincias, comunidades locales, productores, y ONG ambientalistas en la implementación de numerosas iniciativas de este tipo, como por ejemplo el Corredor Verde Misionero, el del Alto Bermejo, el Andino Norpatagónico y los del Gran Chaco Argentino.

En conjunto con el Mintur se ha tenido una gran participación en el Proyecto Huella Andina. Éste es el primer sendero de largo recorrido de Argentina el cual consiste en un itinerario troncal, en general de baja/media dificultad que permite unir mediante senderos señalizados un total de aproximadamente 577 Km.

También fue producto de estos acuerdos y accio-

nes mancomunadas que en estos años se realizaron diferentes inversiones para la promoción y difusión del Sistema de Áreas Protegidas, lo cual generó un impulso turístico para las mismas, logrando la integración y participación de la APN en distintas Ferias Nacionales e Internacionales de Turismo como la FIT en Argentina, la FITUR en España y la ABAV en Brasil.

Cabe resaltar que el Estado Nacional fue acompañando estas decisiones a través de diferentes acciones, entre las cuales podemos mencionar la creación de centros de informes, el mejoramiento de los accesos a las Áreas Protegidas, la construcción de estructuras administrativas/Intendencias en los pueblos cabecera de los Parques Nacionales (por ejem-



P. N. Sierra de las Quijadas, San Luis.

6.

REGLAMENTOS PARA EL ORDENAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
Reglamento para la realización de actividades filmicas y fotografía publicitaria en jurisdicción de la Administración de Parques Nacionales.
Reglamento para la realización de eventos especiales en jurisdicción de la Administración de Parques Nacionales.
Reglamento de fotógrafos y video operadores profesionales en Áreas Protegidas Nacionales.
Clasificación de senderos (en proceso de aprobación).
Manual de seguridad para personas en jurisdicción de la APN (en proceso de aprobación).
Reglamento de Guías de las Áreas Protegidas Nacionales (incorporando el perfil de guías ornitológicos, entre otros).
Reglamento para el otorgamiento de permisos de servicios turísticos (actualización).
Reglamento para la venta de artesanías (actualización y recopilación de experiencias entre 2005 y 2010).
Reglamento Interno de la Feria Artesanal Guaraní.
Manual de procedimiento para la gestión y autorización de instalaciones destinadas a las comunicaciones con finalidad comercial.
Reglamento único de caza de ciervo colorado y jabalí europeo en los Parques Nacionales Nahuel Huapi y Lanín.
Instructivo para el cumplimiento de las obligaciones mínimas sobre responsabilidades civiles y seguros.
Reglamento para la instalación y uso de muelles y embarcaderos deportivos en los espejos de agua en jurisdicción de la Administración de Parques Nacionales.
Aprobación del Tarifario Institucional de las actividades realizadas en la AP.

Reglamento para el ordenamiento de la actividad turística - Fuente: APN

plo en la localidad de Barreal en Calingasta, que es cabecera del Parque Nacional El Leoncito).

Asimismo, y atendiendo la importancia que para la política nacional tiene el tema de la calidad, la APN viene participando activamente en la elaboración de normas IRAM-SECTUR destinadas a diferentes servicios turísticos y Áreas Naturales Protegidas, a través de la participación técnica de numerosos profesionales, tanto gubernamentales como de entidades

relacionadas del orden público y privado, incluyendo concesionarios y permisionarios.

Consecuencia de este trabajo conjunto del Min-tur con la APN son las acciones para la aplicación del proyecto de la Norma IRAM- ISO N°18065 de Servicios Turísticos en Áreas Naturales Protegidas, para ser desarrollada en los Parques Nacionales Iguazú, Los Glaciares y Talampaya que forman parte del Patrimonio de la Humanidad reconocidos por la

MEDIDAS DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL
Plan de visitas de Iguazú.
Plan de uso público del PN Sierras de las Quijadas.
Plan de uso público del PN Quebrada del Condorito.
Plan de uso público del PN San Guillermo.
Licitación de numerosos servicios turísticos dentro de las AP.
Relevamientos, ordenamientos y desarrollo de destinos turísticos emergentes vinculados a las AP.

Medidas de fortalecimiento Institucional - Fuente: APN

UNESCO. También que se lograra, en el año 2011, que *The New 7 Wonders Foundation* reconociera a las Cataratas del Iguazú como una de las Siete Maravillas Naturales del Mundo, después de un proceso de votación del que participaron más de mil millones de personas de todo el mundo.

La APN también ha contribuido, con presencia activa, en el Parlatino (Parlamento Latinoamericano) por intermedio de la Dirección de Aprovechamiento de Recursos de dicha Administración de Parques Nacionales, en la propuesta de reforma del Proyecto de Ley Marco de Ecoturismo en Parques Nacionales, y en el Proyecto de Ley Marco de Categorización de Áreas Protegidas.

Todo lo antes expresado permite afirmar que, como consecuencia de la aplicación de diferentes estrategias de promulgación y promoción turística de las Áreas Protegidas Nacionales, se logró integrar a la comunidad en general y particularmente a las poblaciones cercanas a las mismas, generando un sentido de pertenencia que en definitiva se plasma en la concientización de la población por la conservación de los diferentes ecosistemas que posee la República Argentina y la incorporación de nuevos territorios al Sistema de Áreas Protegidas.



- 7.1./ Modelo de gestión integral para la calidad turística.
- 7.2./ Gestión operativa.
- 7.3./ Transferencia de capacidades.
- 7.4./ Balance de la gestión de la calidad en Argentina.



7. CALIDAD PARA LA COMPETITIVIDAD

turismo 2025

7.

7.1. MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL PARA LA CALIDAD TURÍSTICA

Durante los 10 años que el PFETS lleva siendo ejecutado, la Argentina ha sostenido un modelo de desarrollo turístico comprometido con valores que le dan sentido y significado, con eje en la sustentabilidad, equidad, inclusión social y federalismo. Apuesta al crecimiento de las economías locales y a la revalorización de las identidades regionales, promoviendo la calidad de vida de la población. De esta forma la gestión ha logrado posicionar a la actividad como parte fundamental en el desarrollo económico del país.

Sustenta esta visión la Ley N° 25997 que, como se ha mencionado en un capítulo precedente, declara de interés nacional al turismo y lo define como prioritario dentro de las políticas de Estado. En consecuencia y bajo sus preceptos se garantiza la continuidad de las políticas públicas, legitimando la participación sectorial en la elaboración de consensos e institucionalizando la gestión en base a seis principios: Facilitación, Calidad, Desarrollo Social, Económico y Cultural, Desarrollo Sustentable, Competitividad y Accesibilidad.



Club de Excelencia, SACT.



En particular, la gestión de la calidad, en el marco de la Ley y del PFETS, se apoya sobre los principios de **Facilitación** y **Calidad**.

El principio de **Facilitación** propicia la coordinación interinstitucional entre organismos y es una poderosa herramienta que ha potenciado el resultado de las decisiones tomadas en materia de política turística en los últimos tiempos.

En este sentido, la transversalidad de la actividad facilitó la confluencia de intereses con áreas de gobierno no vinculadas directamente al turismo; pero que entendieron su importancia en la generación de ingresos y empleo en el país. Por ejemplo: Ministerio de Educación de la Nación, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Ministerio de Desarrollo Social, Ministerio de Ciencia y Tecnología y, con el Consejo Nacional de Investigación de Ciencia y Tecnología (CONICET).

De ahí que la articulación interministerial y la involucración del sector académico, público y privado, constituyó para la experiencia Argentina, una estrategia que permitió crear un modelo de gestión inclusivo que integra la Educación, Tecnología, Calidad, Capacitación y el Empleo. El instrumento implementado para lograrlo, fueron acuerdos entre partes denominados *convenios de cooperación* marco y específicos, celebrados con distintos Ministerios y organismos competentes en cada materia.

Bajo el principio de **Calidad**, este modelo de gestión, tiene como premisa rectora la optimización de los destinos y de la actividad turística, al igual que muchas estrategias adoptadas por distintos países del mundo. No obstante, en el caso de Argentina, se plantea una visión superadora en la medida que propone lograrlo buscando la convergencia entre **seis ejes estratégicos**:

- **Eje Educación:** el artículo 7 de la Ley Nacional de Turismo propicia la investigación, formación y capacitación técnica y profesio-

sional, así como también la promoción de la conciencia turística en la población. En base a ello se delineó una estrategia federal que apoya la creación de proyectos y acciones que favorezcan la mejora continua de la educación en turismo, a través del Sistema Educativo Argentino.

- **Eje Sistema de Calidad:** conforme el alcance de la competencia del Ministerio de Turismo y al principio de Calidad enunciado en la Ley 25997, y con el objetivo de consolidar a la Argentina como un referente por la calidad y excelencia en los servicios turísticos, se propició la creación del Sistema de Calidad Turística Argentino (SACT). El mismo cuenta con programas que apoyan a los prestadores turísticos a llevar adelante la implementación de las diferentes partes que lo componen. Son ejemplo de ello: el Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), Buenas Prácticas de Calidad, Directrices de Calidad, Programas de Excelencia, implementación de Normas Sectoriales, Clubes de Excelencia y el Premio Nacional a la Calidad. También es parte el programa de normalización IRAM-SECTUR.

- **Eje Capacitación:** es premisa de este eje el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos a través del fortalecimiento de la gestión, mediante el acompañamiento institucional, diseño y ejecución de acciones de capacitación para la formación de recursos humanos en todo el territorio nacional, desde una mirada inclusiva y federal.

- **Eje Empleo:** las iniciativas en torno a este eje se sustentan en la generación de un espacio de articulación institucional que establece consensos y estrategias que facilitan

la instrumentación de políticas activas para el mejoramiento de la calidad del empleo, la profesionalización y la certificación de las competencias de los trabajadores del sector.

- **Eje Tecnología:** los distintos proyectos se encuentran respaldados por el desarrollo de herramientas tecnológicas que tienen una doble función: por un lado servir como medios para la implementación de actividades de sensibilización, concientización y capacitación, cumplir un rol de comunicación y distribución de la información; y por el otro facilitar la gestión. Por ejemplo: El campus Mintur, portal Educativ, redes sociales, repositorios digitales o el Sistema de Gestión de Registro y Agencias (SARA).

- **Eje Protección al Turista:** es un valor fundamental que atraviesa la gestión de la calidad y que se materializa a través de proyectos orientados a velar por el cumplimiento de la normativa vigente, por medio de un trabajo integrado entre las diversas áreas de gobierno y la coordinación normativa con los organismos involucrados en las temáticas específicas. Este eje estratégico fortalece a la calidad como enunciado de la competitividad, en el marco de un modelo de gestión que procura asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad bregando por la mejora continua, para brindar una educación de calidad para el turismo que fomente las ventajas competitivas, optimice la calidad de los destinos, promueva el empleo genuino y vele por la protección del turista.

7.2. GESTIÓN OPERATIVA

La gestión de la calidad en todo el territorio nacional es abordada por el Mintur desde **cuatro áreas de trabajo:**

- **Análisis Estratégico:** en coherencia y coordinación con la política ministerial, focaliza su gestión en la formulación de estrategias que potencian la competitividad del sector turístico a través de la innovación, eficiencia, calidad y disponibilidad de personal calificado; y brega por la sustentabilidad de la actividad turística, contemplando la importancia que en ello conlleva la educación, la formación y la profesionalización de los recursos humanos para incrementar la satisfacción de los turistas. En busca de lograr mayor institucionalidad, transversalidad, alineamiento y liderazgo compartido en todo el sector turístico, la gestión de la calidad proyecta las tendencias sobre las siguientes áreas de relevancia:
 - Competitividad.
 - Educa-empleabilidad.
 - Investigación & Desarrollo.
 - Redes de gestión.
 - Sustentabilidad.
- **Calidad para la competitividad:** su objetivo es el promover la cultura de la calidad y la mejora continua en la actividad turística en organismos públicos y privados. Bajo este área se operativiza el SACT, que se ha consolidado como un conjunto de estándares de gestión de la calidad de al-

cance nacional, promoviendo el trabajo en conjunto con las provincias e incorporando la temática en el sector turístico.

La implementación del SACT en toda la cadena de valor del turismo fortalece el tejido empresarial nacional. Desde su puesta en marcha se brindó asistencia a más de 2000 organizaciones del sector público y privado. Asimismo, existen proyectos en marcha desde 2005 desarrollados específicamente para incrementar la capacidad institucional de los organismos locales de turismo, provinciales y municipales como por ejemplo: Extensión del modelo del Premio Nacional a la Calidad, Directrices de Gestión Turística de Municipios y por último las Directrices de Gestión Ambiental. Otras herramientas como SIGO, y Buenas Prácticas en Destinos resultan claves para la profesionalización del sector turístico y a la vez apunta a aumentar la satisfacción de turistas y visitantes.

En materia de eliminación de barreras físicas para la equiparación de oportunidades para el disfrute turístico, las Directrices de Accesibilidad se enfocan en alojamientos y demás servicios, por ejemplo: actividades de turismo en áreas protegidas. Esta herramienta es uno de los logros de la colaboración interministerial dado que tanto su redacción en 2007 como la puesta en marcha son mancomunadas con el Servicio Nacional de Rehabilitación del Ministerio de Salud.

Las Directrices para Ferias de Artesanías también constituyen otra iniciativa de co-

laboración, con el actual Ministerio de Cultura. Asimismo, en materia de formación, motivación y productividad de los recursos humanos, existe una red de técnicos federales formados en las herramientas de calidad. En cuanto a la creación de normas sectoriales, actualmente se dispone de 24 de ellas, denominadas IRAM-SECTUR que a la fecha promedian las 100 organizaciones certificadas.

A nivel internacional, se avanzó en la cooperación con la International Organization for Standardization en la creación de normas ISO sectoriales, como lo son la Norma ISO 14.785 (Oficinas de Información Turística) y la 18.065 (Áreas Naturales Protegidas).

En este mismo sentido, se han generado acciones orientadas a exportar conocimiento en materia de calidad turística. Tal es el caso de la implementación del SIGO en Uruguay, Ecuador y Paraguay; acciones de capacitación en Santa Lucía, Guyana y Dominica y así como también otros temas de cooperación con Venezuela, Surinam y Belice.

- **Educación, Formación y Empleo para la Sostenibilidad:** la capacitación ha sido identificada desde inicios del PFETS en 2005, como una herramienta clave, sustancial y estratégica, necesaria para implementar en el sector tanto público como privado de la actividad turística. Por lo tanto, se trabaja para el desarrollo y la optimización de los recursos humanos en turismo, a través de una gestión transversal, articulada y federal que implementa el *Plan Federal de Capacitación para la Mejora Continua*, *Comunidades Virtuales de Aprendizaje*, *Red Nacional de Educación (Educatur)*, *Turismo Patrimonio y Escuela*, *Análisis de la oferta y demanda de recursos humanos en turismo*, *Fortalecimiento de habilidades la-*

borales para el Turismo y la Junta Académica del Tesoro Turístico.

A través del *Plan Federal de Capacitación para la Mejora Continua* se impulsa la formación para el trabajo mediante cursos orientados a fortalecer las competencias profesionales y generar disponibilidad de recursos humanos calificados para el sector. Se hace foco en la gestión de la calidad aplicada a productos y destinos turísticos con el objetivo de lograr la competitividad de todos los actores intervinientes y optimizar la experiencia del turista en destino.

Bajo la órbita del proyecto *Comunidades Virtuales de Aprendizaje* se encuentra el *Campus Mintur* el cual se define como un ambiente educativo virtual que permite generar comunidades de aprendizaje. El mismo ha hecho posible que el Ministerio de Turismo de la Nación cuente hoy con una plataforma tecnológica destinada a la capacitación y a la generación de comunidades de práctica. El espacio virtual facilita la integración, el acercamiento, la vinculación, cooperación, colaboración, socialización y el intercambio del conocimiento.

Se constituye como estrategia que pone en juego las ventajas de las herramientas virtuales gratuitas y colaborativas posibilitando la generación de conocimiento por un usuario de Internet que ya no sólo consume información elaborada por otros, sino que participa activamente en la producción de información y contenidos.

El Ciclo de Formación virtual se estructura por un lado en ediciones anuales y por el otro en modalidades autogestionadas, presentando ambas un formato similar. El modelo de curso autogestionado comenzó a ofrecerse en el Campus Mintur en agosto de 2013 a través del curso *Turismo y Ciudadada-*

nía: acciones para un turismo responsable, sustentable y de calidad.

Dentro de este mismo proyecto se ha desarrollado el sistema de repositorios digital turístico, denominado *Repotur*, que permite reunir en un espacio común investigaciones y documentos elaborados por instituciones educativas abiertas a la comunidad turística. Este repositorio ya cuenta con más de 1300 documentos y pueden encontrarse en www.repotur.gov.ar.

La *Red Nacional de Educación*, aprobada por Resolución MT N° 108/2012, abarca las instituciones de educación superior en Turismo, las organizaciones públicas de turismo, las asociaciones y cámaras empresariales de la actividad turística y aquellos organismos e instituciones que trabajan para la mejora y el desarrollo de la educación para el turismo. Es un espacio de intercambio, gestión y producción de conocimiento en donde educación y turismo se unen para ejecutar acciones en pos de la mejora de los recursos humanos en turismo.



Entrega de placa en Temaiken Buenos Aires.

7.

Turismo 2025

El proyecto *Turismo Patrimonio y Escuela* está destinado a los estudiantes de nivel primario. Toma como hilo conductor el turismo y los sitios de patrimonio mundial en la Argentina con el propósito de permitir a las nuevas generaciones formarse en la valoración y conservación del patrimonio y el desarrollo de un turismo responsable. Desde el inicio se trabajó en forma conjunta

con el equipo de la Comisión Nacional Argentina de Cooperación con la UNESCO. Dentro del mismo proyecto, y con la convicción de ampliar el alcance de las acciones promovidas, se celebró un convenio con Canal Encuentro. A partir de ello se llevó a cabo una coproducción de un Primer Ciclo de 8 capítulos denominado *Tu Mundo Argentina* que muestra las bellezas de Argen-

tina desde los sitios declarados patrimonio mundial.

Análisis de la oferta y demanda de recursos humanos en turismo es un proyecto que tiene como objetivos elaborar diagnósticos para generar estrategias que contribuyan a mejorar la empleabilidad de los recursos humanos en las ramas características del turismo.

Fortalecimiento de habilidades laborales

para el Turismo, por su parte es una iniciativa que tiene como objetivo sensibilizar sobre la importancia de identificar, desarrollar y fortalecer las habilidades laborales. Se trabaja articuladamente con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, en la detección de necesidades de fortalecimiento de las competencias laborales del trabajador calificado del sector turístico.

A través del proyecto *Junta Académica del Tesoro Turístico* se desarrolló el *Tesoro Turístico*, en forma colaborativa con expertos del Turismo y del sector educativo, que da cuenta de la terminología específica de la actividad unificando criterios y aportando las bases conceptuales para la formulación de metodologías y herramientas de gestión que favorezcan el desarrollo del sector.

- **Protección al turista:** su objetivo es el de optimizar los procesos administrativos solicitados por los agentes de viajes, inspeccionar la totalidad de las agencias del país para asegurar su correcto funcionamiento, actuar sobre los no licenciatarios, y sancionar aquellos infractores a la legislación vigente.

Para cumplir con este cometido se aborda la problemática desde tres enfoques concurrentes: *Registro*, *Fiscalización* y *Sumarios*. El *Registro* contempla el seguimiento de todos los requisitos necesarios para que las empresas puedan operar dentro del marco regulatorio. La *Fiscalización* implica las inspecciones de rutina de turismo estudiantil, en destinos de cruceros, sistema de tiempo compartido; y la realización de capacitaciones a inspectores de los entes de turismo provinciales, entre otras. Los *Sumarios* son procedimientos a través de los cuales se generan instrucciones sumariales de expedientes, de procedimiento a los no licencia-

tarios; aplicación del método de solución de controversias; y asesoramiento técnico por parte de los instructores a turistas usuarios y agentes de viaje.

Bajo este enfoque se aplica el *método alternativo de resolución de controversias*, el cual es un sistema gratuito para la resolución de discrepancias entre los turistas y las agencias de viaje, sobre posibles incumplimientos en la prestación del servicio contratado.

Se suma a esto, el control de usos del *subdominio Tur.Ar* generado por medio del convenio de Cooperación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, creado con la finalidad de garantizar qué agencias de viajes que ofrecen servicios por internet se encuentren inscriptas.

Por último, el *Sistema Ce&R* (consultas y reclamos) es una herramienta que centraliza en <http://cyr.turismo.gov.ar> las consultas provenientes de turistas, agentes de viajes, instituciones o de entes públicos y privados. Manteniendo la premisa de brindar calidad a los procesos administrativos, el Mintur cuenta con un sistema basado en una plataforma web que permite a las Agencias de Viaje inscriptas gestionar sus trámites administrativos de manera virtual. De esta manera se pretende modernizar el sistema, permitiendo así también mejorar y simplificar el proceso.

Como herramienta más destacada, se cuenta con el Sistema de Gestión de Calidad en los procesos de Habilitación, Cambios y Cancelaciones del Registro de Agencias de Viajes, Turismo Estudiantil, .Tur.Ar y Franquicias; que resumen la totalidad de los procesos llevados a cabo en esta área bajo la certificación de la norma de calidad ISO 9001-2008 para los procesos de la Dirección de Registro de Agencias de Viaje.



Palermo, Ciudad de Buenos Aires.

7.3. TRANSFERENCIA DE CAPACIDADES

A través de una estrategia basada en la coordinación de políticas públicas y por medio de la celebración de acuerdos marco y específicos, se ha logrado fortalecer las capacidades para alcanzar objetivos colectivos movilizando recursos y poder de actores vinculados al turismo, de manera directa e indirecta.

En esta compleja dinámica participan diferentes órganos y niveles del gobierno que exigen una definición de políticas que generen alternativas de desarrollo mutuo, que den sentido y significado al marco colaborativo y que a su vez sostengan el equilibrio entre estos intereses.

La dimensión del esfuerzo para gestionar e implementar esta estrategia de articulación se incrementa a fin de respetar el Sistema de Gobierno Argentino: representativo, republicano y federal, lo que significa que ningún decisor tenga la facultad suprema de formular e implementar políticas públicas en soledad, sea cual fuere el ámbito de competencia (Turismo, Salud, Educación, Trabajo, Cultura, entre otros).

En este sentido, las redes permiten conectarse para encontrar soluciones a problemas comunes, compartir metas, definir estrategias, aportar experiencias, aprender y enseñar, debatir ideas, buscar soluciones, recibir asistencia, cooperar para el desarrollo, colaborar en la promoción, consultar procedimientos, asociarse, hacerse amigos, todo es posible conectados. Hay mucho camino por delante, pero los cimientos ya están situados.

Así surge la propuesta de conformar redes de trabajo apoyadas en soportes tecnológicos que abran espacios de intercambio y producción de in-

formación en forma colaborativa. Podemos distinguir dos niveles: *Sistema de gestión de redes hacia afuera* y *Sistema de gestión de redes hacia dentro*.

Los *sistemas de gestión de redes hacia afuera* se operativizan a través de la Red Federal de Coordinadores de Capacitación y Calidad que trabaja en conjunto con los equipos directivos y técnicos del Mintur, consensuando los requerimientos para el dictado de acciones de capacitación, educación e implementación de programas de calidad.

Esta Red fue pionera en la creación de lazos permanentes entre los componentes del sistema turístico, y permitió colaborar en la mejora de los servicios turísticos y la formación y disponibilidad de los recursos humanos calificados.

Los miembros de la red se reúnen en forma presencial una o dos veces al año, y se mantienen comunicados gracias a la tecnología. Las herramientas que usan se fueron extendiendo dado que las TIC permitieron el desarrollo del campus virtual, posibilitando así la creación de un espacio de organización federal para la planificación de las actividades conjuntas. De esta manera alcanzó el rango de equipo de consulta permanente e inmediata. Un problema de cualquiera de sus miembros puede ser consultado y debatido en cuestión de minutos.

Otras de las redes ya mencionada es la Red Nacional de Educación Mintur a través de la cual se posibilitó la redacción de los *Lineamientos de Mejora de la Formación de los Recursos Humanos en Turismo –LMFT–* y la Guía de Buenas Prácticas para la Enseñanza del Turismo en el Nivel Superior Universitario.

El portal Educatur es el ingreso a las propuestas de formación y trabajo colaborativo que facilita

el Ministerio de Turismo a los actores del sector: estudiantes, docentes, agentes del sector público, funcionarios, prestadores de servicios, autores de blogs, y la comunidad en general.

A nivel internacional se buscan dinamizar los vínculos en temas relacionados a la transferencia tecnológica de programas de formación, educación y calidad entre países.

Los *Sistemas de gestión de redes hacia dentro* se operativizan a través del Sistema de Información y Estadística Turística (SIET) que reúne información de fuentes primarias y secundarias (otros organis-

mos del estado en sus distintos niveles, cámaras empresarias, APN) que procesa y analiza para sus destinatarios: Organismos de turismo en todos sus niveles; Organizaciones internacionales, Cámaras y Organizaciones empresariales, consultoras, organizaciones no gubernamentales, sector académico.

Pero que al mismo tiempo constituye una herramienta colaborativa que facilita la gestión interna de los Programas operativos anuales y el trabajo cotidiano en materia de implementación, seguimiento y medición de metas de los proyectos que hacen a la gestión de la calidad en Turismo.



Parque Provincial Ischigualasto,
San Juan.

7.

7.4. BALANCE DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ARGENTINA

En virtud de los cambios transitados, la experiencia en la articulación intersectorial y los aprendizajes acumulados en este sentido, la Argentina se posiciona en la vanguardia de la gestión de la calidad turística en Latinoamérica.

Las acciones en pos de la cultura turística, han permitido instalar el turismo como actividad estratégica para el desarrollo socioeconómico del país, como así también darle relevancia a los aspectos patrimoniales y culturales con una mirada abarcativa de lo que significa el concepto y su aplicación real del turismo sustentable.

La alianza estratégica articulada desde el 2011 con el Ministerio de Educación y con las instituciones educativas de nivel superior ha permitido trabajar en

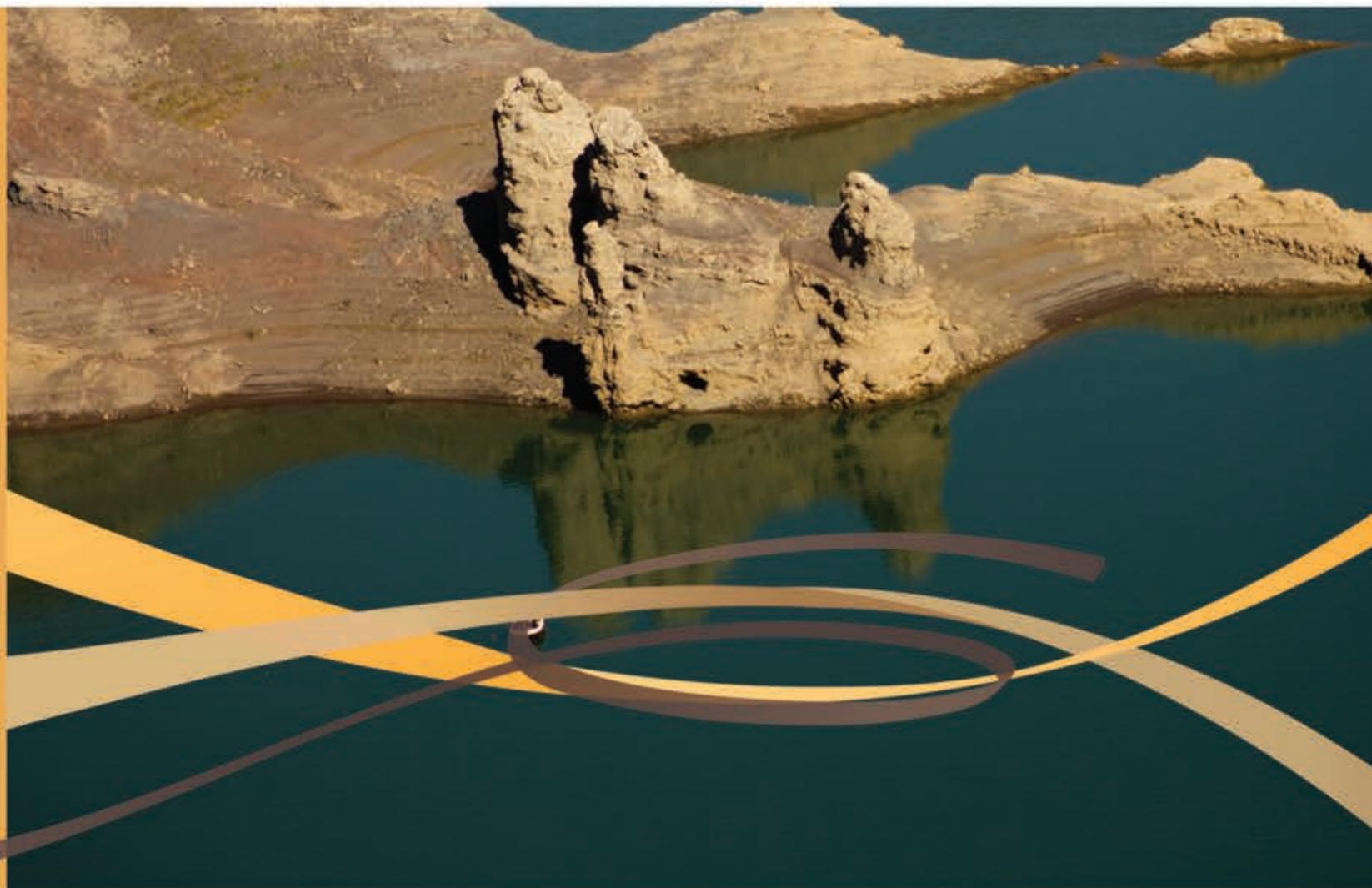
la mejora de la formación de los futuros profesionales del turismo. Por su parte, el acuerdo con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social ha posibilitado el inicio de acciones tendientes a ponderar las competencias laborales de los trabajadores calificados de la actividad como una oportunidad de mejora para alcanzar productos y servicios de calidad.

El recientemente creado Instituto Argentino de Calidad Turística, la actualización del Plan Nacional de Calidad Turística y la creación de un Sistema de Gestión de Calidad Interno, son un reflejo de la maduración del modelo de gestión de calidad que lleva adelante el Ministerio de Turismo de la Nación en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable.

A fin de poder divulgar las acciones mencionadas en materia de gestión de la calidad, se ha definido una estrategia de comunicación a través del Portal Educatur www.educatur.gob.ar y de las redes sociales Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube.



- 8.1./ ConectAR Nacional.
- 8.2./ ConectAR Internacional.



8.

ConectAR: ESTRATEGIAS
DE MARKETING TURÍSTICO

turismo 2025

8.

8.1. CONECTAR NACIONAL

El Plan de Marketing de Turismo Interno Argentina 2014-2016, ConectAR, continúa y profundiza los lineamientos que, en el marco del PFETS, lidera el Ministerio de Turismo de la Nación para el desarrollo de la actividad en la República Argentina. En los últimos diez años, el turismo interno ha sido revalorizado como elemento de fortalecimiento de la identidad nacional; al tiempo que nuevos sectores han accedido a la posibilidad de viajar para disfrutar y conocer el país.

En vistas del gran potencial que tiene el Turismo Interno para el crecimiento sostenido de la actividad en el país, y contemplando la actual dinámica del mercado turístico, el Plan profundiza desde su propuesta estratégica la profesionalización del sector turístico, y permite definir con precisión cómo influir en cada porción del mercado con la intención de seguir construyendo un país turístico, generando consensos en todo el territorio nacio-

nal, y pensando en el bienestar de las futuras generaciones.

Ante un escenario desafiante, con mercados cada vez más exigentes e informados que colocan al turista en el centro de la escena, focalizándose en sus motivaciones, deseos y expectativas, ConectAR entiende esta dinámica global y la incorpora a su lógica de actuación, incluyendo programas de acción que, a través de las nuevas tecnologías, impactan de manera creciente en las formas de promoción y comercialización de los destinos.

8.1.1. La estrategia de marketing nacional

Planificar e imaginar el futuro implica comprender que el contexto actual requiere de la generación de nuevas instancias de desarrollo en las que la innovación constante con un fuerte anclaje en la cultura y la identidad propia de cada región de nuestro país sea el elemento que le otorgue competitividad a nuestros destinos en el marco de un desarrollo local equitativo, equilibrado e inclusivo.

El Plan de Marketing se conforma en un eficaz instrumento de coordinación de las acciones de promoción e intervención sobre la demanda a través de herramientas de gestión que permitirán fortalecer el posicionamiento de Argentina como el mejor destino turístico para todos nuestros compatriotas.

Su **Visión** es la de *consolidar Argentina como el destino turístico preferido por los residentes, a partir del disfrute de experiencias memorables, posibles de ser vivenciadas durante todo el año y que*



aporten al crecimiento personal y al desarrollo local. A fin de alcanzarla, se trabaja para incentivar la demanda interna hacia los diferentes destinos turísticos nacionales a partir de la implementación de estrategias competitivas e innovadoras enmarcadas en las premisas y los valores expresados en el PFETS.

En este marco, el Plan ConectAR propone entre sus objetivos *mejorar el posicionamiento de Argentina como destino turístico para los argentinos; incrementar el volumen de turistas internos; incrementar el gasto turístico en el país; potenciar la valoración de la experiencia del viajar frente a otros consumos; y proveer herramientas a los gestores de los destinos turísticos* para potenciar la promoción en todo el territorio de la República Argentina.

Con este objetivo, el Plan se sustenta sobre un trabajo de profunda investigación que ha sido homologado por todo el sector turístico nacional público y privado, cuya mayor finalidad es brindar herramientas de gestión de formato federal que permitan impulsar y fortalecer el posicionamiento de los destinos turísticos de Argentina, centrado en potenciar la demanda interna.

Su eje está puesto en actuar sobre la realidad del mercado en función de potenciar el desarrollo del Turismo Interno en Argentina, con una orientación al turista y en un marco de desarrollo federal, equitativo y sustentable.

Por lo tanto, el Plan de Marketing de Turismo Interno Argentina 2014-2016 basa su estrategia de acción en cuatro elementos claves:

- 1. La propuesta de valor:** el libro de Experiencias Turísticas Nacionales.
- 2. El poder de la participación:** trabajo en red y conexión asociativa.
- 3. El mayor canal de propagación:** Internet y sus multiplataformas.
- 4. El poder de las marcas:** mapa de posicionamiento de destinos turísticos.

Se trata de herramientas ejecutivas, formativas y analíticas que actúan sobre cuatro áreas centrales y que han sido clasificadas según el alcance de actuación de posicionamiento, conformación del producto, e-marketing y aceleración de la intermediación, definidas con una visión 360 y dirigidas a toda la cadena de valor del sector turístico nacional, incluyendo organismos públicos de promoción, prestadores privados e influenciadores, que establecen las mejores prácticas que pueden ser aplicadas para potenciar la demanda turística nacional.

En lo que respecta al mercado objetivo del Plan ConectAR, se han identificado como fruto de las diferentes investigaciones en la etapa de diagnóstico, dos grandes segmentos sobre los cuales el plan ConectAR concentra sus acciones para captar la demanda correspondiente. Se trata de dos segmentos de mercado donde la temporalidad es un elemento esencial:

El *turista limítrofe* (turista nacional que realiza sus vacaciones en los países vecinos) cuyos subsegmentos son: conservador, descubridor, estresado, familiar; y el *turista no escapista* con sus subsegmentos correspondientes: conservador, estresado y familiar.

8.1.2. El libro de Experiencias

El turista del siglo XXI demanda para sus viajes experiencias únicas que marquen un cambio en su vida y aporten a su realización personal. Por lo tanto se convierte en un buscador de sucesos personales, auténticos y originales que lo acerquen a las diferentes culturas y pueda interactuar con otras personas.

Por lo tanto, es la Experiencia Memorable la que realiza los beneficios del viaje, alienta la decisión de ponerlo en marcha y genera una respuesta que habrá de conformarse en una ventaja competitiva de los diferentes destinos.

En este sentido, el plan ConectAR se enriquece permanentemente con el **Libro de Experiencias** donde los propios destinos son quienes lo nutren, actualizan y amplían desde el nivel municipal al provincial, trabajando en conjunto con el estrato regional y finalmente nacional.

8.1.3. Gestión operativa

ConectAR se ejecuta a partir de una gestión operativa que toma en cuenta las motivaciones y los hábitos de consumo del viajero pensando en el destino Argentina de manera integral.

Por lo tanto, se trabaja con un triple objetivo que responde a los segmentos de turistas previamente identificados:

- **Mejor Argentina:** propone atraer al turista limítrofe y trabaja sobre los períodos vacacionales prolongados, su espectro de actuación es nacional y establece la realización de acciones promocionales previo a las temporadas altas.
- **Por más Argentina:** opera sobre los períodos de baja temporada y escapadas de fin de semana, incentivando al turista no escapista actuando sobre las 6 regiones turísticas argentinas.
- **Mejor turismo:** se trata de incentivar el consumo turístico por sobre otras opciones. Su alcance es nacional e implica acciones de promoción durante todo el año.

En consecuencia, se han diseñado en el marco del Plan, una serie de herramientas que posibilitan su gestión:

Intervención promocional: busca concientizar al público de los beneficios del consumo turístico sobre otras opciones de consumo



Vehículo promocional MINTUR, Cachi Salta.

8.

masivo, principalmente transmitiendo un mensaje de destino turístico con capacidad de satisfacer las aspiraciones de todos los turistas del mercado interno.

Se aplica en territorio nacional, principalmente en forma de campaña publicitaria para influenciar positivamente a los potenciales viajeros.

Presencia institucional Mintur: participación en espacios de concurrencia masiva (eventos, ferias, seminarios, entre otros) con el fin de atraer al potencial turista. La relación cara a cara permite una conexión comprometida con el potencial turista. Además este tipo de presencias busca generar conversaciones en redes sociales y así enriquecer futuras acciones.

Prensa y Relaciones Públicas: su función es la transmisión y comunicación de las experiencias turísticas argentinas, tanto en medios tradicionales como en las plataformas electrónicas buscando lograr mayor visibilidad de los destinos y así permitir activar los diferentes públicos objetivos. Se busca generar contenidos presentando nuevos productos, realizando presstrips y haciendo envíos creativos.

Evolutivo Web & Mobile: desarrollo de un portal web experiencial destinado al mercado interno, que sea dinámico, se actualice permanentemente y que se adapte a los diversos formatos móviles.

Banco de imágenes y video: consiste en una plataforma virtual donde se almacenan e intercambian imágenes y videos vinculados a las experiencias turísticas, por parte de los prestadores de servicios y los turistas que

sirven como insumo para la comunicación y promoción del destino.

Los usuarios se pueden registrar en la página web desarrollada para esta herramienta, llenando un formulario online. Una vez aprobada la inscripción, se obtiene la habilitación para consultar y utilizar el material.

Herramienta de investigación aplicada: se trata de una técnica de dinámica de grupo que permite enfocar un tema o problema de manera exhaustiva, que resulta una importante herramienta de investigación para la obtención de conocimiento sobre un hecho social o temática focalizada.

Mediante esta técnica se plantea, previamente, diferentes objetivos vinculados con el desarrollo del turismo para cada uno de los destinos y provincias del país.

Estos grupos están compuestos entre 8 y 10 participantes, coordinados por la figura de un moderador quien fija la dinámica de trabajo.

Conexión inteligente 3.0: esta herramienta, ofrece instancias prácticas y asistencias para que las empresas turísticas sean capaces de llevar sus productos y servicios a nuevos mercados.

Conexión inteligente 3.0 apunta a la convergencia interactiva en tiempos de cambio y adaptación constante, fortalece la calidad institucional de la organización, estimula la competitividad, propiciando nuevas oportunidades de negocio para la PyME turística y apunta a la conexión inteligente de las empresas.

Además actúa como una plataforma mixta, donde se combinan capacitaciones presenciales con gerentes y dueños de empresas, asistencias técnicas individuales a cada organización, talleres de trabajo conjunto y la posibilidad de gestar desarrollos y mejoras de

la Web de quienes cumplan con el programa. Se trabaja con grupos de entre 20 a 30 empresas y/u organizaciones donde se evalúa las características propias y excluyentes de quienes participan.

Gestión de eventos para destinos turísticos: consiste en sucesos de importancia previamente programados, con una estructura organizativa avanzada que contempla características tales como la repercusión social, nivel amplio de asistencia de público y presencia en los medios de comunicación. Además es un espacio que favorece los intercambios, relaciones interpersonales y generalmente pone en valor las costumbres y tradiciones, llevando cierto grado de afectividad personal y/o social y generando por sí mismo ingresos económicos.

Plantea una metodología de trabajo mixta donde se combinan capacitaciones presenciales para funcionarios de organismos públicos y/o mixtos, representantes de organismos no gubernamentales, instituciones sin fines de lucro, profesionales que se dediquen a la organización de eventos y demás proveedores de servicios turísticos que sean parte de la cadena; asistencias técnicas individuales a cada organización; talleres de trabajo en conjunto con el sector público; y la posibilidad de gestar encuentros comerciales con potenciales clientes para quienes cumplan con el programa.

Plataforma e-destination: es una plataforma tecnológica que se basa en la Web, y que mediante distintas aplicaciones, interfaces e integraciones le permite interactuar al destino turístico con todos los participantes interesados desde la misma plataforma.

Al ingresar a la misma, el turista accede a

la información y material multimedia, que le permite asesorarse en todas las etapas del viaje y poder construir su experiencia a medida, donde el sector público y privado actúan de manera conjunta proveyendo la información requerida por el turista, siendo el call center el nexo para la reserva y armado del paquete turístico.

Neo workshop: el neoworkshop resignifica el concepto clásico de ferias de turismo, ya que optimiza mucha de las acciones que tradicionalmente se llevan a cabo. Por lo tanto ya no se trata de un medio para conseguir información sobre un destino, o el contacto con los potenciales compradores, sino que busca generar una experiencia integral en sus visitantes y un espacio de formación, colaboración, comercialización, venta y networking para los operadores turísticos.

Operadores y prestadores locales plus (OPL+): este instrumento apunta a que las empresas participantes sean más competitivas; buscando consolidar en las mismas el desarrollo de la comercialización y la incorporación de nuevas tecnologías.

La modalidad de trabajo empleada en el OPL+ busca identificar y potenciar las habilidades en la comercialización de los prestadores turísticos, organismos estatales y mixtos. Con tal fin se hace necesaria una modalidad mixta para la capacitación.

Se trabaja con un grupo de entre 10 y 20 empresas y/u organizaciones que tienen como guía 5 modalidades de trabajo que son: encuentros de capacitación, asistencias técnicas, taller de experiencias, desarrollo y mejora de la estrategia comercial, evaluación y distinción.

turismo 2025

Índice de posicionamiento de destinos: es un parámetro que permite clasificar a los destinos, ordenándolos de manera objetiva según ciertos criterios cualitativos y cuantitativos preestablecidos y basados en opiniones de profesionales, turistas, inversores y gobiernos, de manera de confeccionar un posicionamiento de la marca de cada uno de los destinos.

Luego se procesa toda la información y se vuelca en un informe que sea amigable y se presenta a los destinos nacionales como

base de trabajo para la mejora de su posicionamiento.

Contenido social media, herramientas y estrategias digitales: consiste en un conjunto de insumos de nuevas tecnologías tales como redes sociales, blogs, portales Web, foros, medios móviles y sociales, que permiten desarrollar estrategias de promoción y comunicación adecuadas en los distintos canales sociales online, donde el turista busca información para efectuar sus viajes.



Foro Enoturismo Norte.

8.2. CONECTAR INTERNACIONAL

El Plan de Marketing Internacional ConectAR es el instrumento del Instituto Nacional de Promoción Turística para cumplir su misión de posicionar a la Argentina como destino turístico internacional en los mercados emisores.

Este Plan representa un modelo de trabajo dinámico y articulado que define la estrategia de posicionamiento y venta de la Argentina como destino turístico en los mercados internacionales, promocionando un país de experiencias turísticas memorables. Este Plan se encuentra alineado con los pilares del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, ya que ConectAR ha tendido un camino propicio para alcanzar una de sus metas: duplicar los ingresos económicos por turismo receptivo para el año 2020, alcanzando los 10.000 millones de dólares.

Así, el Plan ConectAR se muestra como la herramienta por excelencia para generar estrategias para mejorar y aumentar el posicionamiento turístico de la Argentina en la región y en el mundo.

El principal **objetivo** del Plan ConectAR es *captar nuevos turistas provenientes de la región Latinoamericana y del mundo, consiguiendo asimismo la fidelidad de aquellos que ya han visitado la Argentina, ofreciéndoles opciones de viaje diversas y amoldadas a los perfiles de los distintos turistas*. Concretamente, el Plan ConectAR busca incrementar cada año el flujo de turistas extranjeros que visitan la Argentina, llegando a captar 7 millones de turistas para el año 2015.

8.2.1. La estrategia de marketing internacional

Se han re-categorizado estratégicamente los mercados, orientando las acciones de promoción en función de las demandas del sector, poniendo el foco en 100 millones de turistas provenientes de los mercados prioritarios y estratégicos, continuando paralelamente con misiones exploratorias a los mercados potenciales.

- Los mercados prioritarios comprenden a doce países: Brasil, Chile, Ecuador, Colombia, Venezuela, México, Estados Unidos, Canadá, España, Italia, Francia, Reino Unido.
- Los Mercados estratégicos incluyen a: Alemania, Bolivia, Paraguay, Perú, Uruguay.
- Los Mercados potenciales integran a: Centroamérica, Portugal, Austria, Suecia, Suiza, Holanda, Bélgica, Rusia, Turquía, Medio Oriente, India, Israel, China, Corea del Sur, Japón, Singapur, Australia, Nueva Zelanda.

8.2.2. Sitio experiencial www.argentina.travel

Dentro de las herramientas de gestión, el Plan ConectAR detalla una serie de instrumentos que suponen alcanzar el posicionamiento del país a nivel internacional y la aceleración de la venta para influir en el consumidor final y en el trade. La estrategia en Internet se muestra como uno de los ejes de acción dada su capacidad para impac-

tar en mercados potenciales, en audiencias más amplias y en segmentos de nicho a los que, por medios tradicionales, resultaría ineficiente dirigir la acción. Internet se contempla como instrumento de posicionamiento y venta, idóneo para prestar servicios a sus turistas e intermediarios, y la clave para lograr fidelización.

Por estos motivos, la web www.argentina.travel se presenta como un sitio experiencial donde los visitantes pueden conocer las más de 200 experiencias turísticas argentinas que permiten recorrer nuestro país de norte a sur. Nuevos conceptos, nuevos planteamientos y, en definitiva, una nueva apuesta que incorpora las últimas tendencias del país en Internet.

8.2.3. Gestión operativa

La gestión del Plan se articula y organiza en cuatro Unidades Operativas que se identifican como: Unidad de Posicionamiento, Unidad de Aceleración de la Intermediación, Unidad de e-Marketing y Nuevos Medios, Unidad de Producto y Networking. Cada Unidad posee instrumentos de trabajo específicos.

Unidad de Posicionamiento: atiende a la necesidad de influir sobre los públicos objetivos, a saber: el turista, la intermediación y los líderes de opinión, adaptando la imagen de la Argentina como destino turístico y sus productos a los diferentes mercados y segmentos. Esta Unidad contempla el uso de campañas, grandes eventos, gabinetes de relaciones públicas, conferencias de prensa y experience blogs y presstrips. Asimismo, la realización de los “*Argentina Tourism Awards*” premia la fidelidad de los profesionales que venden Argentina. De este modo, se lleva a cabo una entrega de premios en los que se reconoce el trabajo de Tour Operadores mayoristas y minoristas del país

que trabajan con Argentina, así como periodistas y bloggers. Estas agencias de viajes se encuentran también vinculadas al desarrollo de la aplicación formativa “*Argentina Tourism e-Academy*”, que se detalla más adelante.

Algunos ejemplos concretos de las acciones realizadas en 2014 para esta Unidad son:

- **Campañas país y productos:** acción promocional dirigida a público final en shoppings del Sur de Chile, acción de promoción en Shopping Plaza Las Américas. En la ciudad de San Juan, Puerto Rico; acción promocional “*CAMBALACHE*” en el marco del “*MALBEC WORLD DAY*”, New York, Estados Unidos; Argentina Tourism Awards; Noche Argentina en el marco de la Feria Internacional de Turismo FITUR. Madrid, España; realización de una noche ARGENTINA.
- **Grandes Eventos:** Rally Dakar; - Moto GP; - WTCC (World Touring Car Championship); WRC (World Rally Car).
- **Experience blogs & Presstrips:** Presstrip Producto Turismo Médico; Presstrip Mercado Reino Unido, Suecia y Estados Unidos; Presstrip Mercado Turquía; Presstrip Mercado Brasil – Canal TV Programa O Globo Terra Da Gente; Presstrip Producto LGBT.

Unidad de Aceleración de la Intermediación: busca facilitar las oportunidades de negocio para el sector turístico nacional, buscando incrementar las ventas de productos turísticos argentinos en el exterior. Así, esta Unidad comprende la realización de Misiones Comerciales y Acuerdos Comerciales, la participación en Ferias Generales y Ferias de Producto, y el trabajo de fortalecimiento del canal turístico receptivo. Adicionalmente, dentro de las herramientas de trabajo de la Unidad de Aceleración de la Intermediación, se incorporó el lanzamiento de la “*Argentina Tourism e-Academy*”, un

sistema formativo online cuyo objetivo es formar a 5.000 agentes de venta e intermediación turística sobre la Argentina como país turístico, sus destinos y experiencias. Se trata de una plataforma online que brinda la posibilidad al trade internacional de capacitarse en relación al destino Argentina para incentivar su venta.

Gracias a las tecnologías de la información se logra actuar sobre miles de puntos de venta en agencias de viaje y tour operadores en cualquier mercado. Con el objetivo de que impacte en el mayor número de usuarios, e-Academy será un sistema abierto a todos los agentes de viaje. Los contenidos se organizarán por módulos temáticos que abarcarán desde lo general a lo experiencial para cubrir todas las necesidades de información de un agente de viajes ante la demanda de un cliente.

Por otra parte, la realización de *Fam Trips* busca fomentar que se involucre a los agentes intermedios en la promoción y venta de Argentina como destino capaz de ofertar experiencias turísticas de alto valor añadido. El objetivo de estos viajes es convertir a los intermediarios participantes en comercializadores del destino en sus ámbitos de influencia, fomentando la recepción de viajeros.

Algunos ejemplos concretos resultantes de la implementación de estos instrumentos son:

- **Misiones comerciales:** Misión Comercial China; Misión Comercial y Seminario en Ecuador; Misión Comercial “*Venda Argentina no Brasil*” San Pablo, Brasil; Misión Comercial San Petersburgo, Rusia; Misión Comercial en Italia; Misión Comercial en Ámsterdam y Bruselas; Misión Comercial: 20° WORKSHOP CVC San Pablo, Brasil; Misión comercial “*Almuerzo y Seminario presentación de producto Turismo Médico y Workshop*”.
- **Acuerdos comerciales:** acuerdos en la Feria Internacional de Turismo FITUR (Mercado

8.

turismo 2025

Prioritario) Madrid, España; acuerdos con Compañías Aéreas; acuerdos en el Mercado Prioritario Brasil.

- **Ferias generales:** Expo BT Cumbre Turística; JATA Tourism Expo; ATM; ITB ASIA; Vitrina Turística ANATO; WTM Latin América/41° Encuentro BRAZTOA; Feria General das Américas ABAV Expo Turismo; Feria Internacional de Turismo FITUR; Feria Internacional de Turismo ITB; Pink Corner en marco de ITB; Feria Internacional de Turismo World Travel Market; NEW YORK TIMES Travel Show.
- **Ferias de Producto:** BIRDFAIR; SALONES DEL ESTUDIANTE; EXPO CIEEE; Feria Adventure & SportsFair; ILTM AMERICA; ILTM CANNES; MADRID FUSION; EAT VANCOUVER.

- **Experience Fam tours:** Tour Operadores de Italia; Tour Operadores de Guatemala, Honduras, El Salvador y Panamá; Tour Operadores Españoles y Chilenos; Tour Operadores de Colombia; Tour Operadores de Colombia y Paraguay; Tour Operadores de Producto Alta Gama.
- **Encuentros:**
 - > Seminarios de Capacitación: Road Show India; V Congreso Internacional de Turismo Idiomatico; Capacitación al Trade en Miami, Chicago y New York; Capacitaciones de Producto NIEVE; 7° Convención Internacional de Turismo LGBT-GNETWORK360
 - > Workshop/Road Show: 20° Workshop CVC San Pablo, Brasil; Roadshow Nieve Argentina en Brasil.

Unidad de e-Marketing y Nuevos Medios: se propone promover a la Argentina como destino turístico internacional mediante medios digitales, con el uso extendido de la tecnología. Esto incluye el manejo y actualización constante de una web experiencial y de Aplicaciones Móviles, a través de Evolutivos Web, Conversación Social Media (*Engagement*), Blogs, e-Campañas y herramientas de e-Marketing. Se destaca también la herramienta online denominada “*Argentina News Board*”, la cual permite a los usuarios acceder a todos los contenidos actualizados del Inprotur y conocer las novedades de la actividad turística Argentina en una plataforma dinámica y sencilla, a través de la página web del Inprotur www.argentina.travel.

Esta herramienta presenta 6 accesos, que clasifican a la información en “*Eventos*”, “*Noticias*”, “*Puntos de Interés*”, “*Experiencias*”, “*Sitios*” y “*Todos*”, y de esta forma el usuario puede seleccionar la información en la que está interesado y mantenerse al tanto de cada una de las actualizaciones del sitio. La web institucional ofrece herramientas de geo-localización, videos, galerías fotográficas y la posibilidad de buscar vuelos de Aerolíneas Argentinas para visitar cada uno de los destinos.

El contenido de la web se presenta en 7 idiomas – español, inglés, portugués, italiano, francés, alemán y chino- para que los turistas del mundo puedan acceder a la información que necesitan.

El trabajo en redes sociales busca afianzar los canales de promoción de Argentina. La interacción con los turistas permite brindar detalles sobre cada una de sus consultas y estar presentes en cada una de sus necesidades e inquietudes.

La promoción en Facebook con la Fan Page “*Visit Argentina*” y en Twitter con la cuenta “*@visitarg*” con sus versiones en idiomas Inglés, Portugués y Español, permite publicar información sobre destinos, experiencias y compartir con los visitantes cada una de sus vivencias en nuestro país.

A su vez, la web www.argentina.travel cuenta con los siguientes Micrositios:

- **Reuniones en Argentina:** corresponde al producto Turismo de Reuniones.
- **Estudia en Argentina:** corresponde al producto Turismo Educativo y Turismo Idiomatico.
- **Motor Series:** corresponde al producto Grandes Eventos Deportivos.
- **Rally Dakar:** corresponde exclusivamente al Gran Evento Automovilístico Rally Dakar.
- **Salud Argentina:** corresponde al producto Turismo Médico.
- **Nieve Argentina:** corresponde al producto Nieve.
- **Casa Argentina en Brasil:** corresponde a la Casa Argentina en Brasil.

También se han lanzado blogs específicos para usuarios interesados en:

- **Argentina natural:** un blog para viajeros fans de la naturaleza;
- **Argentina pra vocé:** un blog para los turistas de Brasil;
- **Deliciosa Argentina:** un blog sobre rutas, vinos y gastronomías;
- **Encantadora Argentina:** un blog sobre Alta Gama, Polo y Golf.

Unidad de Producto y Networking: busca garantizar la implicación de todos los agentes, públicos y privados, en la consolidación de Argentina como destino turístico internacional. Esta Unidad incluye la actualización constante del *Argentina World Class Experience Books*, Clubes de Producto, el desarrollo del Argentina Pass, el *networking* con agentes institucionales, la herramienta Conecta 3000, la Creatividad para campañas, Publicaciones y Merchandising, herramientas de adaptación continua y Monitor de Rendimiento.

En esta Unidad se destaca la herramienta Conecta 3000, que se consolida como una base de datos y directorio online de prestadores turísticos creada a partir de los talleres de capacitación que el Inprotur ha organizado a lo largo de todo el país y de un trabajo coordinado entre los Entes de Turismo Provinciales y Municipales, sector privado, incluyendo a todos los eslabones de la cadena de valor turística argentina, a nivel federal. Asimismo, los *Argentina World Class Experience Books* corresponden a un catálogo de experiencias turísticas actualizado, que condensa toda la gran oferta turística del país, adaptada a los distintos perfiles de turistas del mundo, traducida en un lenguaje experiencial.

- Entre las publicaciones, se destaca el lanzamiento de 4 ediciones de la Revista “*Che*”, Una revista sobre Argentina, habiéndose desarrollado y publicado la primera edición a fines del año 2013.
- **Networking con agentes institucionales:** El Buy Argentina; Las Rondas de Negocios en Feria Internacional de Turismo (FIT); Almuerzo de Networking en el marco de la FIT Argentina; Seminarios de Capacitación de Producto.

En síntesis, el dinamismo que posibilita del Plan ConectaAR a través de su multiplicidad de instrumentos estratégicos, articulados y monitoreados en las cuatro Unidades Operativas, permite la adaptación constante ante cualquier variación en el entorno y contempla una batería de herramientas para actuar sobre el posicionamiento, facilitar el negocio, añadir valor al producto y tejer un gran *networking* que cohesione a la industria frente al mercado, aprovechando todas las posibilidades que ofrece la tecnología, principalmente Internet, contribuyendo al posicionamiento y promoción turística de Argentina en los mercados emisores.

Ambos planes ConectaAR, tanto el nacional como el internacional, son los instrumentos de marketing detrás de los que el sector turístico en su conjunto, se cohesionan para darle a la Argentina el estatus de ser un destino turístico indiscutido.

Esto permitió entre otras cosas, que el país se haya posicionado en el último año como uno de los cinco que más crecieron en el mundo en materia de llegadas de turismo de extranjeros según la Organización Mundial del Turismo. También han sido de una influencia determinante en el incremento de los flujos internos a partir del aumento en la cantidad de argentinos que hoy prefieren viajar por nuestro país frente a otras opciones en el exterior.

Con ello, aportaron a la concreción de muchos de los objetivos planteados en el PFETS y seguramente lo seguirán haciendo hacia el futuro.



Rally Dakar 2014, Rosario, Santa Fe.



Malbec World Day, New York Estados Unidos.

- 9.1./ Importancia económica del turismo.
- 9.2./ Turismo receptivo.
- 9.3./ El turismo nacional de la Argentina.
- 9.4./ Proyecciones para el Turismo en Argentina.



9. ARGENTINA TURÍSTICA EN NÚMEROS

turismo 2025



9.1. IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO

El turismo internacional está consolidando, cada vez más, su rol de estímulo del crecimiento económico mundial y de contribución al comercio internacional. En este sentido, para dimensionar su envergadura como sector económico a nivel mundial, puede resaltarse que en 2013 el gasto del turismo receptivo representó el 9%¹ del Producto Interno Bruto (PIB) mundial. A su vez, significó un 29% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% del total de exportaciones de bienes y servicios. Considerado como una exportación, el turismo a nivel mundial se ubica en quinto lugar detrás de los combustibles, químicos, alimentos y productos automotrices, mientras que ocupa el primer lugar en varios países en vías de desarrollo.

En la Argentina, para aquel año, el gasto del turismo receptivo representó el 36% del turismo interior, mientras que el del interno un 64%, sumando entre ambos 100,22 mil millones de pesos. Este volumen ubica al sector entre los más importantes de la economía de nuestro país. En efecto, el sector es cuatro veces más grande que el volumen de ventas de los shoppings², superó en cinco veces el volumen del comercio electrónico³, fue holgadamente superior al mercado de telecomunicaciones⁴ y resultó prácticamente equivalente a las ventas de los supermercados⁵.

El gasto dejado por los visitantes no residentes en nuestro país durante el año 2013, representó 4,92 mil millones de dólares y, considerado como una exportación, implicó que el sector se posicionó en el quinto lugar entre los complejos exportadores de bienes más relevantes del país, detrás del complejo sojero (que lidera la lista con 20 mil

millones de dólares, representando el 24,5% de las exportaciones totales de bienes), el complejo

automotriz (que exportó por 11,63 mil millones de dólares, lo que representó el 14,2% de las exportaciones

totales de bienes), el complejo petrolero-químico (que explicó el 7,9% de las exportaciones totales de bienes con 6,46 mil millones de dólares) y el complejo maicero (que exportó por un total de 6,16 mil millones de dólares, representando el 7,5% de las exportaciones totales de bienes). Además, es relevante remarcar que comparativamente con otros sectores exportadores de servicios, el turismo explicó el 34,2% de las exportaciones totales de servicios.

Analizando al turismo desde el punto de vista de la generación de empleo, las ramas características del turismo (RCT) explicaron en el año 2013, 1,2 millones de puestos de trabajo. En promedio, los puestos de trabajo generados en las CRT muestran una tendencia estable para todo el período 2010/2013, oscilando entre 1,1 y 1,2 millones de puestos. Precisamente el año 2013 registró el mayor volumen del período bajo análisis, con un incremento del 5,3% respecto al año anterior. Ese año, la participación de las RCT en el total de los puestos de trabajo de la economía alcanzó al 5,9% (valor semejante al registrado en el año 2010).

Al interior de las RCT, importa remarcar que la estructura del empleo por sector muestra cierta estabilidad en los años bajo análisis. El sector Restaurantes explica poco menos de la mitad del total de puestos de trabajo de las RCT (48,0% en 2013). En un segundo escalón, se ubican los sectores Otros Servicios Turísticos (23,9% en 2013) y Transporte (20,2% en 2013). Finalmente, el sector Alojamiento concentra aproximadamente uno de cada diez puestos de trabajo en las RCT, aunque en 2013 su participación muestra el nivel más bajo de la serie (7,9%).

Trekking en las sierras, Córdoba.



¹ Considerando los efectos directos e indirectos del turismo.

² En 2013, las ventas en la Ciudad de Buenos Aires fueron de 19 mil millones de pesos.

³ En 2013, las ventas a través del e-commerce representaron 15,3 mil millones de pesos.

⁴ En 2013, las ventas de este sector alcanzaron 67,82 mil millones de pesos.

⁵ En 2013, este sector tuvo un volumen de ventas de 104 mil millones de pesos.

9.2. TURISMO RECEPTIVO

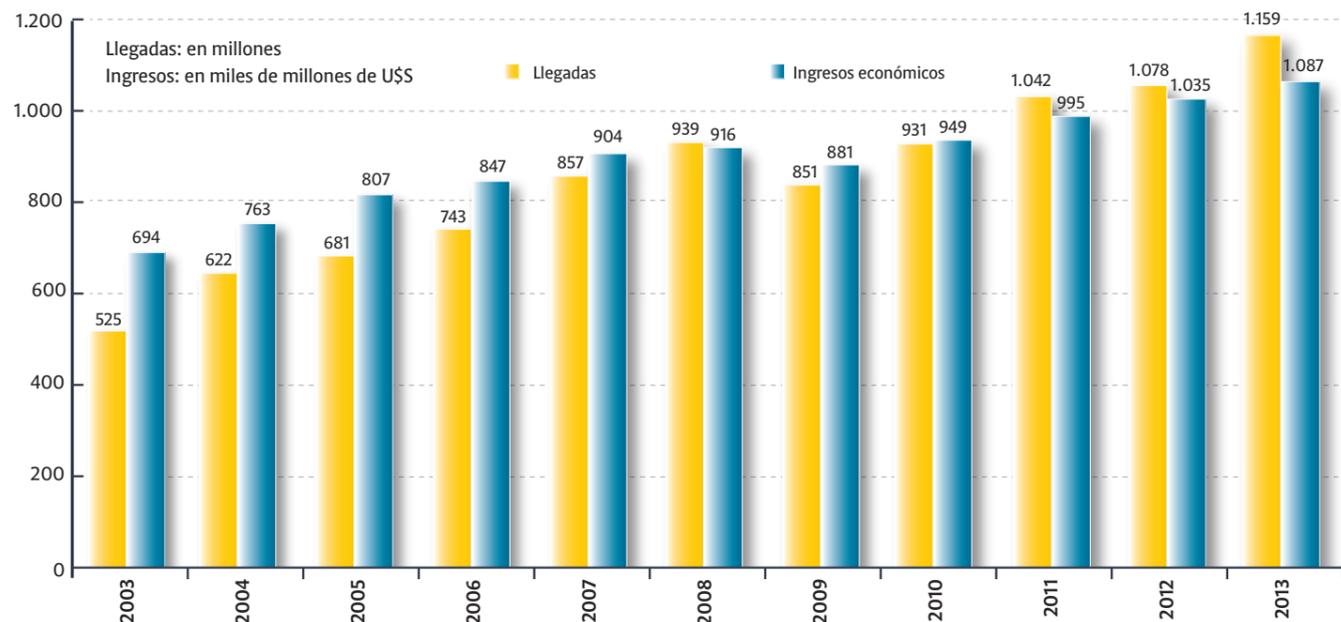
9.2.1. Breve panorama mundial del turismo

PANORAMA MUNDIAL

El turismo internacional viene cobrando cada vez más relevancia en la economía mundial y se ha convertido en un sector sumamente importante, especialmente en varios países emergentes en donde éste representa el principal ingreso de

divisas. Sólo en la década 2003-2013 la cantidad de turistas que dejaron sus países para visitar un destino extranjero creció 56,6%, mientras que los ingresos generados por los mismos en los países de destino crecieron 120,8%. Estas tasas de crecimiento fueron logradas a partir de un aumento promedio anual de 4,6% en llegadas y de 8,2% en ingresos.

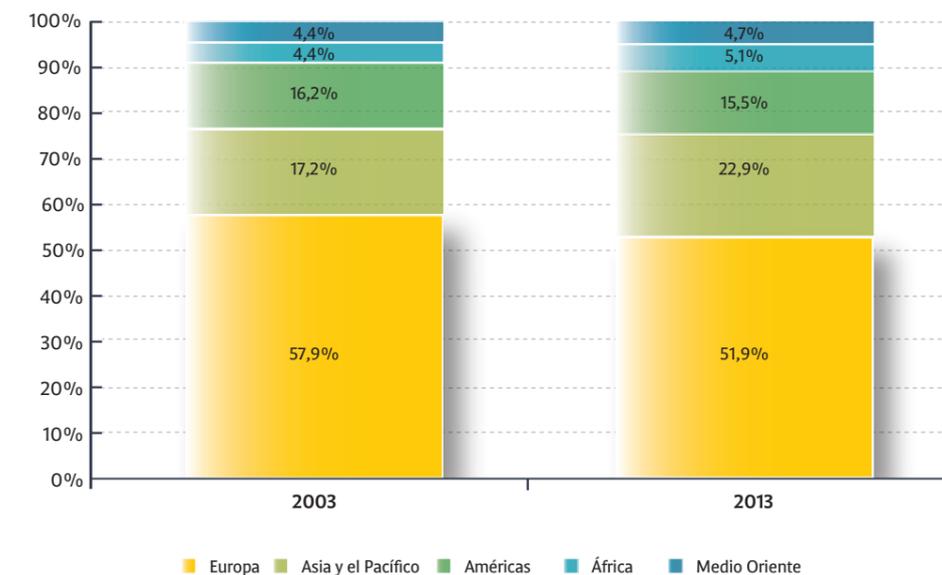
Llegadas e ingresos económicos de turistas internacionales al mundo por año. Años 2003 / 2013



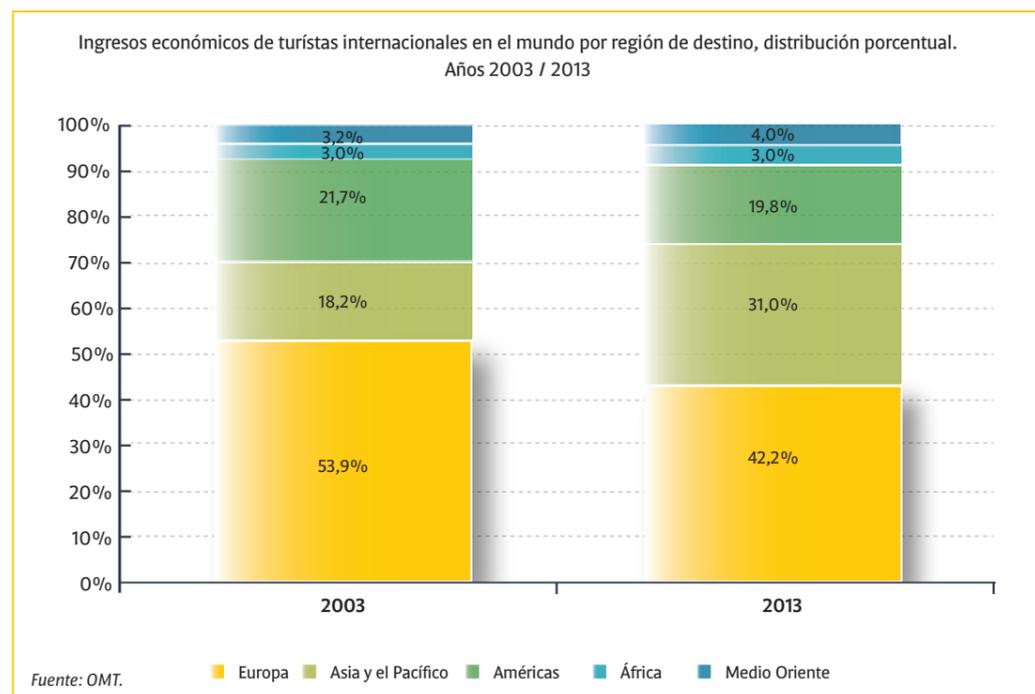
Fuente: OMT.

El período que va desde mediados del 2004 hasta 2013 fue testigo de un crecimiento dispar en el mundo. Existían dos dinámicas de crecimiento muy diferenciadas (el denominado crecimiento “a dos velocidades”). Por un lado, las economías avanzadas se encontraban fuertemente endeudadas y crecían de manera muy lenta, mientras que los países emergentes mostraban tasas de crecimiento altas, potenciadas en gran medida, por la modificación en los términos de intercambio, que favorecía la exportación de *commodities*. Este fenómeno se vio exacerbado a partir de 2008/2009 con la explosión de la crisis financiera internacional. También tuvo su correlato en el turismo internacional. En efecto, al analizarse la composición regional del turismo internacional, entre 2003 y 2013, puede observarse que las regiones compuestas en su mayoría por países emergentes cobran cada vez más importancia. De esta manera, se viene generando un cambio estructural en la distribución de las llegadas y de los ingresos por turismo internacional, en el que las regiones más tradicionales, las Américas y Europa, están cediendo terreno a las regiones con menor desarrollo relativo en materia de turismo: Asia y el Pacífico, África y Medio Oriente.

Llegadas de turistas internacionales al mundo por región de destino, distribución porcentual. Años 2003 / 2013



Fuente: OMT.

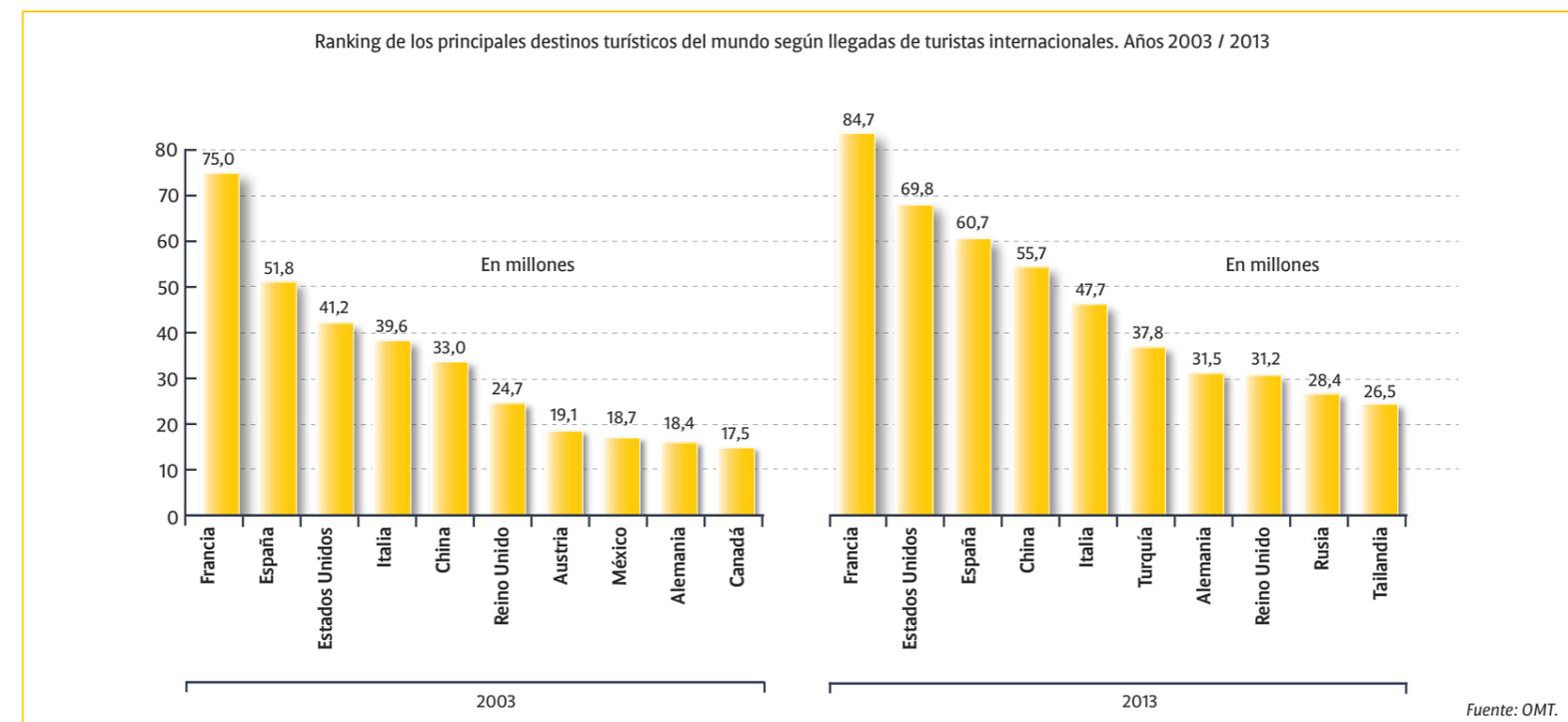


Sin dudas, la región con más crecimiento fue Asia y el Pacífico. Esta región mostraba, en el año 2003, una participación del 17,2% en llegadas y del 18,2% en ingresos, mientras que en el año 2013, estas participaciones crecieron hasta un 22,9% y un 31%, respectivamente.

Por su lado, Europa cedió más participación tanto en llegadas como en ingresos. En 2003, representaba un 57,9% de las llegadas y un 53,9% de los ingresos, mientras que hacia 2013 ambas participaciones cayeron 6 y 12 puntos porcentuales, respectivamente.

Analizando el *ranking* de los primeros diez países con mayor cantidad de llegadas de turistas internacionales, se puede observar cómo ha cambiado la estructura del mismo. En el año 2003, Francia, el primer país en cantidad de llegadas, registraba poco

más de 4 veces la cantidad de llegadas del país ubicado en el décimo puesto. Canadá, a su vez, mantenía una diferencia con España que se ubicaba en el segundo lugar de 23,2 millones de turistas. Por el contrario, en el año 2013 las distancias entre países se acortaron significativamente; Francia registró un número de llegadas 3 veces mayor al del país ubicado en el puesto diez (Tailandia) y una diferencia de sólo 13,2 millones de turistas respecto al país ubicado en el segundo puesto, (Estados Unidos). Este acortamiento de distancias que se observa al comparar la estructura del *ranking* en el año 2003 con la del año 2013, denota un proceso progresivo de equiparación entre países, en donde los dominantes van cediendo terreno para que tomen relevancia otros destinos del mundo.



PANORAMA REGIONAL: EL TURISMO EN LAS AMÉRICAS

Siendo que nuestro país es parte de la región Las Américas (y en particular, de la subregión América del Sur), importa analizar con mayor profundidad su panorama turístico en miras de establecer patrones evolutivos diferentes o similares entre estos grupos de países y la Argentina durante los últimos diez años.

En primer término, conviene remarcar que el crecimiento económico que viene registrando la región Las Américas en su conjunto, en un contexto de estabilidad política, trajo aparejada una mayor atención y dinamismo del sector de turismo. De esta manera, y a partir del diseño e instrumen-

tación de políticas públicas, la infraestructura, los servicios y los productos turísticos se han desarrollado significativamente en varios de los países de la región, factor que ha posibilitado la evolución de los mercados interno y externo en cuanto a turismo se refiere.

En segundo lugar, otro factor determinante en el crecimiento de las llegadas de turistas de los últimos años fue la progresiva flexibilización de los sistemas de visado. Sólo en el año 2013, en marzo, Jamaica eximió de visas a varios países de Europa Central y Oriental y a Colombia, Venezuela y Panamá. A su vez, en mayo de 2013, Chile, Colombia, México y Perú decidieron crear la "Visa Alianza del Pacífico" que permite a sus ciudadanos visitar

cualquiera de estos países sin restricciones. Por otro lado, los gobiernos de Brasil y México acordaron suprimir las visas entre ellos. Finalmente, cabe destacar, a modo de resumen, que en la región de las Américas, de 2008 a 2013, la reciprocidad de exención de visados (donde dos países acuerdan eximir mutuamente a sus ciudadanos de la exigencia de visado) se incrementó del 43% al 52%.

El turismo internacional en las Américas ha crecido sostenidamente desde el año 2003, tanto en llegadas como en ingresos económicos (salvo en el año 2009 que, debido a la crisis financiera mundial, el turismo se retrajo en todas las regiones a excepción de África). Este incremento durante tantos años, con un promedio anual de 4%

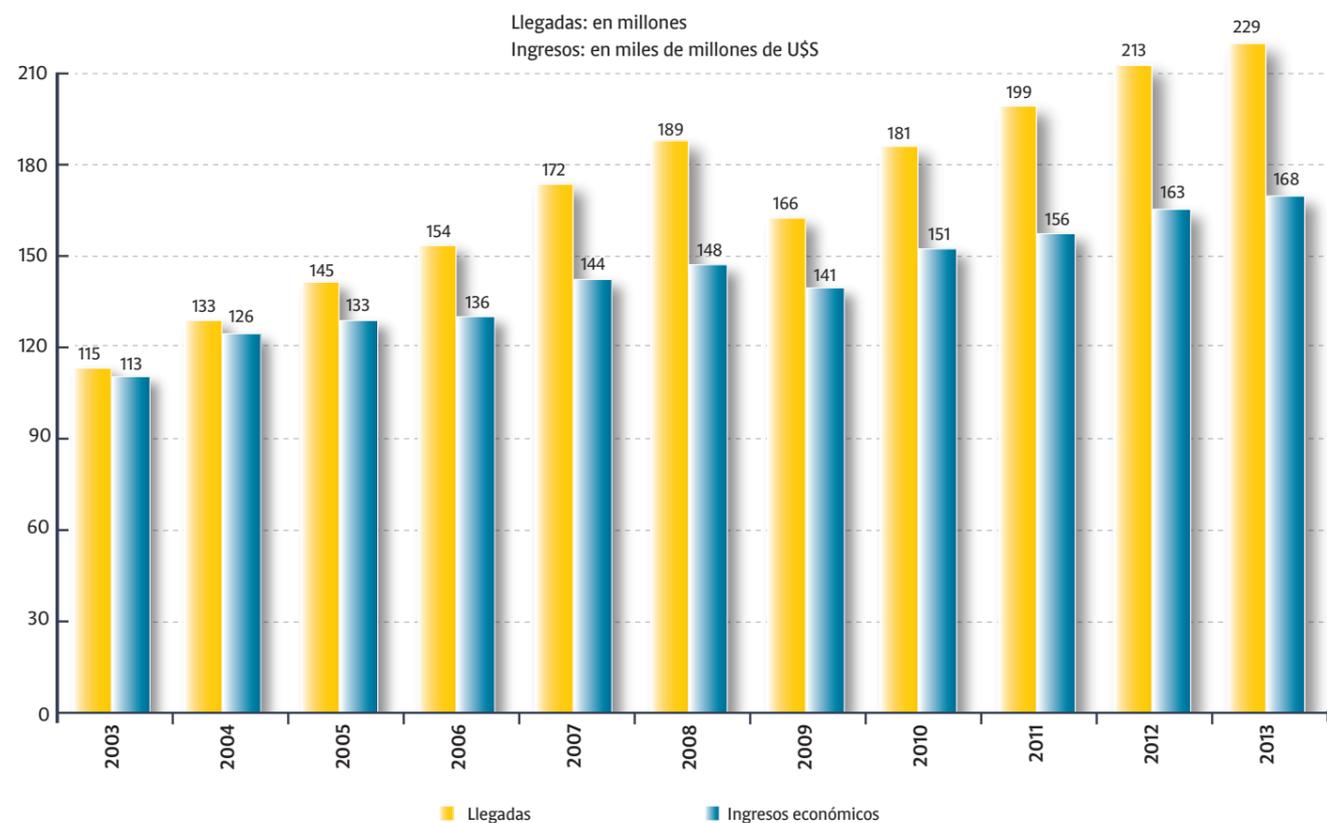
9.

turismo 2025

en llegadas y de 7,1% en ingresos, en el período 2003-2013, es consecuencia de los factores mencionados previamente que generaron un desarrollo sostenido a lo largo del tiempo en la región. Si

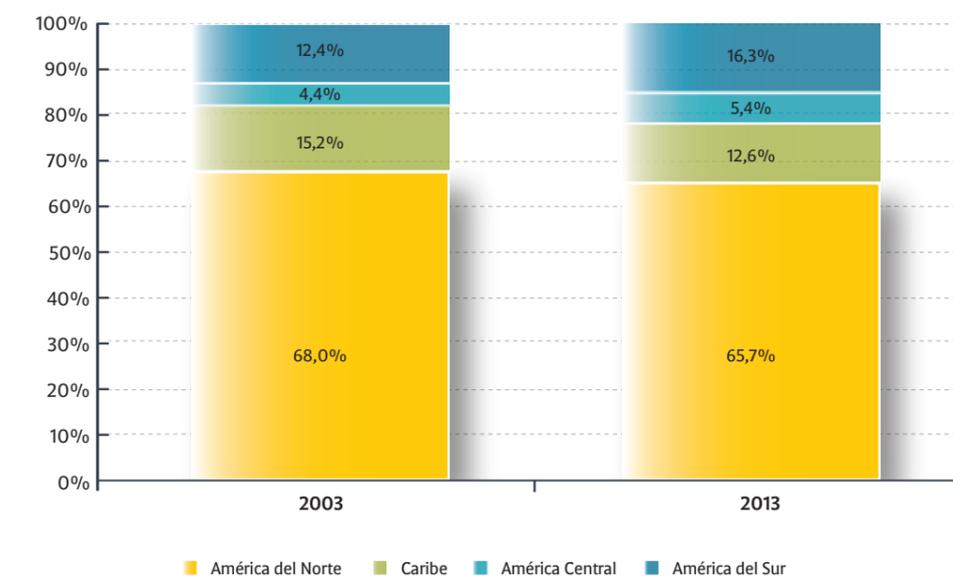
bien las tasas de crecimiento promedio anual observadas en las Américas son menores a las registradas a nivel mundial (4,6% en llegadas y 8,2% en ingresos) no distan mucho de aquellas.

Llegadas e ingresos económicos de turistas internacionales a las Américas por año. Años 2003 / 2013



Fuente: OMT.

Llegadas de turistas internacionales a las Américas por región de destino, distribución porcentual. Años 2003 / 2013



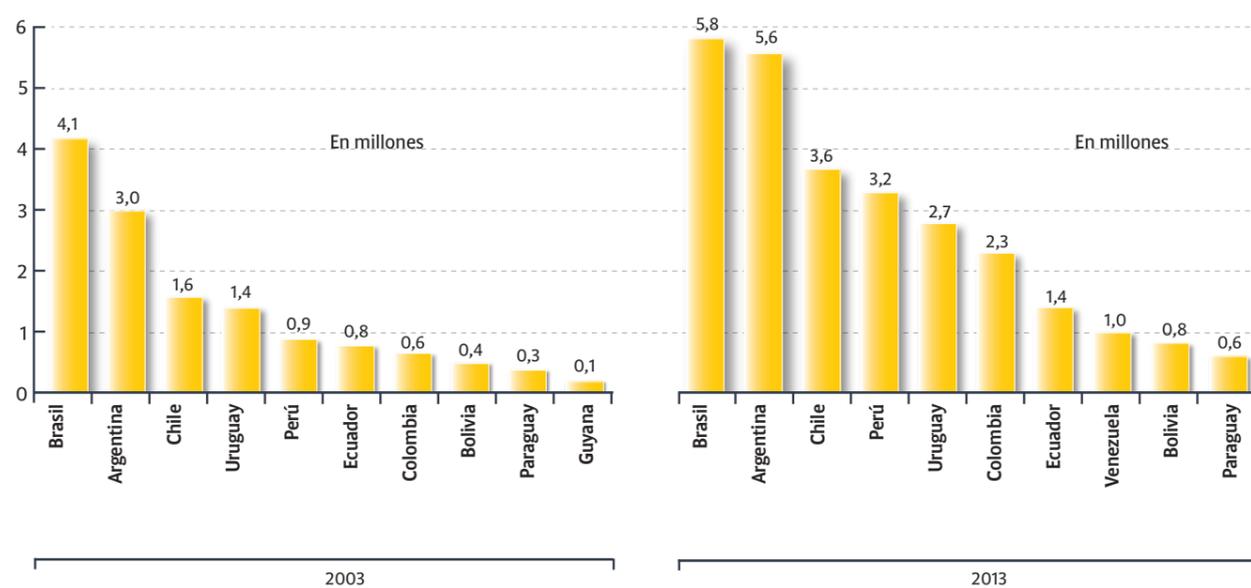
Fuente: OMT.

Con relación a la estructura de distribución de las llegadas al interior de la región, se observa un cambio progresivo a favor de la subregión de América del Sur. Durante la década 2003-2013 los principales destinos turísticos de la región, América del Norte y el Caribe, cedieron terreno a destinos ubicados en América Central y, especialmente, en América del Sur. La participación en llegadas de esta última subregión creció de 12,4% en 2003 a 16,3% en 2013, pasando de ser la tercera subregión más visitada de las Américas a ser la segunda (superando al Caribe).

Analizando con mayor detalle lo sucedido al interior de la subregión América del Sur, cabe mencionar, que los países que la conforman se han desarrollado con un importante dinamismo, permitiendo que la distribución de llegadas a la subregión ya no presente diferencias significativas entre países, sino un acortamiento de dichas distancias, generando una nueva estructura más equitativa en su distribución. Esto se constata al

analizar comparativamente el ranking de los 10 países de América del Sur más visitados del año 2003 y el del año 2013. Allí se puede observar que, mientras en el año 2003 el primer país en cantidad de llegadas, Brasil, superaba en 40,5 veces al último país del ranking, en el año 2013 esta relación cayó a 9,3 veces. Este mismo fenómeno fue notado anteriormente para el caso de los países con mayor peso turístico a nivel mundial.

Ranking de los principales destinos turísticos de América del Sur según llegadas de turistas internacionales. Años 2003 / 2013



Fuente: OMT.

En el *ranking* de llegadas de las Américas, que considera a los 20 países que recibieron más turistas, las tres primeras posiciones para 2013 correspondieron a los tres países que conforman la subregión de América del Norte. Las llegadas de turistas extranjeros a Estados Unidos alcanzaron los 69,8 millones (lo que implicó un aumento del 4,7% con respecto al año anterior) seguido de lejos por México y Canadá (24,1 millones y 16,6 millones de turistas en 2013, respectivamente). Brasil, a considerable distancia de estos tres países, se posicionó como el primer destino por fuera de la subregión América del Norte, con 5,8 millones de turistas extranjeros arribados. Inmediatamente después se ubicó Argentina con 5,6 millones de turistas (quinta en las Américas y segunda entre los países que se ubican fuera en la subregión América del Norte).

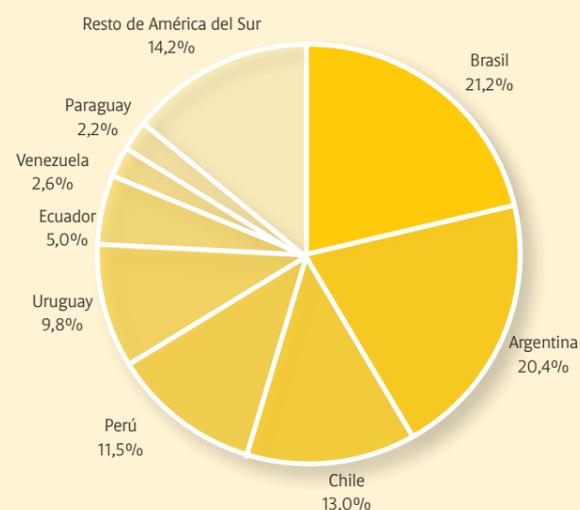
RANKING	PAÍS	2000	2005	2010	2011	2012	2013	VARIACIÓN 2013 / 2012
		MILLONES DE LLEGADAS						
TOTAL AMÉRICA		128,2	133,3	150,6	156,0	162,7	168,2	3,4%
1	Estados Unidos	51,2	49,2	60,0	62,7	66,7	69,8	4,7%
2	México	20,6	21,9	23,3	23,4	23,4	24,1	3,2%
3	Canadá	19,6	18,8	16,2	16,0	16,3	16,6	1,5%
4	Brasil	5,3	5,4	5,2	5,4	5,7	5,8	1,8%
5	Argentina	2,9	3,8	5,3	5,7	5,6	5,6	-0,3%
6	Rep. Dominicana	3,0	3,7	4,1	4,3	4,7	4,7	2,8%
7	Chile	1,7	2,0	2,8	3,1	3,6	3,6	0,6%
8	Puerto Rico	3,3	3,7	3,2	3,0	3,1	3,2	4,3%
9	Perú	0,8	1,6	2,3	2,6	2,8	3,2	11,2%
10	Cuba	1,7	2,3	2,5	2,7	2,8	2,8	1,0%
11	Uruguay	2,0	1,8	2,3	2,9	2,7	2,7	-0,4%
12	Costa Rica	1,1	1,7	2,1	2,2	2,3	2,4	3,6%
13	Colombia	0,6	0,9	2,4	2,0	2,2	2,3	5,2%
14	Jamaica	1,3	1,5	1,9	2,0	2,0	2,0	1,1%
15	Panamá	0,5	0,7	1,3	1,5	1,6	1,7	3,2%
16	Bahamas	1,5	1,6	1,4	1,3	1,4	1,4	-4,1%
17	Guatemala	s/d	s/d	1,2	1,2	1,3	1,3	2,0%
18	El Salvador	0,8	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	4,2%
19	Ecuador	0,6	0,9	1,0	1,1	1,3	1,4	7,4%
20	Nicaragua	0,5	0,7	1,0	1,1	1,2	1,2	4,3%

Fuente: OMT.

Por su lado, al analizar la distribución de los ingresos económicos dejados por el turismo receptivo al interior de América del Sur en 2013, se observó que éstos se concentraron principalmente en Brasil y Argentina, quienes juntos se llevaron casi U\$S 5 de cada U\$S 10 que arribaron a la subregión en concepto de ingresos por turismo. Es de resaltar que, en comparación con la cuota de llegadas de turistas, Argentina se llevó en 2013

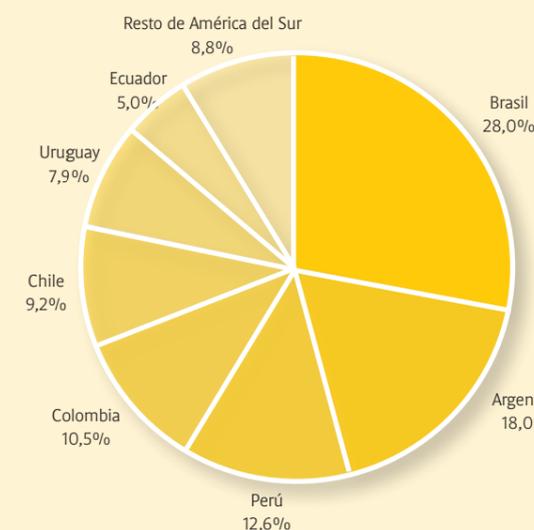
una proporción superior en llegadas que en ingresos (20,4% vs. 18,0%). Lo contrario sucedió en Brasil, país que logró hacerse con una mayor porción de dólares que de turistas (la cuota de ingresos correspondió al 28,0% mientras que la de turistas fue del 21,2%). Perú fue el tercer destino que mayor cuota de ingresos se llevó (12,6% de los mismos) mientras que en términos de turistas ocupó el cuarto lugar, con una cuota del 11,5%.

Llegadas de turistas internacionales a América del Sur por país de destino, distribución porcentual. Año 2013



Fuente: OMT.

Ingresos económicos en América del Sur por turismo internacional, distribución porcentual. Año 2013



Fuente: OMT.

9.2.2. El turismo receptivo en Argentina

El turismo receptivo de la Argentina ha registrado un verdadero cambio estructural en los últimos diez años. Como se puede observar en el gráfico a continuación, la tasa de crecimiento del período iniciado en el año 2003 ha alcanzado los 6,4 puntos porcentuales, mientras que los tres años anteriores habían estado caracterizados por un período de disminución en la llegada de turistas (-1,6 p.p.), y la década precedente (1990-1999) había tenido una tasa de crecimiento de 4,2%. Este crecimiento promedio de nuestro país entre 2003 y 2013 es 1,4 veces superior al registrado para el mundo, 1,6 veces por encima para la región las Américas y similar a la subregión América del Sur (cuya tasa de crecimiento promedio anual ha estado en gran parte motorizada por Argentina).

Durante la última década, no sólo ha crecido des-

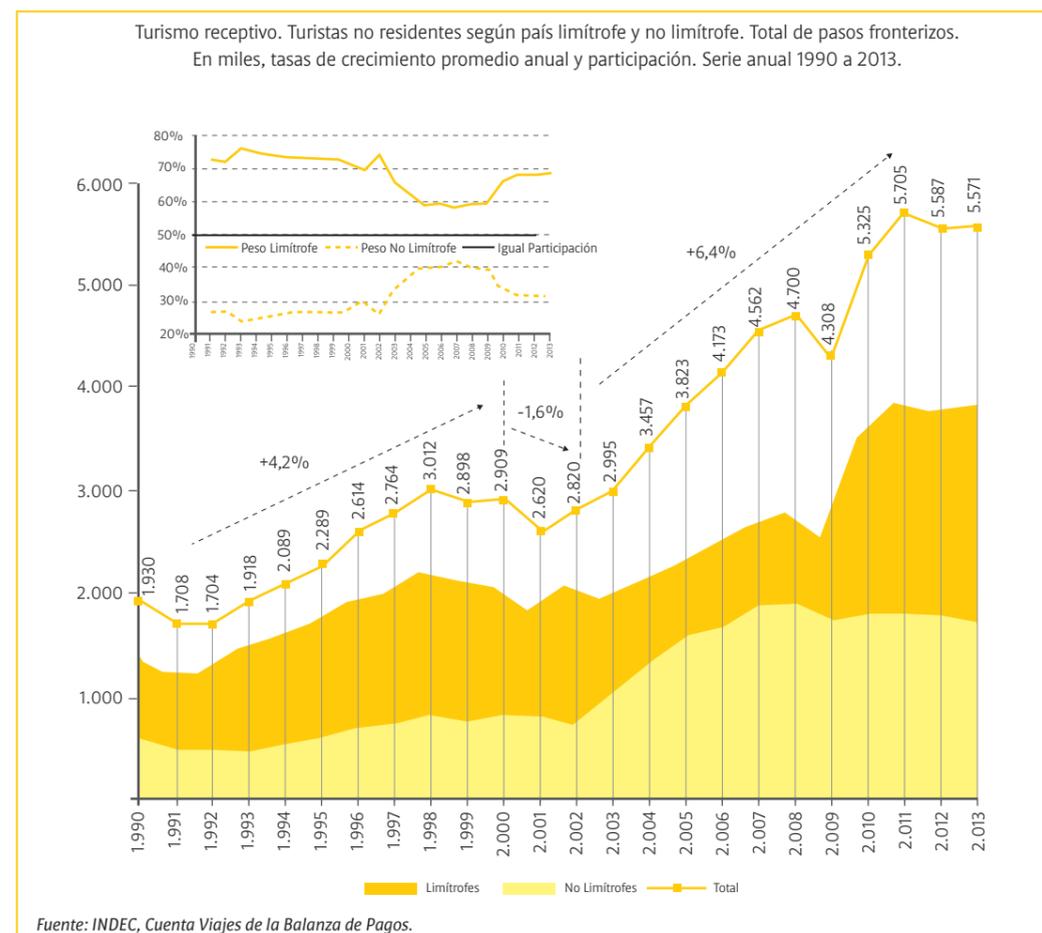
tacadamente la cantidad de turistas no residentes arribados al país (incluso por encima del promedio mundial⁶), sino que también se observan dos patrones según la procedencia del turista. En efecto, mientras que durante la década de los 90's, se mantuvo, incluso, hasta finales del año 2002, los turistas arribados a la Argentina provenientes de estos países representaban tan sólo el 26% del total, mientras que, en el año 2009 su participación había ascendido al 40%.⁷ No obstante, a partir de la crisis internacional desatada en el año 2008, paulatinamente este patrón de llegadas de turistas no residentes muta nuevamente en favor de los turistas provenientes de países limítrofes. Consecuentemente, en el sub-período 2010-2013, se observa que los turistas arribados de países no limítrofes revierten su incidencia a una participación del 31% en promedio.

⁶ Ver Barómetro OMT del Turismo Mundial publicado por la Organización Mundial del Turismo (<http://www2.unwto.org/es>).

⁷ Esta baja participación de las llegadas de turistas proveniente de los países no limítrofes observada durante la década de los 90's, se mantuvo, incluso, hasta finales del año 2002. Así, por ejemplo, en el año 2002, los turistas arribados a la Argentina provenientes de estos países representaban tan sólo el 26% del total, mientras que, en el año 2009 su participación había ascendido al 40%.

Si se analiza el turismo proveniente de los países limítrofes entre 1990 y 2013, se identifica un cambio de perfil: mientras que en la década del 90 eran los turistas de Chile, Paraguay y Uruguay los que llegaban en mayor número al país, a partir de 2008/2009, el volumen de los turistas de los países limítrofes se explica principalmente por la llegada de visitantes con residencia en Brasil. Este cambio de composición del turista limítrofe

tiene directo impacto en la matriz de gastos, vías de acceso, etc. Por lo tanto, independientemente del sub-período analizado (sea 2003-2009 ó 2010-2013), la década 2003-2013 constituyó un período en el que nuestro país logró penetrar con fuerza nuevos mercados turísticos (sea los países desarrollados durante el período previo a la crisis financiera internacional o sea Brasil luego de ella).

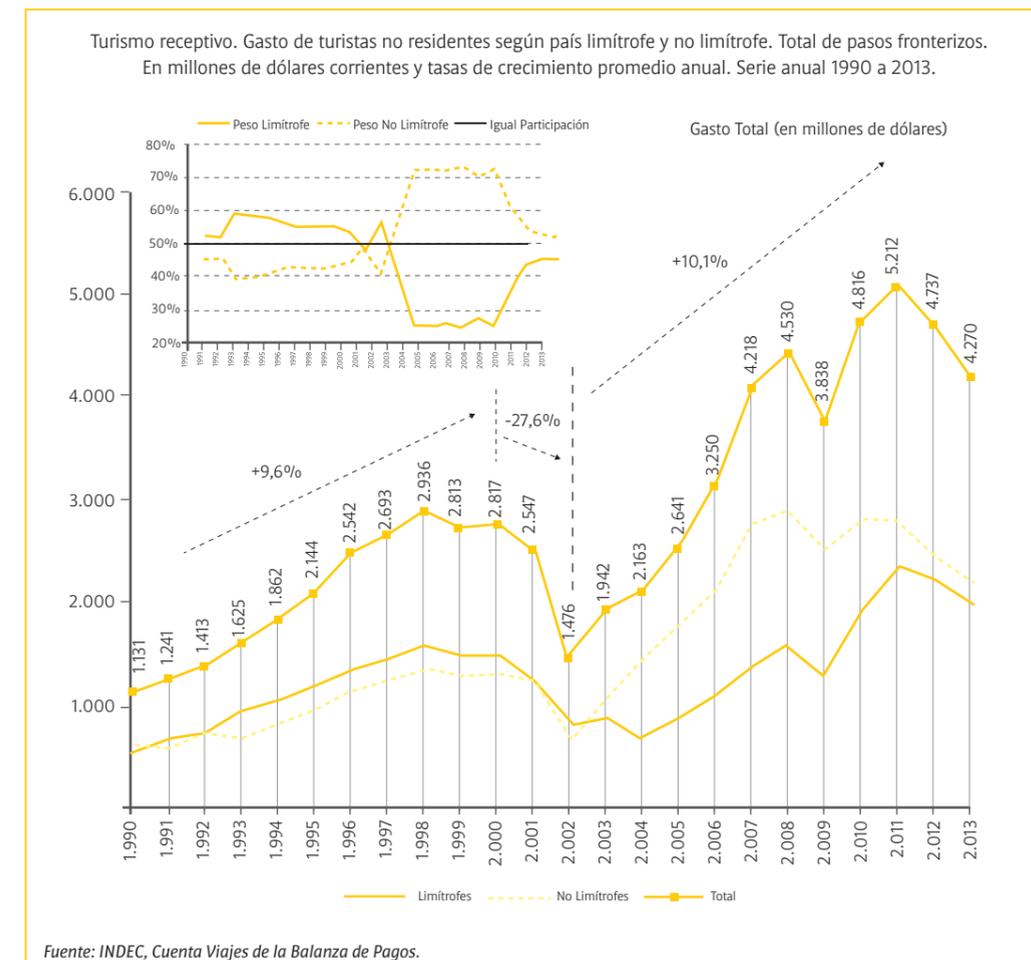


No obstante, el pronunciado incremento en las llegadas de turistas no residentes a nuestro país a partir del año 2003, las tasas de crecimiento del gasto en dólares para ambos períodos 1990-1999 y 2003-2013, se mantuvieron relativamente similares, aunque fue levemente superior durante el segundo de ellos (9,6% y 10,1% respectivamente). Ver gráfico a continuación.

Al comienzo del período 2003-2013, en concordancia con lo señalado anteriormente, se observa un cambio estructural en la composición del gasto. En efecto, mientras que durante toda la década del 90, persistentemente, el gasto del turismo receptivo estuvo explicado mayormente por el de aquellos turistas provenientes de países limítrofes (54% frente a la participación del 46% de los tu-

ristas arribados desde países no limítrofes), a partir del año 2003, el gasto de los turistas de los países no limítrofes cobró mayor relevancia, pasando así a explicar la mayor parte del gasto total (en promedio, el gasto de los turistas provenientes de países no limítrofes representó el 62% del gasto total, mientras que el 38% restante, es explicado por el gasto de los turistas arribados desde los países limítrofes).

A su vez, el análisis al interior del período 2003-2013 arroja también cambios significativos en los patrones de participaciones de cada tipo de turismo según país de origen. Análogamente a lo notado para el número de llegadas de los turistas internacionales, también respecto al gasto se identifican dos sub-períodos, producto del inicio de la crisis internacional que se iniciara a partir de 2008. Se distingue un sub-período, entre 2003 y 2009, donde el gasto de los turistas provenientes de los países no limítrofes explicó una alta proporción del gasto total⁸, y la otra sub-etapa (entre 2010 y 2013) donde su incidencia disminuyó marcadamente, aunque su peso en el gasto total continuó por encima del 50% (a diferencia de lo acontecido en la década del 90)⁹. Ver recuadro superior izquierdo en el Gráfico a continuación.



⁸ En promedio el 65% del gasto total, era explicado por el gasto de los turistas que llegaban desde países no limítrofes, mientras que el 35% restante, por el de los países limítrofes.

⁹ En el sub-período 2010-2013, el gasto de los turistas provenientes de países no limítrofes pasó a explicar, en promedio, el 55% del gasto total.

9.

turismo 2025

En definitiva, a modo de resumen, la explicación del cambio estructural en las llegadas de no residentes a nuestro país puede ser explicado como consecuencia de un crecimiento promedio anual por encima del mundo, de las Américas e incluso de Brasil y en similar magnitud al observado en América del Sur.

REGIÓN / PAÍS	TASAS DE CRECIMIENTO ANUALES PROMEDIO DE LLEGADAS		
	PERÍODO 1990-1999	PERÍODO 2000-2002	PERÍODO 2003-2013
Mundo	4,2%	1,4%	4,6%
Europa	3,6%	1,4%	3,5%
Asia y el Pacífico	6,1%	6,2%	7,6%
África	6,4%	3,2%	6,1%
Medio Oriente	9,0%	7,6%	5,9%
Américas	3,1%	-4,6%	4,1%
América del Norte	2,2%	-5,6%	3,7%
América Central	8,6%	4,5%	6,5%
Caribe	3,9%	-3,3%	1,9%
América del Sur	7,6%	-8,9%	6,8%
Brasil	18,7%	-15,6%	3,4%
Argentina	4,6%	1,5%	6,4%

Fuente: OMT.

Es relevante remarcar que, entre 2012 y 2013, a diferencia de lo que ha ocurrido en el mundo, el turismo receptivo de la Argentina ha caído a tasas -2,1% y -0,3% respectivamente. Esta divergencia se explica por dos factores fundamentales: en primer lugar, Brasil, que en los últimos años viene siendo el principal impulsor del crecimiento del turismo receptivo en Argentina, se encuentra en medio de un proceso de desaceleración económica que afecta significativamente el turismo receptivo de nuestro país a través de disminuciones tanto de la cantidad de turistas como del gasto promedio; y, en segundo lugar, como se vio anteriormente, el crecimiento de los arribos y del gasto en el mundo está siendo motorizado fuertemente por un turismo intrarregional. Así, los mayores crecimientos de llegadas internacionales en el mundo se dieron entre los países de las regiones Asia y el Pacífico, Europa y el Norte de América (EE.UU., Canadá y México).

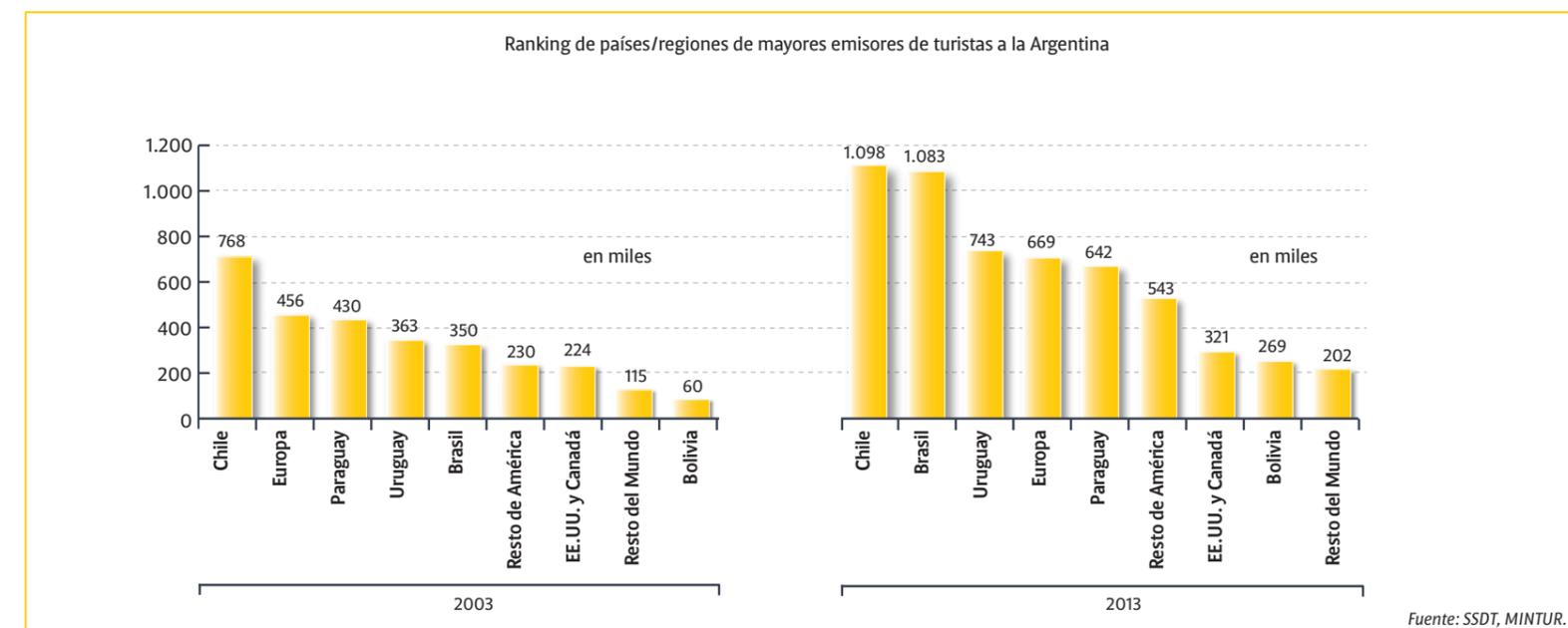
A pesar de que estos dos factores no se vieron sustancialmente modificados durante el año 2014 (la economía brasilera continuó con su fase de débil crecimiento y, como se vio anteriormente, la dinámica de crecimiento del turismo receptivo continuó siendo intensa en la región Asia y el Pacífico), Argentina cerró un año sumamente exitoso con récord histórico de llegadas de turistas no residentes. En efecto, los 5,9 millones de turistas que arribaron al país durante ese año superaron el registro del año anterior en un 6%, estimativamente.¹⁰ El factor económico distintivo que explica tal comportamiento fue la generación de condiciones en extremo favorables de los términos de intercambio para el sector de turismo a partir de comienzos de 2014. Si se comparan los visitantes a nuestro país según el país/región de origen en 2003 y 2013, se observa que Chile mantuvo su puesto de liderazgo, pero Brasil ha mejorado sustantivamente producto de un cre-

cimiento a tasas promedios anuales muy por encima de la media para el período (10,8% respecto de 6,4%). Otro país que se ha destacado por su rápido crecimiento fue Bolivia (con un promedio anual de 14,7%) y la región Resto de América (8,1%). Mientras que las llegadas desde Europa a la Argentina registraron tasas de crecimiento promedio anuales para el período un 45% menores al promedio general del país (lo que explicó que descendiera desde el segundo puesto en el ranking de países/regiones de mayores emisores de turistas al país que ocupaba en el año 2003 hasta el cuarto lugar en el año 2013). El gráfico a continuación brinda mayores detalles en este sentido.

¹⁰ Cabe aclarar que al momento de elaborarse el presente capítulo, aún no estaban publicados los datos definitivos para el mes de diciembre de 2014.



Playas, Entre Ríos.



Fuente: SSDT, MINTUR.

9.3. EL TURISMO NACIONAL DE LA ARGENTINA

En la década 2003-2013 la economía Argentina registró un acelerado crecimiento económico con un fuerte sesgo redistributivo logrando la inclusión de aquellas clases sociales históricamente más postergadas. Apoyado en este modelo de crecimiento inclusivo, el turismo nacional de la Argentina tran-

sitó esa década como una de las más dinámicas de su historia con marcados incrementos tanto del turismo interno como del emisor. Esta sección detalla las características de la evolución de ambos tipos de turismo al tiempo que también contextualiza analíticamente sus causales.



Campo de Piedra Pómez, Catamarca - PH: Carolina Cabrera.

9.3.1. El turismo emisor

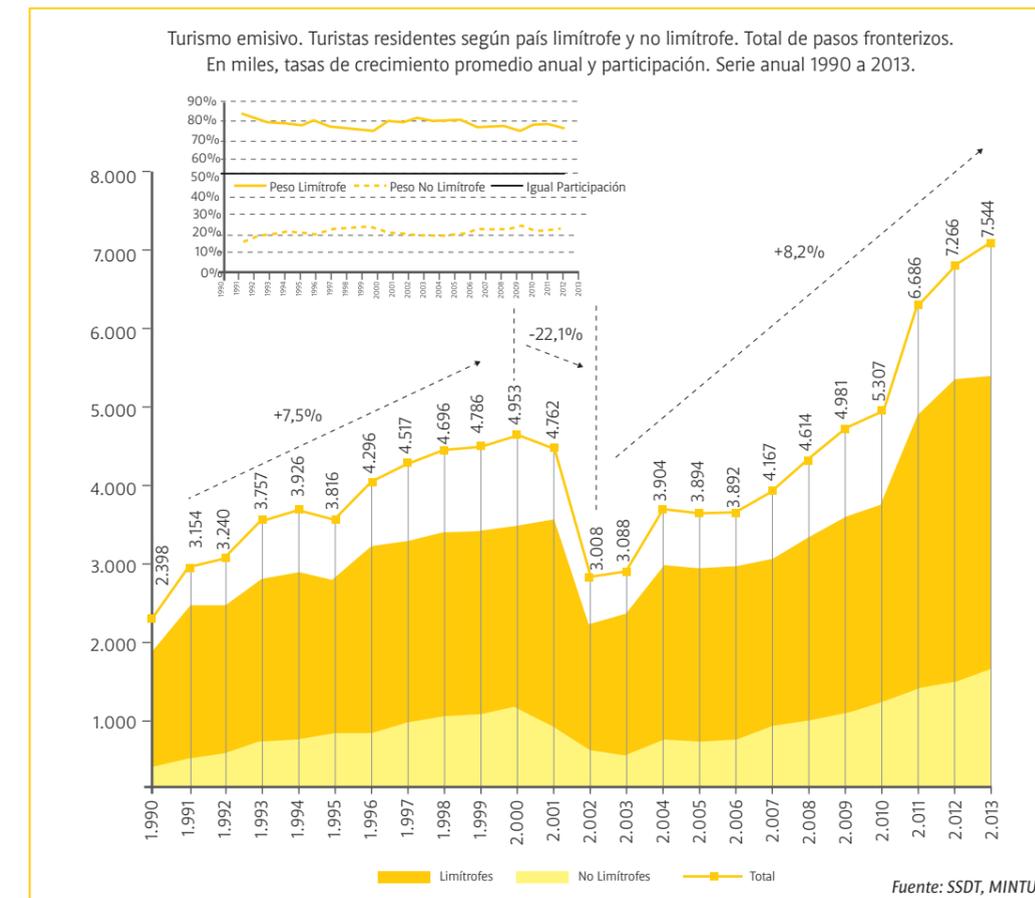
La serie histórica de turismo de los residentes hacia el exterior refleja una clara fase de acelerado crecimiento durante el período 1990 a 2000 (7,5% promedio anual) donde este flujo no detuvo su senda alcista (excepto durante la crisis del tequila en 1995). La siguiente fase de aumento ininterrumpido recién comienza a partir de 2007 y se extiende hasta 2013 (último dato anual conocido).

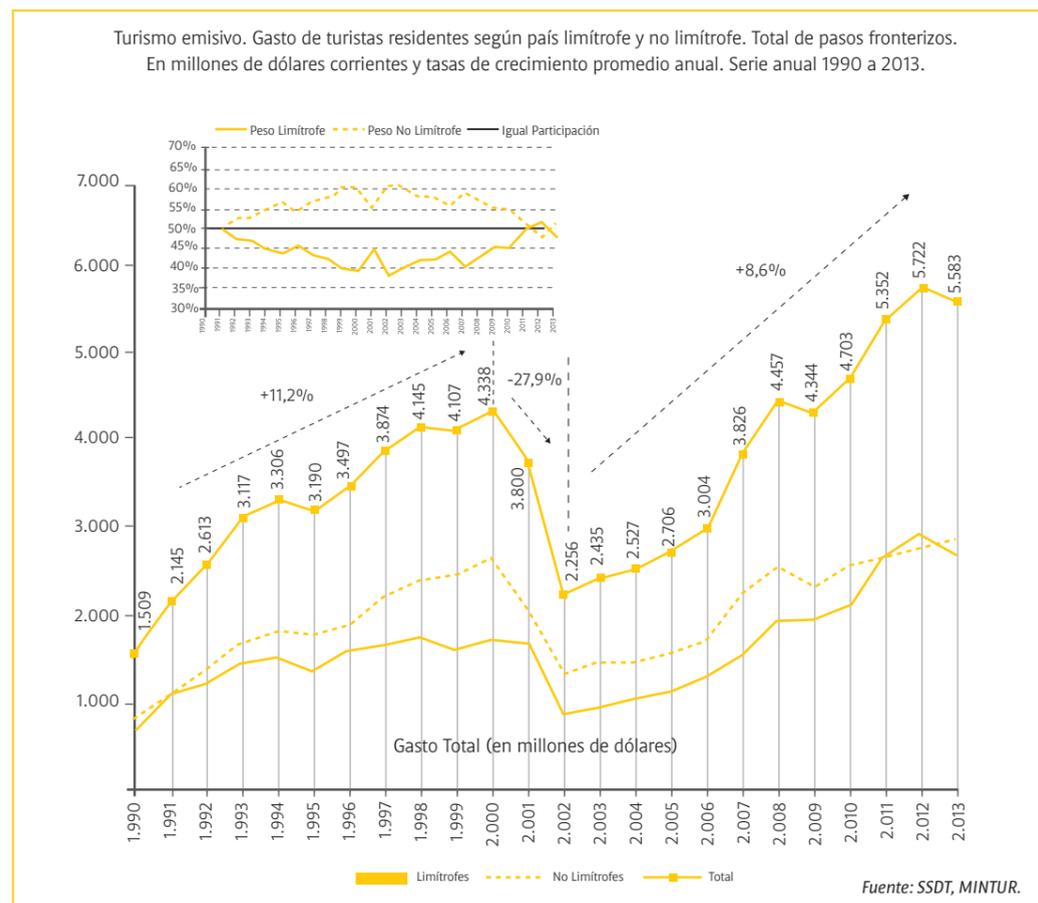
Recién después de 3 años de iniciada esta fase de constante crecimiento (es decir, recién en 2009), la salida de argentinos apenas logró superar el record histórico registrado en el año 2000. Se debe destacar la pronunciada aceleración de la tasa de salida de argentinos al exterior a partir del 2010 que, sin embargo, fue mermando hacia el 2013. En definitiva, el período 2002-2013, registró una tasa de crecimiento anual promedio similar al de la fase 1990-2000; es decir, de 8,2%.

A diferencia de lo señalado en la sección anterior respecto del turismo receptivo (donde fue destacado un cambio estructural en las participaciones de los países limítrofes y los no limítrofes), en el caso del turismo emisor, existe una marcada estabilidad en los pesos de los dos grupos de países respecto del total de salidas de argentinos hacia esos destinos (considerando el período completo 1990-2013, en promedio, el 79% de los argentinos han visitado países limítrofes, mientras que el complemento ha viajado a los no limítrofes).

Sin embargo, si la tasa promedio anual de salida de argentinos al exterior en el período 1990 - 2000 fue importante, más relevante aún fue la tasa promedio de salida de divisas por este concepto (11,2%). Este aspecto no se verificó en relación al turismo emisor en el período 2002-2013, donde ambas tasas promedios anuales (la de salidas de argentinos y la de divisas) fueron similares (8,2% y 8,6%, respectivamente).

El gráfico siguiente enseña que la tasa de salida de divisas al exterior durante el período 2002 a 2013 se aceleró fuertemente en 2006, 2007 y 2008, mucho antes de registrarse el pronunciado crecimiento de la tasa de salida de turistas (como se notó anteriormente, en término de cantidades, la tasa se aceleró a partir del 2010 aunque mermando paulatinamente hacia el 2013). Precisamente este fenómeno se explica básicamente por el drástico cambio en la elección del destino escogido por los argentinos a partir de 2011 (aunque ya evidenciado levemente un par de años antes). En efecto, a partir de ese año, y aún más especialmente en 2012, por primera vez en más de veinte años, más del 50% del gasto de los argentinos en el exterior se realizó en los países limítrofes en lugar de los no limítrofes. En consecuencia, a pesar del pronunciado aumento de la tasa de crecimiento de las salidas a partir de 2010, la tasa de crecimiento del gasto no tuvo similar comportamiento puesto que el flujo de salidas fue canalizado hacia mercados "más económicos" (como son los países limítrofes).





A pesar de observarse elevadas tasas anuales promedio de crecimiento de la salida de argentinos y de divisas tanto en el período 1990-1999 como en el lapso 2002-2013, las causas que explican tales comportamientos se apoyan en justificaciones diferentes. En efecto, mientras que la principal variable en que se apoyó la dinámica observada para el primero de los períodos (es decir, durante 1990-1999) fue el alto poder de compra del peso argentino frente a otras monedas (como

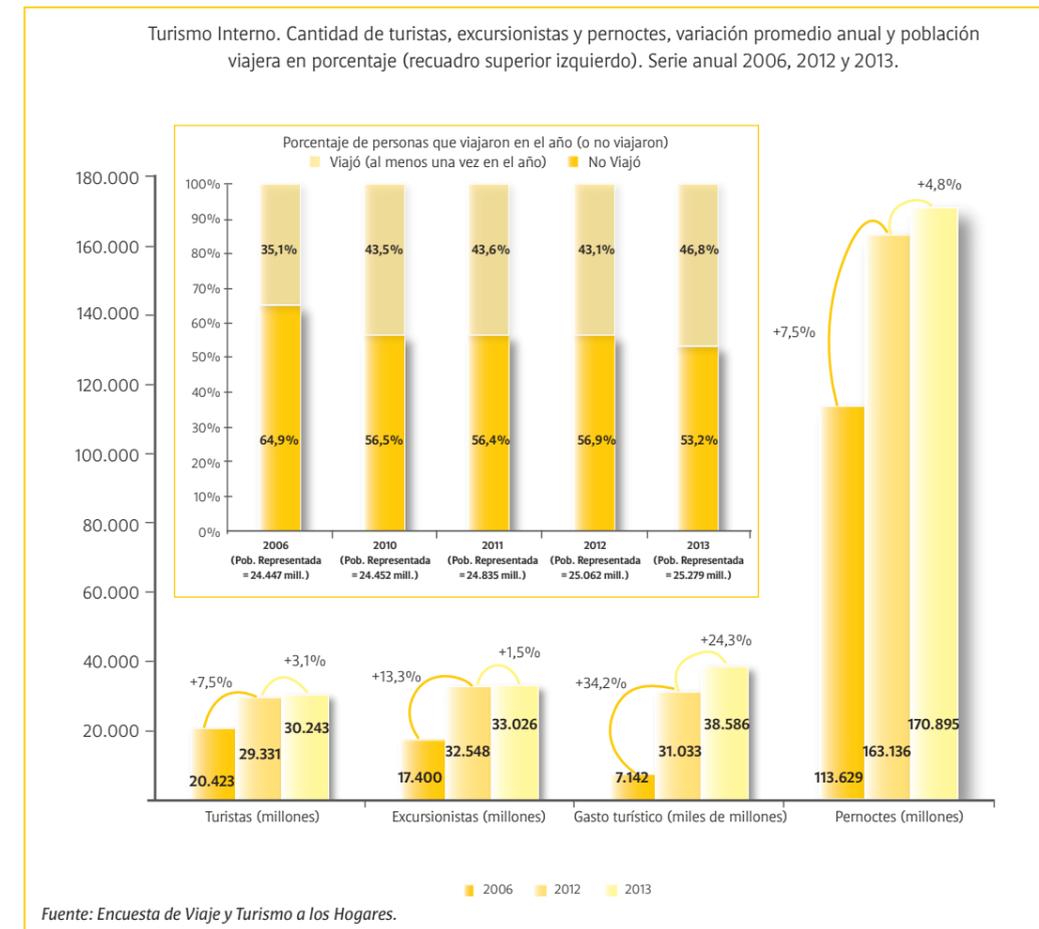
consecuencia de la implementación de la Convertibilidad, Argentina finalizó ese período con un tipo de cambio fuertemente apreciado), para el segundo período (es decir, entre 2002-2013), el principal motor de las tasas de crecimiento del turismo emisor fue el fuerte crecimiento económico incluso que mejoró el ingreso per cápita de los argentinos posibilitando especialmente la incorporación de aquellos estratos sociales que antes no tenían acceso a viajar hacia otros países.

9.3.2. El turismo interno

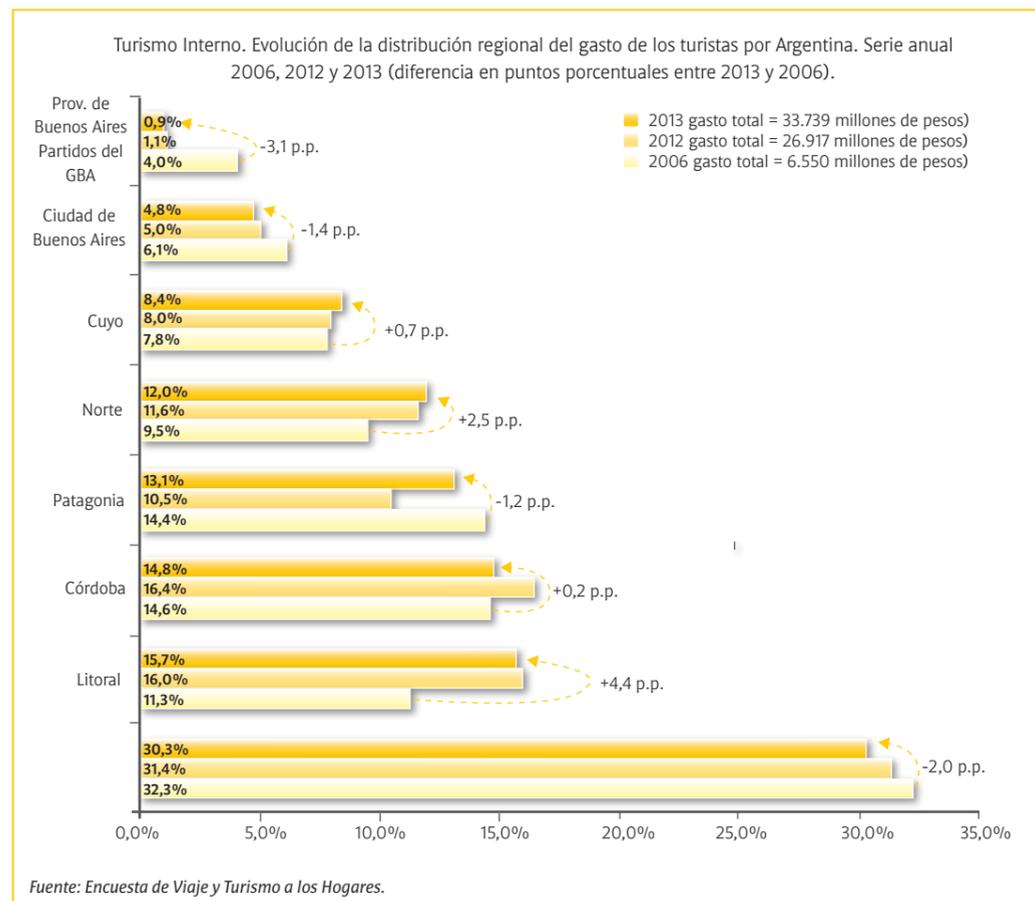
La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) fue realizada por primera vez en el año 2006 y luego, se llevó a cabo de forma continua desde 2012 en adelante.¹¹ A partir de los resultados de esta encuesta nacional se han registrado, entre otras variables de relevancia turística, la cantidad de turistas argentinos que recorrieron el país, de excursionistas, su gasto asociado y los pernóctes. Puede observarse del gráfico siguiente que tanto la cantidad de turistas, de excursionistas, pernóctes y gasto turístico han aumentado sistemáticamente desde 2006 hasta 2013 (último dato anual disponible), si bien es cierto que la tasa promedio anual de crecimiento ha descendido (por ejemplo, en términos del aumento promedio de la cantidad de turistas, la tasa anual media entre 2006 y 2012 fue de 7,5% mientras que entre ese último año y 2013 bajó a menos de la mitad: 3,1%).

El gráfico también permite notar que la cantidad de personas que han realizado al menos un viaje (es decir, la “población viajera” del país) registra constantes aumentos año tras año (con un leve estancamiento en 2012). De esta manera, por ejemplo, entre 2006 y 2013, se observa que la población de argentinos que se ha incorporado al turismo ha crecido en 12 puntos porcentuales.

¹¹ En 2011 se realizó durante el primer cuatrimestre del año.



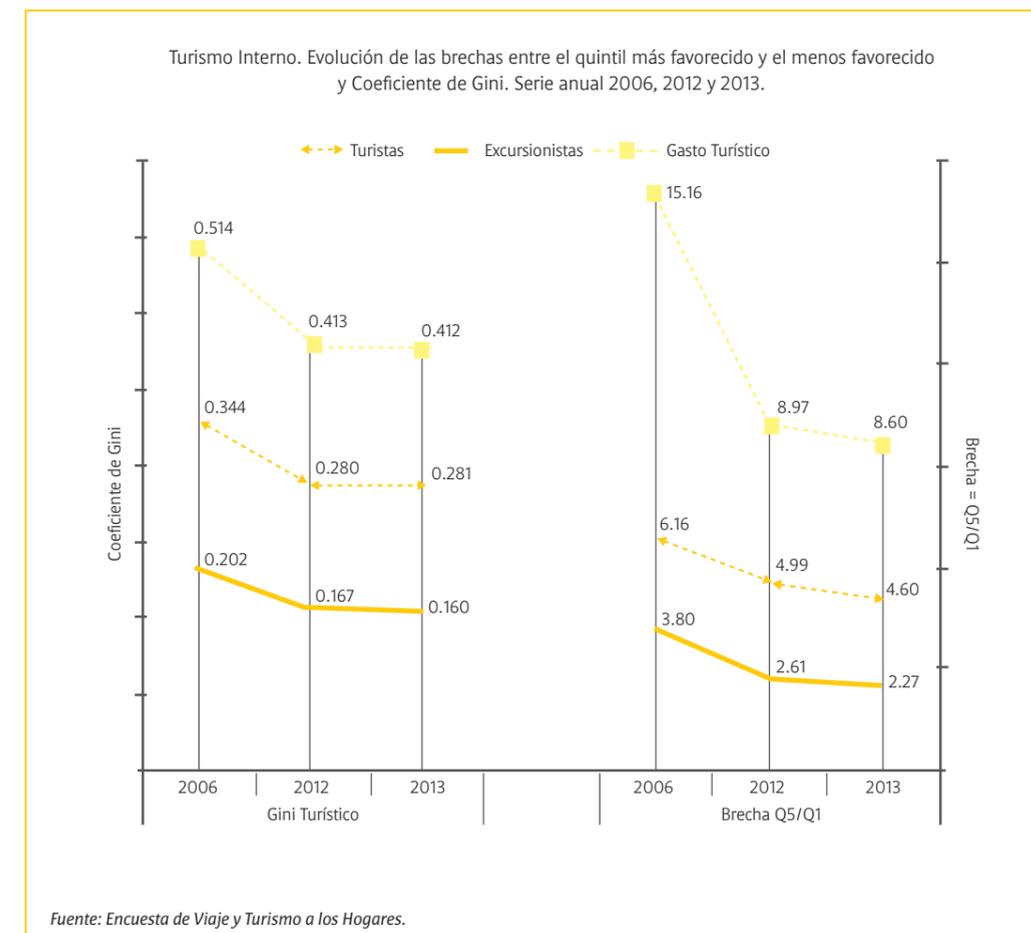
Es relevante analizar la estructura de la evolución del gasto por región de destino. Se registra que entre 2012 y 2013 el gasto turístico se distribuyó más homogéneamente entre las distintas regiones reduciéndose en aquellas que históricamente concentraron el mayor gasto (interior de la Prov. de Bs. As., Córdoba y Litoral) y aumentando en las que tradicionalmente tuvieron menores participaciones (Norte, Cuyo y Patagonia).



El mayor acceso al turismo señalado anteriormente durante los últimos siete años se caracteriza por no haber sido para unos pocos privilegiados, sino que, por el contrario, se ha registrado un mayor acceso al turismo respecto de los sectores de menores recursos. En efecto, el gráfico a continuación permite observar la evolución de dos indicadores de desigualdad en la distribución de ingresos: el Coeficiente de Gini y el de brechas que

considera la distancia entre el quintil más rico de la población respecto del menos favorecido.¹² Puede notarse que, cualquiera sea el indicador que se considere (sea el análisis de brechas o el Coeficiente de Gini), el aumento de la población viajera señalado anteriormente ha tenido un claro sesgo inclusivo, favoreciéndose a los sectores menos pudientes. En efecto, por ejemplo, al examinarse las brechas entre ambos quintiles de ingresos

extremos de la población se observa su tendencia decreciente durante todo el período 2006-2013 tanto para la cantidad de turistas, de excursionistas o para el monto del gasto turístico. Similarmente, el estudio del Coeficiente de Gini registra una evolución análoga, aunque se evidencia cierto estancamiento en 2013 respecto de 2012 (excepto para la cantidad de excursionistas que continuó su tendencia hacia la baja).



¹² Un indicador comúnmente utilizado al momento de analizar la distribución del ingreso (u otras variables) es el Coeficiente de Gini. El cálculo de este coeficiente no sólo toma en consideración los quintiles extremos (como el análisis de brechas), sino a toda la población. Este indicador varía entre 0 (igualdad perfecta) y 1 (desigualdad absoluta).

En resumen, como se observó anteriormente, los últimos años del turismo interno argentino estuvieron signados por las siguientes características:

- 1) Fuerte crecimiento.
- 2) Redistribución territorial hacia las economías regionales.
- 3) Reducción de la estacionalidad.
- 4) Inclusión de clases sociales que históricamente no tenían la posibilidad de acceder al turismo.
- 5) Acelerado aumento de la población viajera.

9.3.3. La política de feriados y el impacto de los fines de semana largos en el turismo interno de Argentina

Uno de los factores fundamentales para explicar el fuerte crecimiento del turismo interno ha sido la

política de feriados instrumentada en el año 2010. En efecto, con el objetivo de darle previsibilidad al calendario de feriados y fines de semana largos de Argentina, se reemplazó una gran cantidad de normativa vigente sobre feriados y fines de semana largos, estableciendo la obligación de sancionar calendarios trienales que fijan la ubicación de la totalidad de feriados y días no laborables por los siguientes tres años (para dicho período), a fin de facilitarle a la población la planificación de las actividades laborales o de ocio con la antelación necesaria. En este sentido, la nueva normativa estableció un total de 14 feriados inamovibles, incluyendo dos feriados puente turísticos por año, lo que reduce a 3 el número de feriados trasladables.

Los impactos de la medida han sido multidimensionales y recorren transversalmente a un amplio conjunto de sectores productivos y sociales. Si bien es muy difícil establecer un balance certero (y que abarque todas estas dimensiones) sobre los efectos de los feriados y días no laborables, distintos estudios han permitido corroborar el cumplimiento de seis postulados; a saber:

- 1) Los feriados generan un **aumento del turismo**.
- 2) El turismo de fines de semana largos **redistribuye mejor la riqueza**.
- 3) Los fines de semana largos **desestacionalizan la demanda turística**.
- 4) El calendario previsible **compensa potenciales efectos negativos sobre la producción**.
- 5) Los nuevos feriados **equiparan a la Argentina con respecto al resto del mundo en el número de días no trabajados por año**.
- 6) Los feriados **mejoran la calidad de vida de la población**.

Concretamente, la validez de este conjunto de ideas fuerza ha sido corroborada a través de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH). En primer término, de acuerdo con los datos de la

EVyTH, importa remarcar el impacto en términos de movimiento turístico que los fines de semana largos (creados producto de la fijación de los feriados) han tenido en el total del turismo interno. Si bien la cantidad de fines de semana largos ha variado año a año, los datos indican que su peso ha estado alrededor del 30% de los viajes turísticos de un año.¹³

Las cifras sobre el desempeño del turismo obtenidas a partir de la EVyTH muestran también, que el consumo turístico realizado en los fines de semana largos generó una redistribución territorial de recursos desde los centros urbanos (que son los principales emisores de turismo y dónde se concentra un mayor ingreso per cápita) hacia las economías regionales. Por ejemplo, sólo en el año 2012, los destinos turísticos de los distintos puntos del país recibieron una inyección de recursos de \$ 8.000 millones. Esto promueve el nacimiento de nuevos destinos turísticos y fortalece a los ya existentes. Dada la corta extensión de los viajes de fines de semana largos la redistribución observada se produce principalmente dentro de las propias regiones de residencia de los turistas, y en menor medida entre distintas regiones del país.

Asimismo, los resultados de la EVyTH muestran que en 2012 la distribución temporal del turismo a lo largo del año se ha visto mejorada como resultado de la política de ordenamiento de los feriados y días no laborables. Efectivamente, los viajes, producto de los fines de semana largos, se han distribuido de forma pareja a lo largo del año, mientras que el turismo fuera de los fines de semana largos se concentró en más de un 50% sólo en el primer trimestre del año. De esta manera, la política de ordenamiento de los feriados funciona como un desestacionalizador del turismo, haciendo crecer en importancia a los meses fuera de la temporada estival. El sostenimiento de la cantidad de viajes a lo largo del año estabiliza la demanda en las regiones de destino apuntalando el crecimiento económico, aumentando la eficiencia en la

utilización de recursos y, especialmente, contribuyendo a la estabilidad del empleo.

La existencia de un calendario previsible de feriados permite, además, la planificación productiva por parte de las empresas, con suficiente tiempo, de forma tal de adoptar diferentes estrategias para reorganizar su producción con el fin de evitar la caída de su actividad. Además, el mayor tiempo disponible para el descanso y recreación producto del ordenamiento de los feriados, favorece el rendimiento laboral de los trabajadores al aumentar su productividad. De esta forma, los posibles efectos negativos sobre la producción como resultado de una mayor cantidad de feriados, se verían compensados por la intensificación de las tareas durante días de trabajo, una mayor productividad laboral, la reorganización del esquema productivo, el incremento las horas extra, etc.

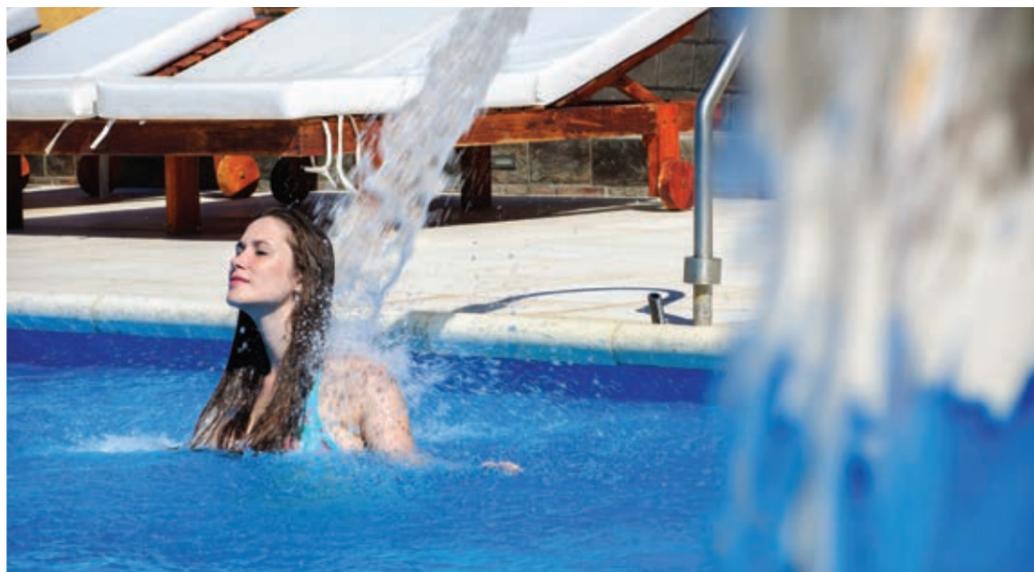
La política de ordenamiento de feriados equipara a la Argentina con respecto al resto del mundo en términos del total de días no trabajados a lo largo del año (es decir, considerando la suma de días de vacaciones y feriados). En estos términos, con el ordenamiento, al incrementarse el número de feriados, se redujo la brecha existente con otros países de la región y del mundo. Por ejemplo, teniendo en cuenta solamente el total de días feriados (es decir, no considerando los días no trabajados debido a vacaciones y otros motivos), en el año 2013, Argentina contó con un total de 19 feriados¹⁴, mientras que en otros países se observa que: Brasil tiene 11 feriados, Chile 14, China 21, Colombia 18, Japón, Rusia y Corea del Sur 15. Sin embargo, si comparamos conjuntamente a los feriados y días de vacaciones, resulta que Argentina se alinea al resto del mundo ya que cuenta con 34 días no trabajados (considerando 19 feriados y 15 días hábiles de vacaciones), mientras que Bélgica tiene 30, Alemania posee 29, Francia 36, Finlandia 35, Italia 31, Japón 35, Portugal 35, Corea del Sur 34, Suecia 36 y el Reino Unido 36.

Por último, es relevante destacar que la existencia de feriados contribuye a mejorar la calidad de vida de la población, ya que permiten el descanso y el contacto con los familiares y amigos, y fomenta las actividades de recreación¹⁵. En particular, el ordenamiento de los feriados posibilita que un mayor número de personas pueda realizar más viajes durante el año, y por lo tanto, vivenciar nuevas y variadas experiencias.

9.3.4. Caracterización de los Destinos Turísticos siguiendo el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2011

Este apartado presenta una caracterización de los destinos de los viajes y las visitas de un día relevados en la EVyTH clasificados en función de los componentes (áreas, travesías, puertas y corredores) del Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS)¹⁶.

¹³ Concretamente, el año 2012 contó con 12 fines de semana largo y, por tanto, el peso del movimiento turístico generado por estos fines de semanas en el total del año fue del 33,1% (en términos de viajes con pernócte). Por otro lado, en el año 2013 se observaron la mitad de fines de semana largos que el año anterior. En este caso, el movimiento turístico generado por estos fines de semanas fue del 26,3%.



Termas de Río Hondo, Santiago del Estero.

¹⁴ Estos 19 feriados están compuestos por 17 feriados "permanentes" (es decir, que están presentes todos los años) y 2 feriados conmemorativos por el cumplimiento de los 200 años de la Asamblea General Constituyente de 1813 y por el día de la Batalla de Salta.

¹⁵ Al respecto puede verse "Keeping in Touch - A Benefit of Public Holidays" (2006) de Joachim Merz y Lars Osberg. En el artículo los autores estudian el efecto positivo sobre el bienestar de la población generado por los días feriados al coordinar los momentos de ocio y permitir un fortalecimiento de los vínculos con familiares y amigos.

¹⁶ Actualización 2011.

En la tabla siguiente puede observarse que, en el Año 2013, el gasto turístico total del Interior de la Provincia de Buenos Aires fue de \$12.186 millones: dos de cada tres pesos (66,0%) fueron gastados en los destinos de la costa atlántica, donde llegaron tres de cada cinco turistas (58,4%) y se contabilizaron cuatro de cada cinco pernóctes (79,1%). Uno de cada cuatro turistas (24,5%) de esta región visitó la zona de Mar del Plata, en tanto que uno de cada cinco (19,0%) fue a alguna localidad del partido de La Costa y uno de cada diez (10,7%) a Pinamar o Villa Gesell, mientras que el 4,2% se dirigió a la Costa atlántica bonaerense sur. El peso de la costa bonaerense se destaca a nivel nacional representando cerca de una quinta parte del volumen turístico.

Por otro lado, un cuarto (27,9%) de los turistas del Interior de la Provincia de Buenos Aires visitó destinos cercanos al Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), mientras que los turistas que eligieron las zonas serranas representaron el 4,0% del total de la región. Sin embargo, los destinos próximos al AMBA representan más de tres cuartas partes (79,1%) del total de excursionistas de la región y una casi un tercio del total nacional (29,4%).

De los 4,45 millones de turistas con destino en la provincia de Córdoba tres cuartas partes viajaron a alguna de las zonas serranas de la provincia. De este grupo, un tercio (32,9%) del total regional tuvo destino en el Valle de Punilla, mientras que una proporción algo mayor (43,2%) visitó alguno de los otros valles. Las zonas serranas fueron el destino de casi nueve de cada diez excursionistas de la provincia. En términos de gasto, pernóctes y visitantes estas zonas explican algo más de una décima parte del movimiento turístico interno (11,3%). La Ciudad de Córdoba absorbió una séptima parte de los turistas de la región (13,9%), mientras que uno de cada diez visita otro punto de la provincia (10,0%). En total en Córdoba se gastaron \$5.582 millones, de los cuales Valle de

Punilla absorbió un 43,2%, mientras que los otros valles cordobeses explicaron el 34,7% y la capital de la provincia el 14,0%.

La región Litoral recibió a casi uno de cada cinco turistas (18,6%) del año 2013 y una proporción similar de los excursionistas (17,6%) contabilizados entre los residentes de los grandes aglomerados urbanos del país. El Corredor Paraná/Paraguay, donde se ubican, entre otros destinos, las capitales de las provincias que componen la región y Rosario, fue el destino del 71,7% de los excursionistas y del 49,6% de los turistas que viajaron por la región. El área de Iguazú fue el destino del 5,7% de los turistas de la región aunque su participación en el gasto total regional se eleva hasta el 16,2%, lo que implica unos mil millones de pesos. Por otro lado, una quinta parte de los turistas de la región (19,8%) optó por localidades del Corredor del río Uruguay entrerriano.

Los 4,04 millones de turistas y los 4,26 millones de excursionistas de la región Norte dieron cuenta del 11,9% del gasto total del país y del 14,5% de los pernóctes. Poco menos de la mitad de turistas de la región eligieron los valles y sierras centrales (44,5%), en tanto que el 24,1% fue a la zona oriental de la región. El Valle de Lerma, donde se ubica la ciudad de Salta, recibió al 14,1% de los turistas (aunque su participación en el gasto se eleva hasta el 24,9%), mientras que a la zona de la quebrada de Humahuaca y la Puna llegaron el 8,0% de los turistas. La Provincia de La Rioja (que integra la región desde el año 2013, pues antes formaba parte de Cuyo) alcanzó una participación del 7,0% en el gasto turístico regional.

Casi dos millones y medio de turistas (2.37 millones) fueron a la región de Cuyo, destacándose la zona Oeste cuyano/Ruta 40, donde se registró el 61,4% de los turistas y el 67,9% del gasto turístico total de la región. Las sierras del noroeste de la provincia de San Luis recibieron al 29,1% del caudal de turistas.

La Patagonia fue el destino de 2,14 millones de turistas. La zona cordillerana de esta región recibió la mitad de los turistas (37,3% a la zona Cordillera norte y 13,6% a la zona Cordillera sur). Un 26,8% fue a la costa patagónica, la gran mayoría

de ellos a la zona Norte. El gasto turístico total de la Patagonia superó los cuatro mil quinientos millones de pesos (\$4.698 millones), de los cuales dos terceras partes fueron gastados en la zona cordillerana.

Turistas, excursionistas, pernóctes y gasto turístico en Argentina. Distribución según apertura de destinos MFOT/PFETS. Año 2013. En cantidades y en porcentaje.

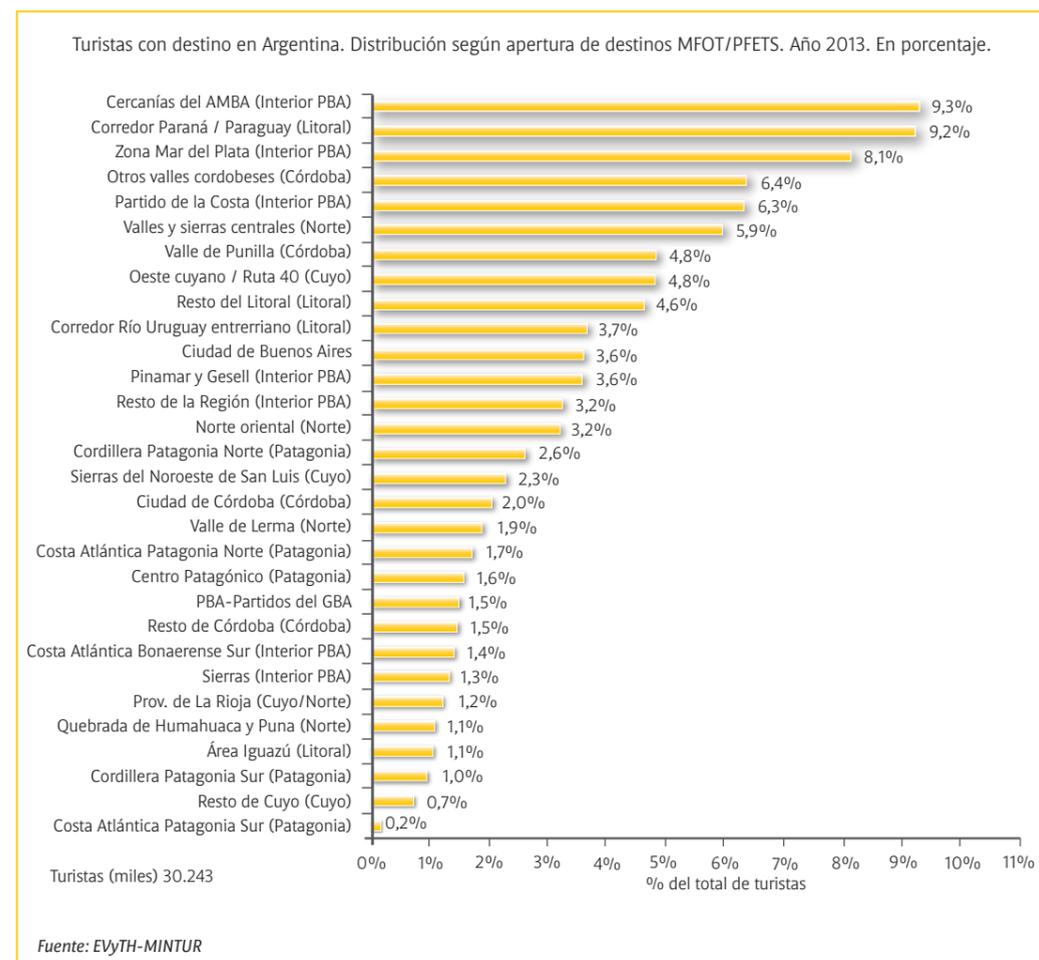
REGIÓN	APERTURA TRIMESTRAL	GASTO TURÍSTICO			EXCURSIONISTAS			TURISTAS			VISITANTES			PERNÓCTES		
		millones de \$	% del total nacional	% del total regional	miles	% del total nacional	% del total regional	miles	% del total nacional	% del total regional	miles	% del total nacional	% del total regional	miles	% del total nacional	% del total regional
Total		38586	100%		33026	100%		30243	100%		63269	100%		170895	100%	
Ciudad de Buenos Aires		1769	4,6%	100,0%	581	1,8%	100,0%	1094	3,6%	100,0%	1675	2,6%	100,0%	6910	4,0%	100,0%
Partidos del GBA (PBA)		352	0,9%	100,0%	672	2,0%	100,0%	450	1,5%	100,0%	1123	1,8%	100,0%	2971	1,7%	100,0%
Interior Pcia. de Bs. As.		12186	31,6%	100,0%	12256	37,1%	100,0%	10075	33,3%	100,0%	22331	35,3%	100,0%	59794	35,0%	100,0%
Cercanías del AMBA		2927	7,6%	24,0%	9699	29,4%	79,1%	2807	9,3%	27,9%	12507	19,8%	56,0%	7187	4,2%	12,0%
Zona Mar del Plata		3442	8,9%	28,2%	595	1,8%	4,9%	2464	8,1%	24,5%	3058	4,8%	13,7%	17911	10,5%	30,0%
Partido de la Costa		2398	6,2%	19,7%	150	0,5%	1,2%	1913	6,3%	19,0%	2063	3,3%	9,2%	16567	9,7%	27,7%
Pinamar y Gesell		1726	4,5%	14,2%	200	0,6%	1,6%	1081	3,6%	10,7%	1281	2,0%	5,7%	9104	5,3%	15,2%
Costa Atlántica bonaerense sur		481	1,2%	3,9%	338	1,0%	2,8%	427	1,4%	4,2%	766	1,2%	3,4%	3697	2,2%	6,2%
Sierras		425	1,1%	3,5%	438	1,3%	3,6%	401	1,3%	4,0%	839	1,3%	3,8%	1714	1,0%	2,9%
Resto de la región		786	2,0%	6,5%	836	2,5%	6,8%	982	3,2%	9,7%	1817	2,9%	8,1%	3614	2,1%	6,0%
Córdoba		5582	14,5%	100,0%	4324	13,1%	100,0%	4447	14,7%	100,0%	8771	13,9%	100,0%	23337	13,7%	100,0%
Valle de Punilla		2411	6,2%	43,2%	1906	5,8%	44,1%	1465	4,8%	32,9%	3371	5,3%	38,4%	8755	5,1%	37,5%
Otros valles		1938	5,0%	34,7%	1822	5,5%	42,1%	1922	6,4%	43,2%	3744	5,9%	42,7%	9500	5,6%	40,7%
Ciudad de Córdoba		782	2,0%	14,0%	125	0,4%	2,9%	618	2,0%	13,9%	743	1,2%	8,5%	3053	1,8%	13,1%
Resto de Córdoba		452	1,2%	8,1%	471	1,4%	10,9%	443	1,5%	10,0%	913	1,4%	10,4%	2030	1,2%	8,7%
Litoral		6193	16,1%	100,0%	5813	17,6%	100,0%	5631	18,6%	100,0%	11444	18,1%	100,0%	25874	15,1%	100,0%
Corredor río Uruguay entrerriano		1356	3,5%	21,9%	450	1,4%	7,7%	1112	3,7%	19,8%	1562	2,5%	13,7%	5217	3,1%	20,2%
Corredor Paraná / Paraguay		2774	7,2%	44,8%	4167	12,6%	71,7%	2793	9,2%	49,6%	6960	11,0%	60,8%	13676	8,0%	52,9%
Área Iguazú		1001	2,6%	16,2%	2	0,0%	0,0%	321	1,1%	5,7%	323	0,5%	2,8%	1845	1,1%	7,1%
Resto del Litoral		1061	2,8%	17,1%	1194	3,6%	20,5%	1404	4,6%	24,9%	2598	4,1%	22,7%	5136	3,0%	19,9%
Norte		4599	11,9%	100,0%	4262	12,9%	100,0%	4039	13,4%	100,0%	8301	13,1%	100,0%	24802	14,5%	100,0%
Quebrada de Humahuaca y Puna		355	0,9%	7,7%	330	1,0%	7,7%	325	1,1%	8,0%	655	1,0%	7,9%	1724	1,0%	6,9%
Valle de Lerma		1146	3,0%	24,9%	798	2,4%	18,7%	571	1,9%	14,1%	1370	2,2%	16,5%	4337	2,5%	17,5%
Valles y sierras centrales		1788	4,6%	38,9%	2342	7,1%	55,0%	1797	5,9%	44,5%	4139	6,5%	49,9%	11282	6,6%	45,5%
Norte oriental		988	2,6%	21,5%	535	1,6%	12,6%	971	3,2%	24,1%	1507	2,4%	18,2%	5556	3,3%	22,4%
Prov. de La Rioja		322	0,8%	7,0%	257	0,8%	6,0%	374	1,2%	9,3%	631	1,0%	11,0%	1904	1,1%	7,7%
Cuyo		3207	8,3%	100,0%	3373	10,2%	100,0%	2372	7,8%	100,0%	5745	9,1%	100,0%	13435	7,9%	100,0%
Sierras del noroeste de San Luis		800	2,1%	25,0%	584	1,8%	17,3%	691	2,3%	29,1%	1275	2,0%	22,2%	4535	2,7%	33,8%
Oeste cuyano / Ruta 40		2176	5,6%	67,9%	2402	7,3%	71,2%	1457	4,8%	61,4%	3859	6,1%	67,2%	8101	4,7%	60,3%
Resto de Cuyo		230	0,6%	7,2%	388	1,2%	11,5%	223	0,7%	9,4%	611	1,0%	10,6%	799	0,5%	5,9%
Patagonia		4698	12,2%	100,0%	1745	5,3%	100,0%	2135	7,1%	100,0%	3880	6,1%	100,0%	13772	8,1%	100,0%
Cordillera Patagonia Norte		2199	5,7%	46,8%	35	0,1%	2,0%	796	2,6%	37,3%	832	1,3%	21,4%	5940	3,5%	43,1%
Cordillera Patagonia Sur		921	2,4%	19,6%	394	1,2%	22,6%	290	1,0%	13,6%	683	1,1%	17,6%	1658	1,0%	12,0%
Costa Atlántica Patagonia Norte		846	2,2%	18,0%	650	2,0%	37,2%	519	1,7%	24,3%	1168	1,8%	30,1%	3309	1,9%	24,0%
Costa Atlántica Patagonia Sur		123	0,3%	2,6%	23	0,1%	1,3%	54	0,2%	2,5%	77	0,1%	2,0%	327	0,2%	2,4%
Centro patagónico		609	1,6%	13,0%	643	1,9%	36,9%	477	1,6%	22,3%	1120	1,8%	28,9%	2539	1,5%	18,4%

Fuente: EYyTH-MINTUR

En lo que resta de este apartado se analizarán las principales características de los turistas residentes en los grandes aglomerados urbanos del país según el destino MFOT/PFETS en que se ubicaba la ciudad o localidad que constituyó el destino principal de su viaje realizado en el año 2013.

En el gráfico siguiente puede observarse que casi uno de cada diez turistas visitó localidades cercanas

al AMBA (9,3%) o bien viajaron a localidades linderas con los ríos Paraná o Paraguay (9,2%) y una proporción apenas menor visitó la zona de Mar del Plata (8,1%). En un segundo escalón se encuentran el conjunto de los Otros valles cordobeses (6,4%), los Valles y sierras centrales del Norte (5,9%), el Valle de Punilla (4,8%) y el Oeste cuyano / Ruta 40 (4,8%).¹⁷



17 En lo que sigue, en general, no se hará referencia a los resultados correspondientes a los restos regionales. Tampoco a los valores correspondientes a la Costa atlántica Patagonia Sur, debido a su baja incidencia en el total. Referido a este último punto, cabe señalar que los resultados al interior del conjunto de los turistas contabilizados en cada destino MFOT/PFETS presentan diferentes niveles de robustez estadística. En líneas generales, cuanto mayor es la cantidad de turistas, o lo que es lo mismo, su participación sobre el total, en un destino, mayor fiabilidad (menor error estadístico) presentarán los datos.

Los turistas gastaron, en promedio, \$197 diarios y registraron una estadía media de 5,7 noches.

Las mayores estadías promedio, superiores a 7 noches, se registraron en los destinos de la costa atlántica bonaerense, en el Valle de Lerma y en los destinos de la Cordillera Patagónica Norte. En los destinos de la costa bonaerense, se registraron niveles de gasto diario promedio en torno o menores

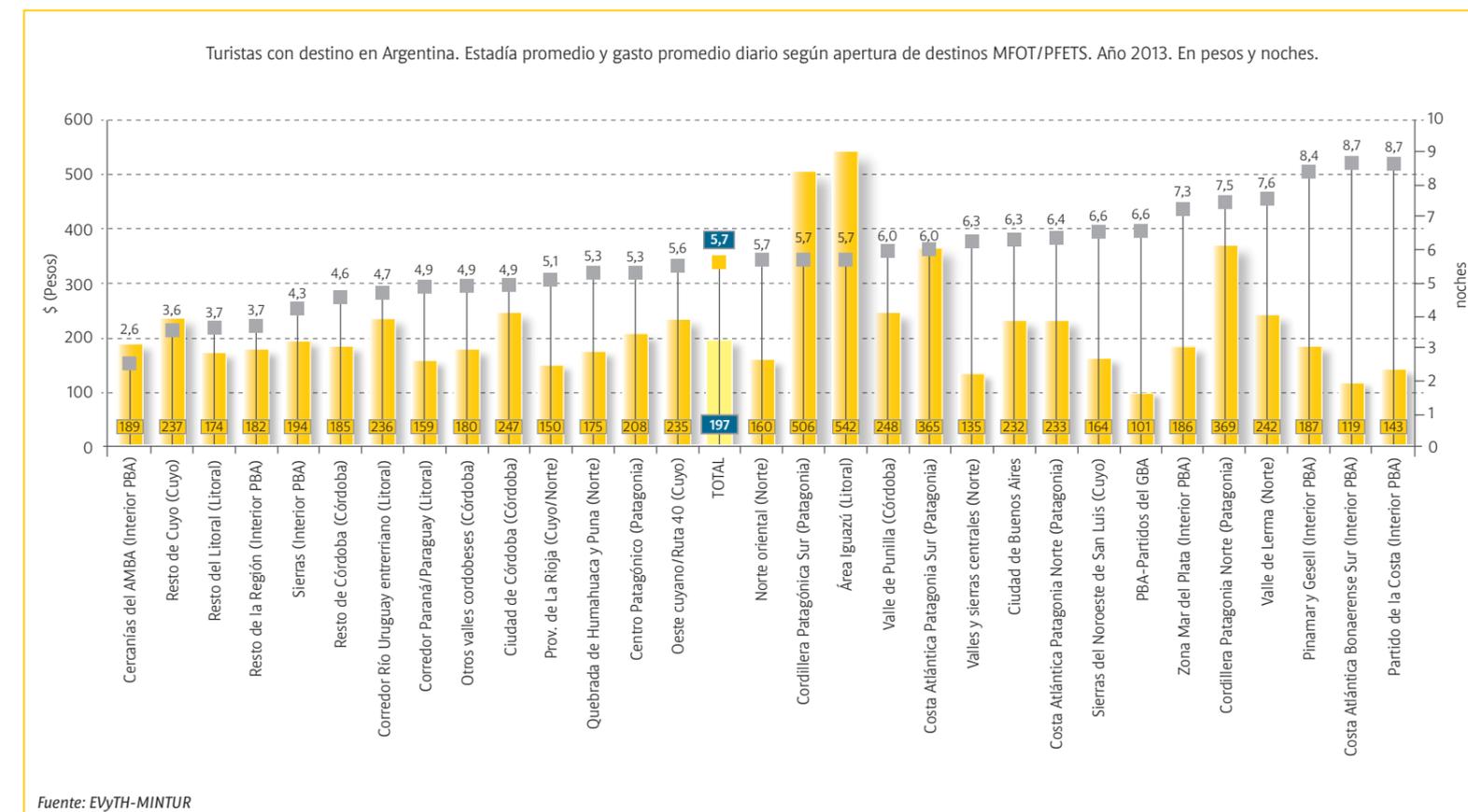
a la media, mientras que lo contrario ocurrió en la Cordillera Patagónica y en el Valle de Lerma.

Los turistas con destino en el Área Iguazú mostraron el mayor nivel de gasto diario (\$542), con una estadía promedio (5,7 noches) igual a la media, seguidos por quienes arribaron a la Cordillera Patagónica Sur (\$506) y Cordillera Patagónica Norte (\$369), al Valle de Punilla y a la Ciudad de Córdoba, destinos en los cuales el gas-

to promedio diario osciló en torno a los \$240.

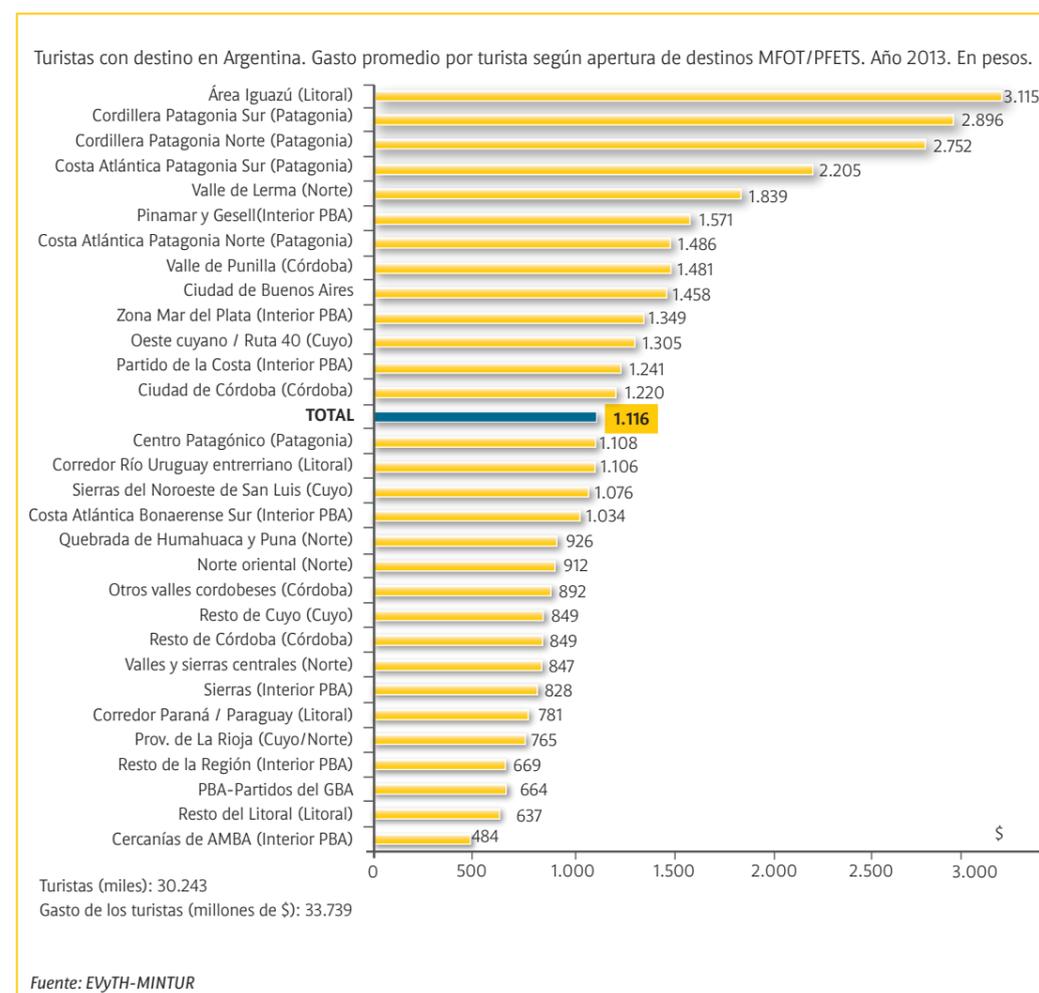
Las estadías promedio más cortas se registraron entre los turistas que visitaron ciudades de las Cercanías del AMBA (2,6 noches).

En la mayoría de las categorías que dan cuenta de los restos regionales se verificaron tanto estadías promedio como niveles de gasto diario por debajo de la media nacional.



Como muestra el gráfico siguiente, el gasto promedio por turista para el conjunto de los turistas se ubicó en \$1.116. Los mayores niveles de gasto por turista se registraron entre quienes se dirigieron al área Iguazú (\$3.115) seguido por los turistas de la cordillera patagónica (\$2.896 los del Sur y \$2.752 quienes fueron al Norte). En un segundo

escalón se encuentran los turistas que fueron a la Costa Atlántica Patagonia Sur (\$2.205), al Valle de Lerma (\$1.839) y a Pinamar y Gesell (\$1.571). En contrapartida, los turistas con destino en las Cercanías del AMBA muestran un gasto por turista (\$484) que no alcanza a la mitad del valor promedio nacional.



9.4. PROYECCIONES PARA EL TURISMO EN ARGENTINA

En el cuadro que sigue se presenta una actualización de las proyecciones del volumen de turistas y gasto turístico del turismo interno (residentes en viajes dentro del territorio nacional) y receptivo (no residentes en viajes dentro del territorio nacional),

al tiempo que se expande el período de estimación al año 2025. En ellas subyace una dinámica de la economía mundial que retoma la senda de crecimiento moderado sin comprometer las relaciones de competitividad entre los distintos países.

AÑOS	Turismo Receptivo				Turismo interno*			
	Llegadas de turistas no residentes a la Argentina	Var. %	Gasto de turistas no residentes (en millones de USD)	Var. %	Turistas internos	Var. %	Gasto de visitantes internos (en millones de \$)	Var. %
2014	5.935.331	13,1%	4.459	6,9%	28.923.565	-4,4%	49.235	27,6%
2015p	6.061.461	2,1%	4.554	2,1%	29.667.284	2,6%	60.705	23,3%
2016p	6.228.445	2,8%	4.680	2,8%	30.527.635	2,9%	70.711	16,5%
2017p	6.427.818	3,2%	4.829	3,2%	31.504.519	3,2%	80.198	13,4%
2018p	6.648.773	3,4%	4.995	3,4%	32.512.664	3,2%	90.958	13,4%
2019p	6.887.416	3,6%	5.175	3,6%	33.553.069	3,2%	103.162	13,4%
2020p	7.137.782	3,6%	5.363	3,6%	34.626.768	3,2%	117.003	13,4%
2021p	7.397.429	3,6%	5.558	3,6%	35.734.824	3,2%	132.701	13,4%
2022p	7.666.707	3,6%	5.760	3,6%	36.878.338	3,2%	150.505	13,4%
2023p	7.945.980	3,6%	5.970	3,6%	38.058.445	3,2%	170.698	13,4%
2024p	8.235.627	3,6%	6.188	3,6%	39.276.316	3,2%	193.600	13,4%
2025p	8.536.040	3,6%	6.413	3,6%	40.533.158	3,2%	219.575	13,4%
VAR MEDIA ANUAL	3,4%		3,4%		3,1%		14,6%	

* Las cifras del turismo interno se realizan sobre la base de a la población residente en capitales de provincia y aglomerados urbanos de más de cien mil habitantes del país, en conjunto representan dos tercios de la población argentina

Fuente: SSDT, MINTUR

- 10.1./ Mapa Federal de Oportunidades Turísticas.
- 10.2./ Acciones bilaterales internacionales.



10. APÉNDICE

turismo 2025



10.1. MAPA FEDERAL DE OPORTUNIDADES TURÍSTICAS

El Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) refleja en el territorio nacional, el tablero de actuaciones en el que -en coordinación con las regiones, provincias y localidades del país- se articula la gestión turística. Su versión original data del año 2005 y fue reformulado en el marco de la

primera actualización del PFETS en el 2011, como resultado de un proceso participativo y federal que permitió adecuar la visión territorial de los actores regionales a los nuevos escenarios y a los cambios resultantes del desarrollo logrado durante ese espacio temporal.



Tierra del Fuego - PH: Facundo Santana.

Integrado por un total de 271 componentes que cubren las 6 regiones turísticas argentinas, el MFOT se ha visto modificado en un solo aspecto significativo. La provincia de La Rioja, a partir de su redefinición geopolítica ha decidido en el año 2012 integrarse a la Región Norte, dejando de pertenecer a la Región Cuyo. Si bien este cambio excede las decisiones del ámbito turístico por tratarse de un objetivo de estrategia general a nivel provincial, tuvo impacto en la regionalización turística nacional. Por tanto, los componentes del espacio de esa provincia se trasladaron a la Región Norte, hecho que se ve reflejado en el nuevo diseño del Mapa.

En la actualidad, la versión del MFOT 2011 aún mantiene la vigencia en materia de gestión e inversión, dado que los tiempos de actuación así lo determinan dentro del horizonte de planeamiento del PFETS, encontrándose los procesos en una etapa significativa de avance que justifican conservar la organización actual del Mapa Federal de Oportunidades. Esta condición determina la preservación de los componentes del espacio turístico vigentes como sustento territorial de la gestión, reservando su revisión y adecuación para la próxima actualización del Plan. Es así que, durante el año 2016, coincidente con la finalización del Tiempo 2 (T2; 2012 - 2016) del MFOT, se prevé la revisión de los componentes del espacio a partir de un trabajo participativo que se organizará por regiones turísticas. De igual forma, se revisarán los componentes del tiempo 3 (T3; 2017-2020), y se incorporará un nuevo horizonte temporal (T4) para los años sucesivos de ejecución del Plan.

Junín de Los Andes, Neuquén
PH: Efraín Dávila.



10.

Referencias - Región Norte

- 1.1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
- 1.2. Circuito Transfronterizo Aguas Blancas
- 1.3. Área 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. Área Quebrada de Humahuaca
- 1.9. Puerta Salta y alrededores
- 1.10. Área Valle de Lerma
- 1.11. Puerta San Miguel de Tucuman
- 1.12. Área Yungas Tucumanas
- 1.13. Área Valles Calchaquies Sur
- 1.14. Área Santa María Amaicha del Valle
- 1.15. Área Valles Calchaquies Norte
- 1.16. Área 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 Río Hondo
- 1.23. Puerta Santiago del Estero
- 1.24. Puerta San Fernando del Valle de Catamarca
- 1.25. Área PN Copo
- 1.26. Área Salinas de Ambargasta
- 1.27. Área Sierras de Guasayán (El Portezuelo)
- 1.28. Circuito Transf. Paso de Jama - Atacama
- 1.29. Áreas de Salares y Volcanes de la Puna
- 1.30. Áreas Quebrada del Toro
- 1.31. Área 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 Callegua
- 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
- 1.46. Circuito Transfronterizo Pircas Negras
- 1.47. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo
- 1.48. Corredor de la Costa
- 1.49. Puerta La Rioja
- 1.50. Corredor de la Producción
- 1.51. Puerta Villa Unión
- 1.52. Área Los Llanos
- 1.53. Travesía RN 38 Córdoba - La Rioja - Catamarca
- 1.54. Corredor Patquía - Talampaya
- 1.55. Corredor Villa Unión - Valle Fértil
- 1.56. Puerta Chemical
- 1.57. Travesía RN 141

- 1.58. Corredor RN 40 Norte
- 1.59. Travesía RN 76 Villa Unión - Paso Pircas Negras

Referencias - Región Litoral

- 2.1. Puerta Iguazú
- 2.2. Área 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. Área Misiones Jesuíticas
- 2.9. Puerta Posadas
- 2.10. Circuito Transfronterizo Posadas - Encarnación
- 2.11. Travesía Costera RP 2
- 2.12. Área Ituzzaingó - Apipé
- 2.13. Área Esteros del Iberá
- 2.14. Área Solar de las Huellas
- 2.15. Puerta Corrientes - Resistencia
- 2.16. Puerta Ituzzaingó
- 2.17. Puerta Formosa
- 2.18. Puerta Clorinda -Asunción
- 2.19. Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo
- 2.20. Corredor Eje Capricornio
- 2.21. Área Bañado La Estrella
- 2.22. Área Impenetrable
- 2.23. Corredor RN 16
- 2.24. Área Gran Resistencia
- 2.25. Puerta Reconquista - Goya
- 2.26. Área 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. Área Gran Rosario
- 2.33. Área Gran Santa Fe
- 2.34. Área Circuitos Productivos Santaefecinos
- 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. Área 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 Gualeguaychú

- 2.53. Travesía Potencial RN 86
- 2.54. Travesía RN 34 Rosario - Santiago del Estero
- 2.55. Travesía Goya - Posadas
- 2.56. Área 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
- 2.62. Área Campo del Cielo

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 Mary 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 Camen 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. Área 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

- 4.13. Puerta Carlos Paz

- 4.14. Travesía RN 9
- 4.15. Corredor del Sur
- 4.16. Travesía RN 8
- 4.17. Área 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. Área Noroeste

Referencias - Región Cuyo

- 5.1. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo
- 5.2. Corredor Ischigualasto - Agua Negra
- 5.3. Corredor Villa Unión - Valle Fértil
- 5.4. Puerta Valle Fértil
- 5.5. Puerta San Juan
- 5.6. Área Gran San Juan
- 5.7. Travesía RN 141
- 5.8. Corredor Rodeo - Uspallata
- 5.9. Puerta Jáchal
- 5.10. Corredor San Juan - Merlo
- 5.11. Puerta San Luis
- 5.12. Área Gran San Luis
- 5.13. Área Sur de San Luis
- 5.14. Área Sierras de San Luis
- 5.15. Área Merlo
- 5.16. Travesía RN 146 San Luis - San Rafael
- 5.17. Travesía RN 188
- 5.18. Corredor de los Comechingones
- 5.19. Puerta Mendoza
- 5.20. Corredor Hualtarán
- 5.21. Circuito Transfronterizo Cristo Redentor
- 5.22. Puerta Merlo
- 5.23. Área Valle de Uco
- 5.24. Corredor Conlara
- 5.25. Puerta San Rafael
- 5.26. Travesía RP 20 y 10 San Luis - La Punilla
- 5.27. Puerta Villa Mercedes
- 5.28. Puerta Malargüe
- 5.29. Área Malargüe
- 5.30. Travesía RN 142 Mendoza - Encon
- 5.31. Corredor RN 40 Cuyo
- 5.32. Área Gran Mendoza
- 5.33. Circuito Transfronterizo Paso Pehuenche
- 5.34. Travesía RP 153 Catitas - Monte Comián
- 5.35. Área Tierras del Este
- 5.36. Corredor San Juan - Valle Fértil
- 5.37. Travesía RN 143
- 5.38. Corredor Bioceánica RN 7 Cuyo
- 5.39. Área San Rafael - Gral. Alvear
- 5.40. Corredor San Rafael - El Sosneado

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 13 y RN 22
- 6.7. Puerta Neuquén Cipolletti
- 6.8. Corredor Neuquén Norte
- 6.9. Puerta Villa Pehuenia
- 6.10. Área Copahue - Cavihue
- 6.11. Corredor del Valle de Río Negro y Neuquén
- 6.12. Puerta Barancas
- 6.13. Corredor del Limay
- 6.14. Circuito Transf. 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 Galese
- 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. Cto. Transf. Punta Arenas Tollhuín 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
- 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 Caldrenal
- 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



Mapa Federal de Oportunidades Turísticas - MFOT



Clasificación de componentes del espacio turístico



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial



Actual



Potencial

Corredor turístico:

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.

Área de uso turístico 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.

Área de uso turístico potencial:

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 aun suficiente entidad.

Circuitos turísticos marítimos-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.

Travesías:

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.

Travesías con vocación turística:

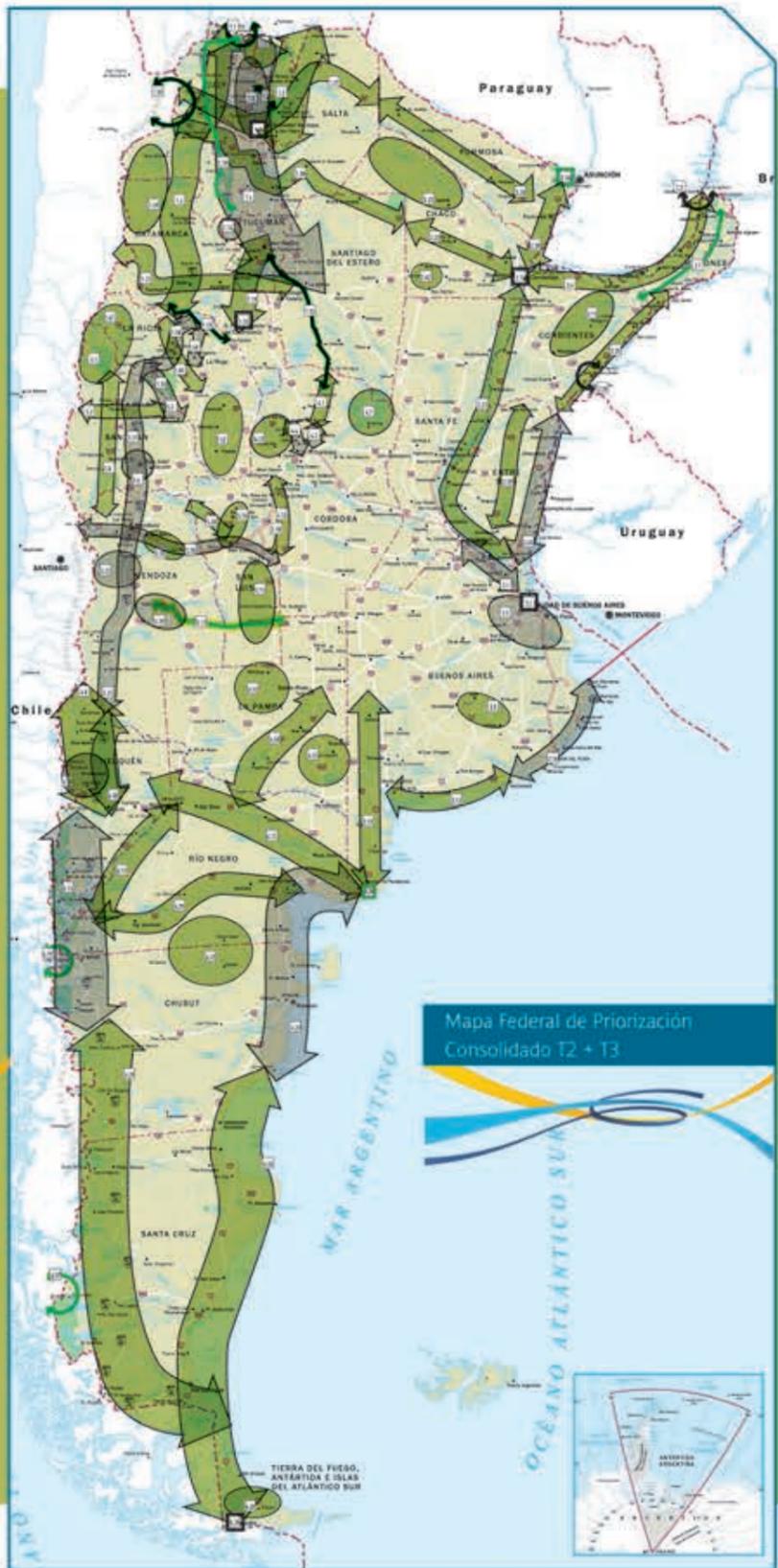
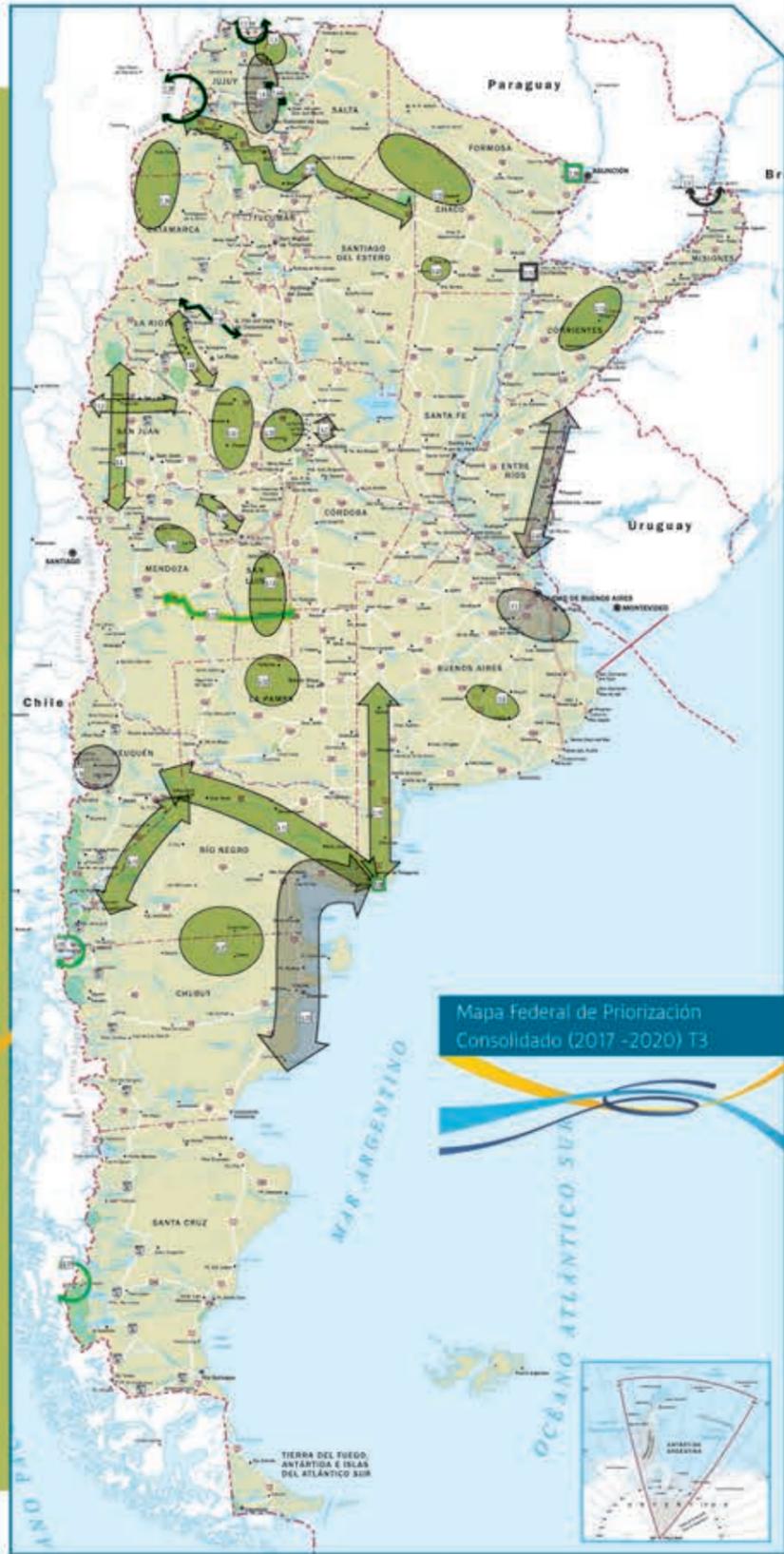
Ejes viales destacados por contener una concentración importante de atractivos y servicios a lo largo de su recorrido, susceptibles de convertirse en el mediano y largo plazo en corredores turísticos. En el caso de contener solamente atractivos turísticos son consideradas como "travesías potenciales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

Circuitos transfronterizos o integrados:

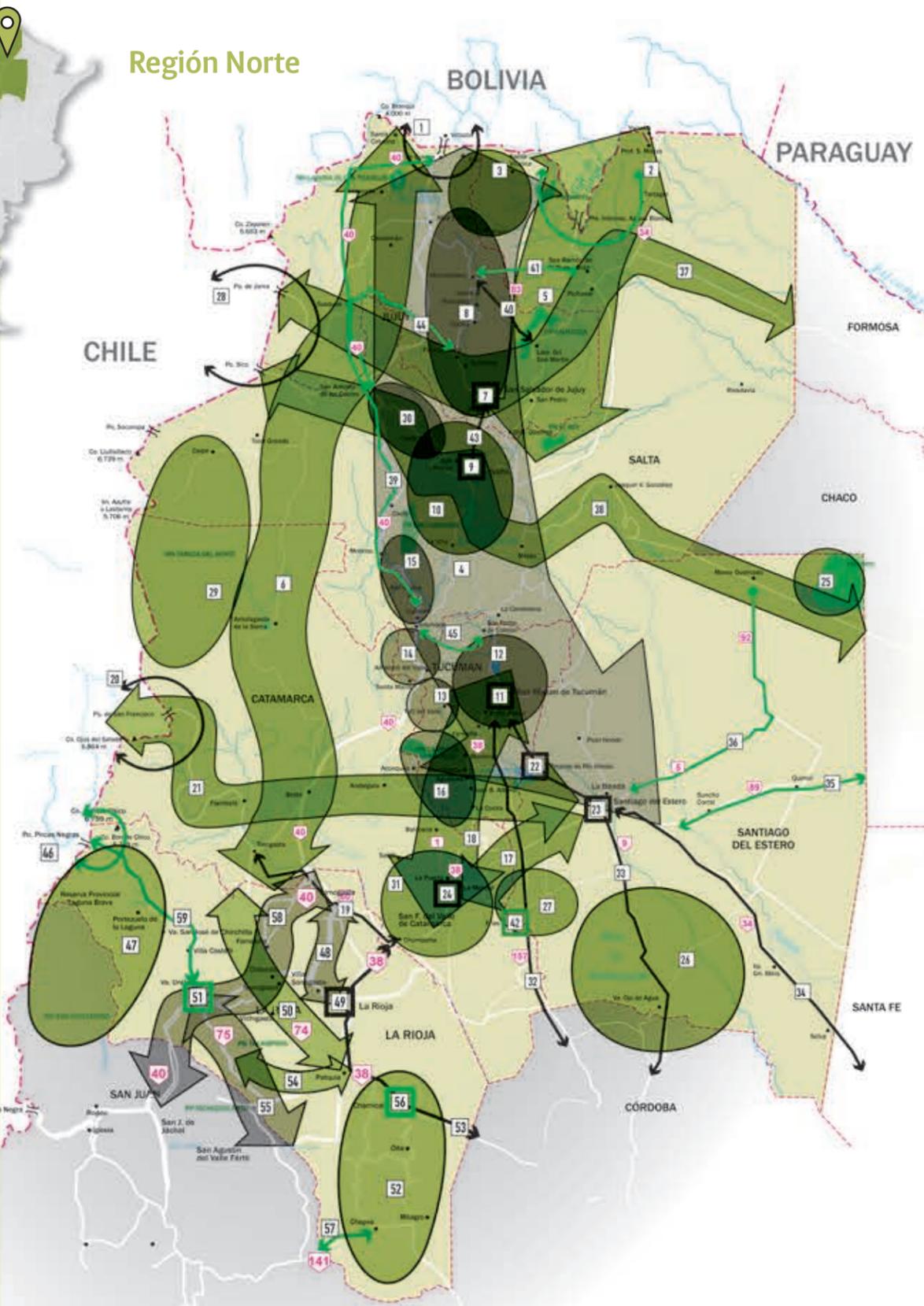
Oferta turística binacional fronteriza organizada en un recorrido turístico, que se caracteriza por tener un eje rector geográfico y temático de diagramación lineal o circular, dependiente de la conectividad, de la ubicación de los atractores y de la disposición de los núcleos urbanos proveedores de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

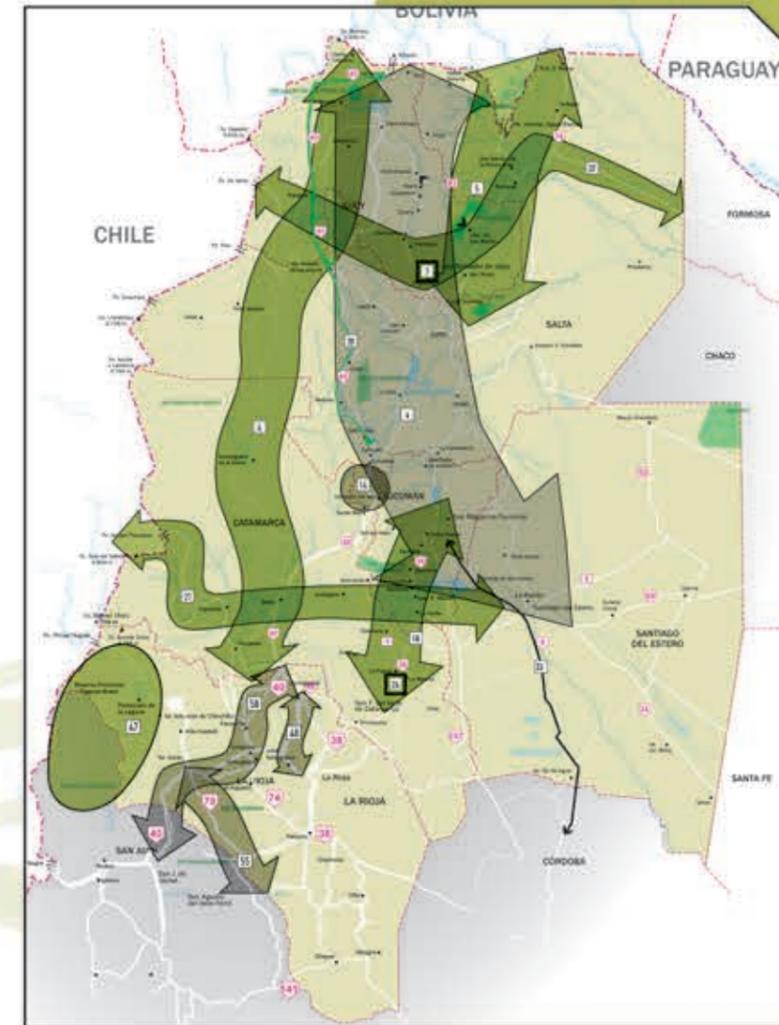


Región Norte



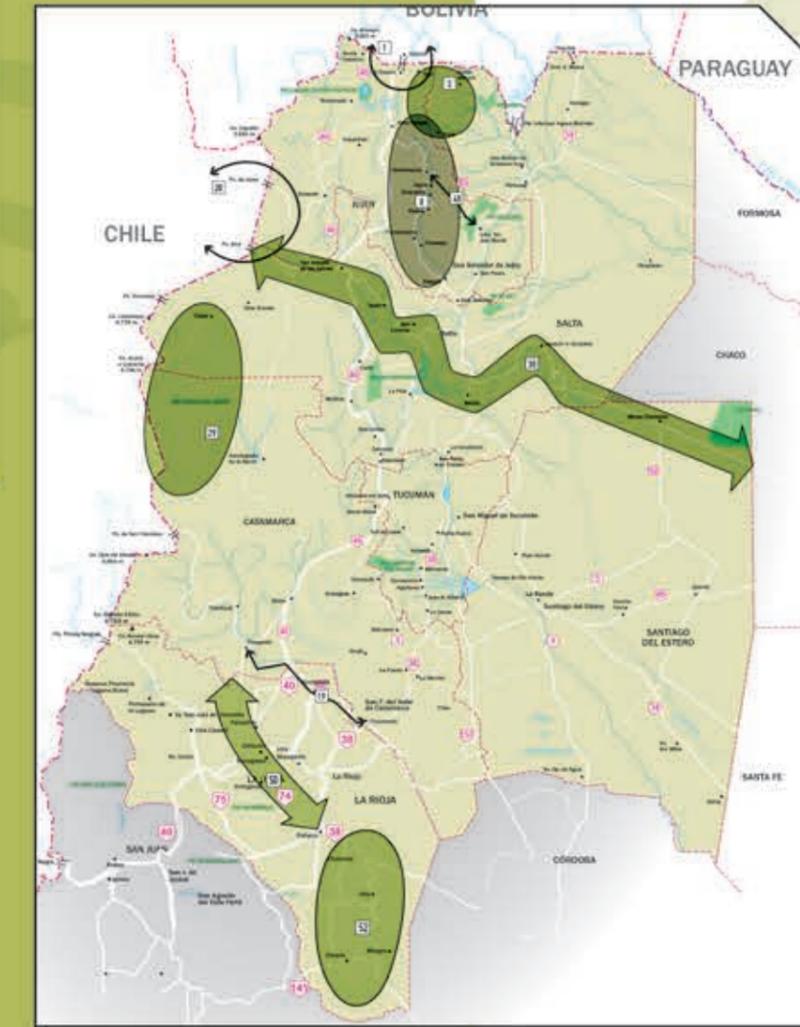
Referencias - Región Córdoba

- 1.1. Circuito Transfronterizo La Quiaca
- 1.2. Circuito Transfronterizo Aguas Blancas
- 1.3. Área 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. Área Quebrada de Humahuaca
- 1.9. Puerta Salta y alrededores
- 1.10. Área Valle de Lerma
- 1.11. Puerta San Miguel de Tucumán
- 1.12. Área Yungas Tucumanas
- 1.13. Área Valles Calchaquíes Sur
- 1.14. Área Santa María - Amaicha del Valle
- 1.15. Área Valles Calchaquíes Norte
- 1.16. Área 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 Transf. 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. Área PN Copo
- 1.26. Área Salinas de Ambargasta
- 1.27. Área Sierras de Guasayán (El Portezuelo)
- 1.28. Circuito Transfronterizo Paso de Jama - Atacama
- 1.29. Áreas de Salares y Volcanes de la Puna
- 1.30. Área Quebrada del Toro
- 1.31. Área 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 Pumamarca - San Antonio de los Cobres
- 1.45. Travesía San Pedro de Colalao - Tolombón
- 1.46. Circuito Transfronterizo Pircas Negras
- 1.47. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo (igual a 5.1)
- 1.48. Corredor de la Costa
- 1.49. Puerta La Rioja
- 1.50. Corredor de la Producción
- 1.51. Puerta Villa Unión
- 1.52. Área Los Llanos
- 1.53. Travesía RN 38 Córdoba - La Rioja - Catamarca
- 1.54. Corredor Patquía - Talampaya
- 1.55. Corredor Villa Unión - Valle Fértil (igual a 5.3)
- 1.56. Puerta Chemical
- 1.57. Travesía RN 141 (igual a 5.7)
- 1.58. Corredor RN 40 Norte
- 1.59. Travesía RN 76 Villa Unión - Paso Pircas Negras



Región Norte - T2 (2012 - 2016)

- 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
- 1.47. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo
- 1.48. Corredor de la Costa
- 1.55. Corredor Villa Unión - Valle Fértil
- 1.58. Corredor RN 40 Norte

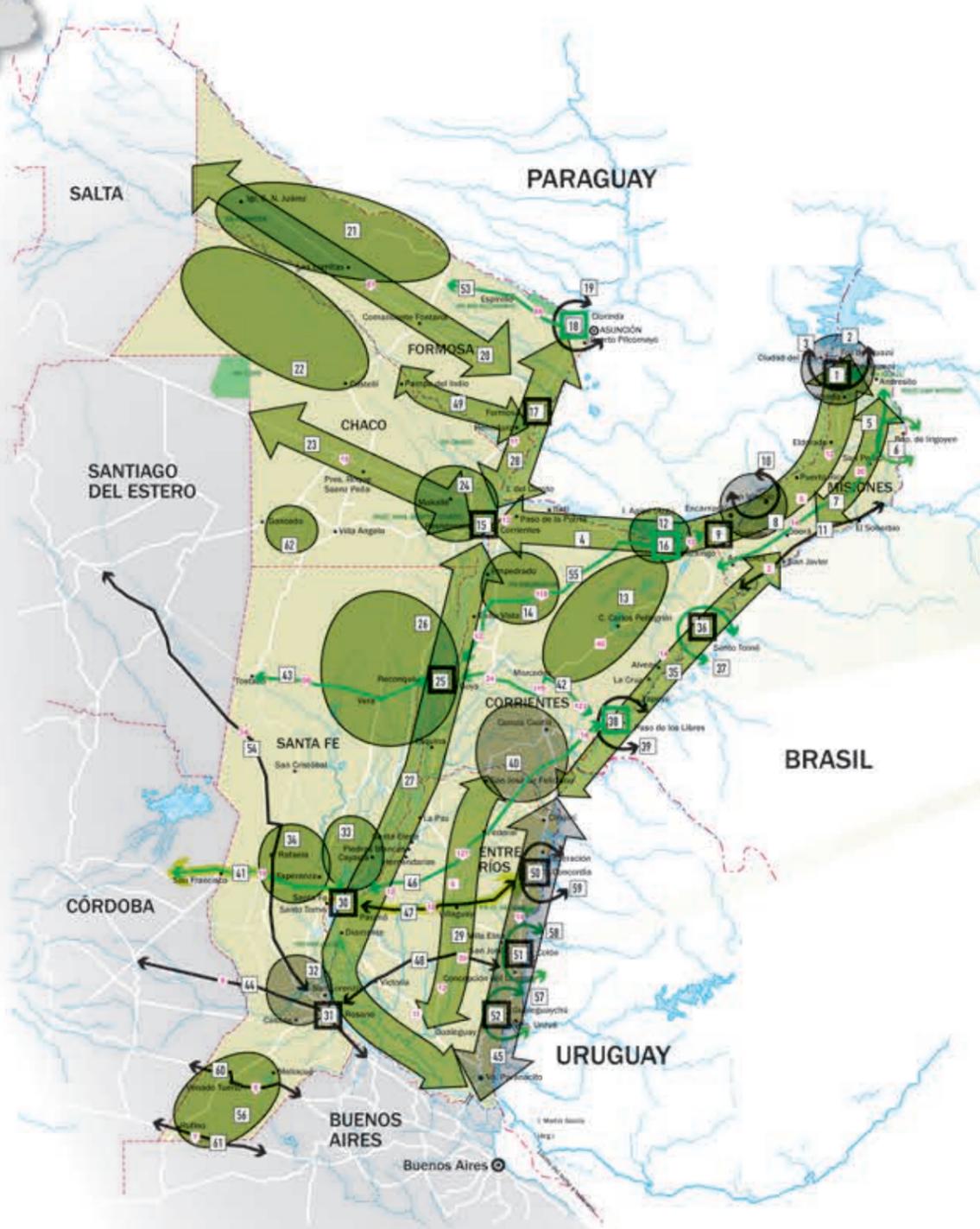


Región Norte - T3 (2017 - 2020)

- 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
- 1.50. Corredor de la Producción
- 1.52. Área Los Llanos



Región Litoral



Referencias - Región Litoral

- 2.1. Puerta Iguazú
- 2.2. Área 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. Área Misiones Jesuíticas
- 2.9. Puerta Posadas
- 2.10. Circuito Transfronterizo Posadas - Encarnación
- 2.11. Travesía Costera RP 2
- 2.12. Área Ituzingó - Apipé
- 2.13. Área Esteros del Iberá
- 2.14. Área Solar de las Huellas
- 2.15. Puerta Corrientes - Resistencia
- 2.16. Puerta Ituzingó
- 2.17. Puerta Formosa
- 2.18. Puerta Clorinda - Asunción
- 2.19. Circuito Transfronterizo PN Pilcomayo
- 2.20. Corredor Eje Capricornio
- 2.21. Área Bañado La Estrella
- 2.22. Área Impenetrable
- 2.23. Corredor RN 16
- 2.24. Área Gran Resistencia
- 2.25. Puerta Reconquista - Goya
- 2.26. Área 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. Área Gran Rosario
- 2.33. Área Gran Santa Fe
- 2.34. Área 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. Área 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 Gualeguaychú
- 2.53. Travesía RN 86
- 2.54. Travesía RN 34 Rosario - Santiago del Estero (igual a 1.34)
- 2.55. Travesía Goya - Posadas
- 2.56. Área 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
- 2.62. Área Campo del Cielo



Región Litoral - T2 (2012 - 2016)

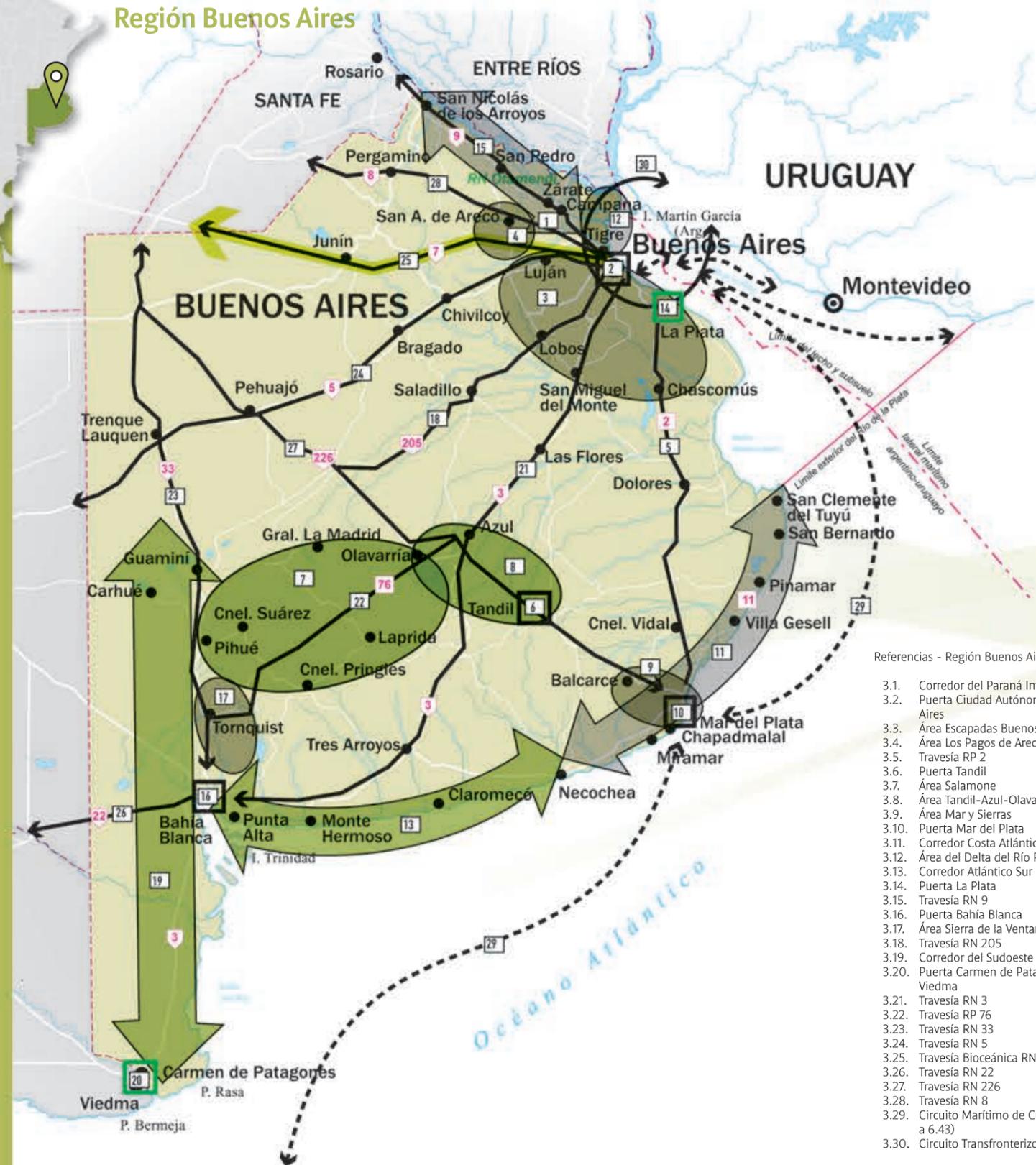
- 2.4. Corredor del Alto Paraná
- 2.7. Travesía Ruta de la Yerba Mate
- 2.20. Corredor Eje Capricornio
- 2.23. Corredor RN 16
- 2.27. Corredor del Paraná
- 2.28. Corredor del Río Paraguay
- 2.29. Corredor del Gualaguay
- 2.35. Corredor de las Misiones Correntinas
- 2.39. Circuito Transfronterizo Paso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

Región Litoral - T3 (2017 - 2020)

- 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
- 2.62. Área Campo del Cielo



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-Olavarria
- 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

Región Buenos Aires - T2 (2012 - 2016)



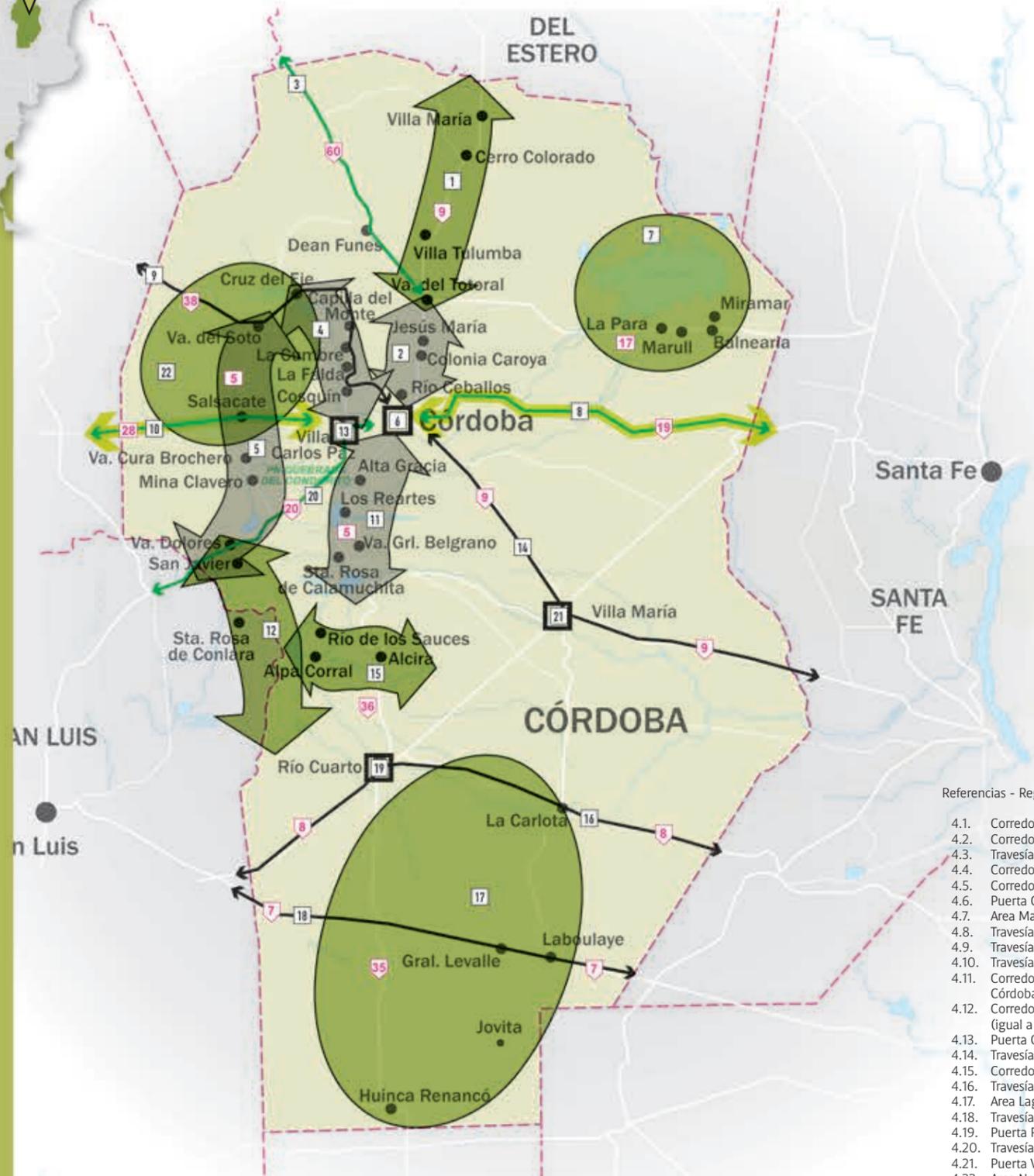
- 3.1 Corredor del Paraná Inferior
- 3.2 Puerta Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 3.11 Corredor de la Costa Atlántica Bonaerense
- 3.13 Corredor Atlántico Sur Bonaerense

Región Buenos Aires - T3 (2017 - 2020)



- 3.3 Área Escapadas Buenos Aires
- 3.8 Área Tandil - Azul - Olavarria
- 3.19 Corredor del Sudoeste
- 3.20 Puerta Carmen de Patagones - Viedma

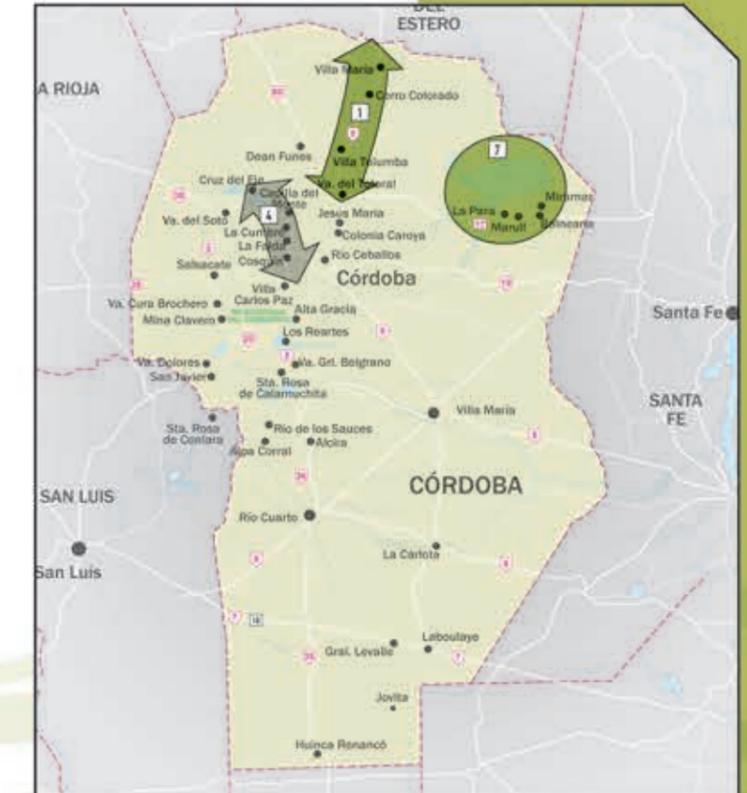
Región Córdoba



- 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. Área 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 5.18)
 - 4.13. Puerta Carlos Paz
 - 4.14. Travesía RN 9
 - 4.15. Corredor del Sur
 - 4.16. Travesía RN 8
 - 4.17. Área 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. Área Noroeste

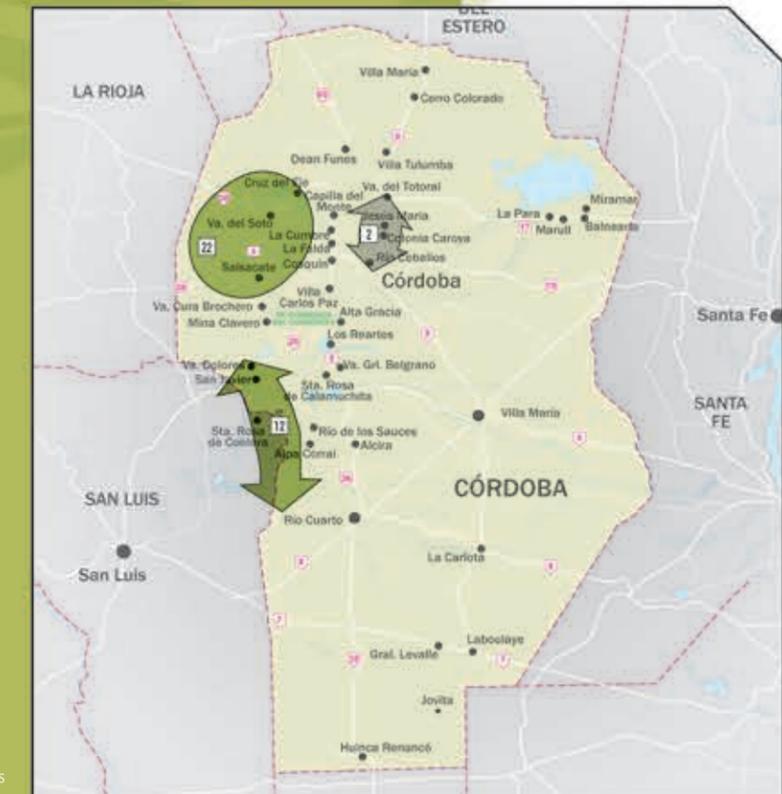
Región Córdoba - T2 (2012 - 2016)

- 4.1 Corredor de la Historia
- 4.4 Corredor de la Punilla
- 4.7 Área Mar Chiquita

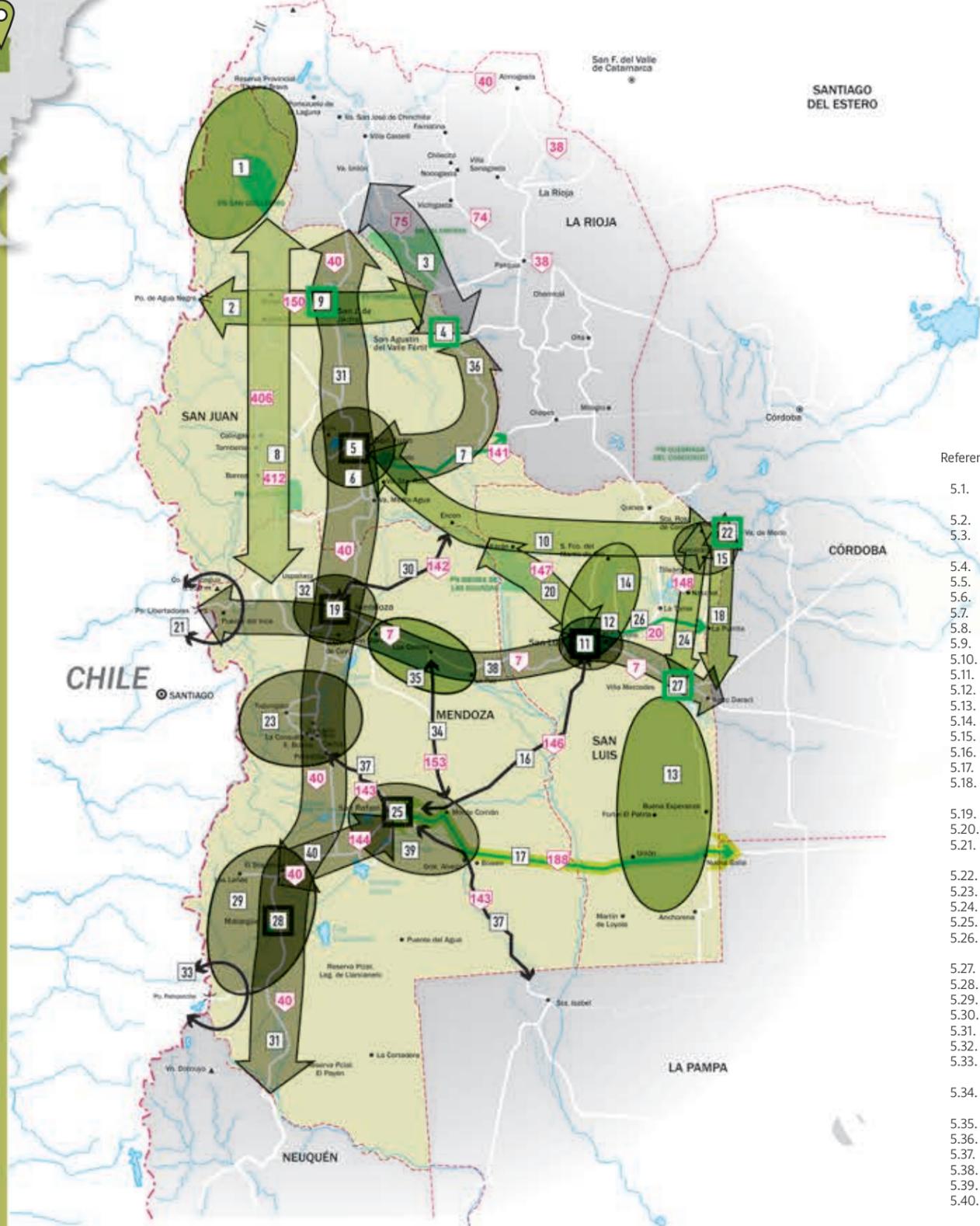


Región Córdoba - T3 (2017 - 2020)

- 4.2 Corredor Sierra Chica
- 4.12 Corredor de los Comechingones
- 4.22 Área Noroeste



Región Cuyo

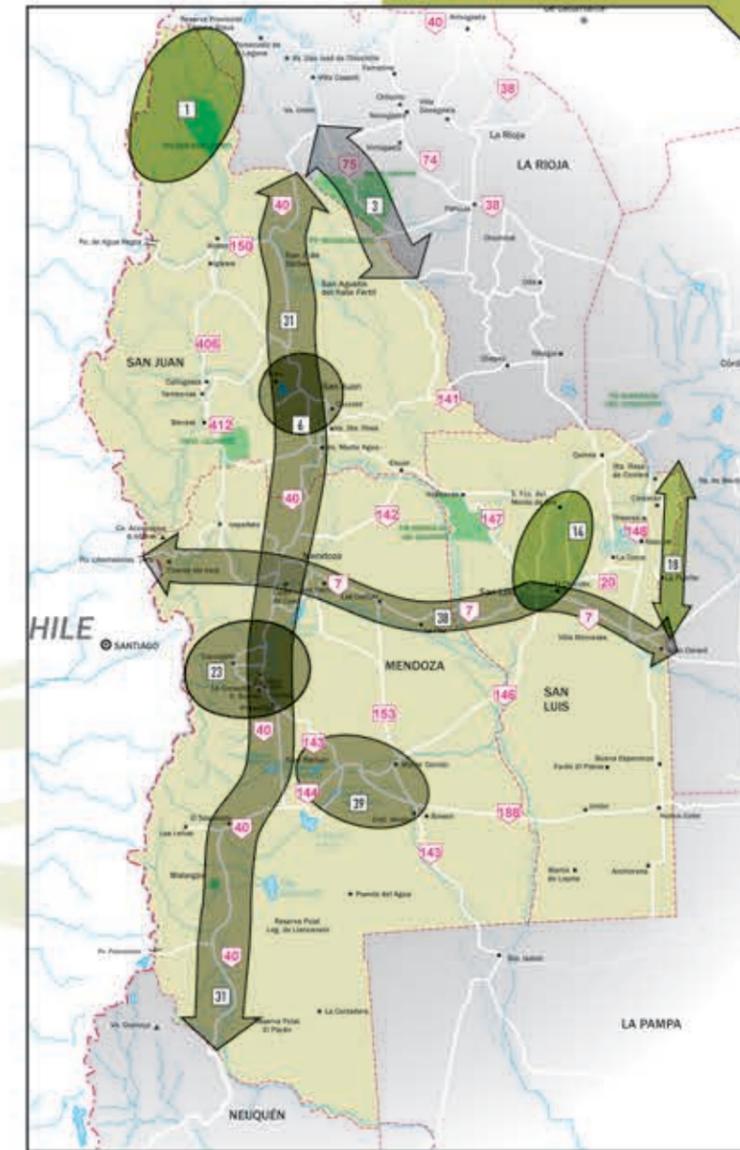


Referencias - Región Cuyo

- 5.1. Área Laguna Brava - Reserva de la Biósfera San Guillermo
- 5.2. Corredor Ischigualasto - Agua Negra
- 5.3. Corredor Villa Unión - Valle Fértil (igual a 1.55)
- 5.4. Puerta Valle Fértil
- 5.5. Puerta San Juan
- 5.6. Área Gran San Juan
- 5.7. Travesía RN 141 (igual a 1.57)
- 5.8. Corredor Rodeo - Uspallata
- 5.9. Puerta Jáchal
- 5.10. Corredor San Juan - Merlo
- 5.11. Puerta San Luis
- 5.12. Área Gran San Luis
- 5.13. Área Sur de San Luis
- 5.14. Área Sierras de San Luis
- 5.15. Área Merlo
- 5.16. Travesía RN 146 San Luis - San Rafael
- 5.17. Travesía RN 188
- 5.18. Corredor de los Comechingones (igual a 4.12)
- 5.19. Puerta Mendoza
- 5.20. Corredor Hualtarán
- 5.21. Circuito Transfronterizo Cristo Redentor
- 5.22. Puerta Merlo
- 5.23. Área Valle de Uco
- 5.24. Corredor Conlara
- 5.25. Puerta San Rafael
- 5.26. Travesía RP 20 y 10 San Luis - La Punilla
- 5.27. Puerta Villa Mercedes
- 5.28. Puerta Malargüe
- 5.29. Área Malargüe
- 5.30. Travesía RN 142 Mendoza - Encon
- 5.31. Corredor RN 40 Cuyo
- 5.32. Área Gran Mendoza
- 5.33. Circuito Transfronterizo Paso Pehuenche
- 5.34. Travesía RP 153 Catitas - Monte Comán
- 5.35. Área Tierras del Este
- 5.36. Corredor San Juan - Valle Fértil
- 5.37. Travesía RN 143
- 5.38. Corredor Bioceánico RN 7 Cuyo
- 5.39. Área San Rafael - Gral. Alvear
- 5.40. Corredor San Rafael - El Sosneado

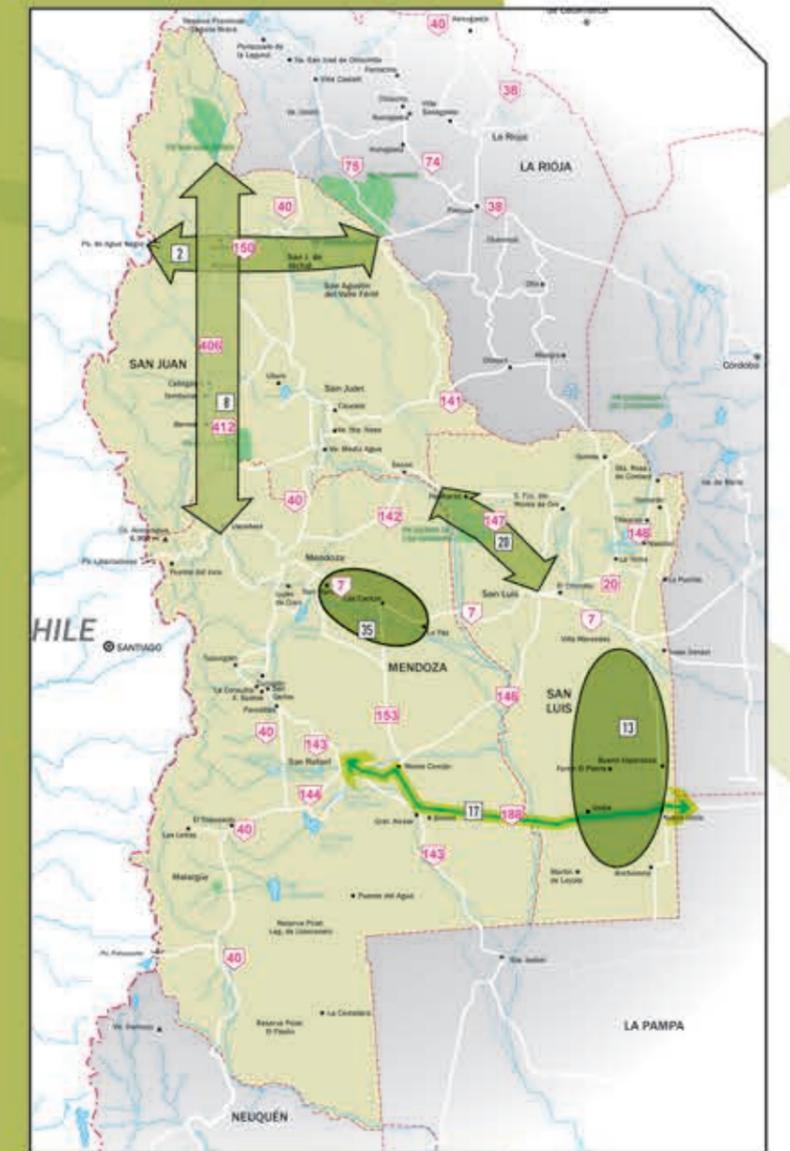
Región Cuyo - T2 (2012 - 2016)

- 5.1 Área Laguna Brava – Reserva de la Biósfera San Guillermo
- 5.3 Corredor Villa Unión – Valle Fértil
- 5.6 Área Gran San Juan
- 5.14 Área Sierras de San Luis
- 5.18 Corredor de los Comechingones
- 5.23 Área Valle de Uco
- 5.31 Corredor RN 40 Cuyo
- 5.38 Corredor Bioceánico RN 7 Cuyo
- 5.39 Área San Rafael – Gral. Alvear

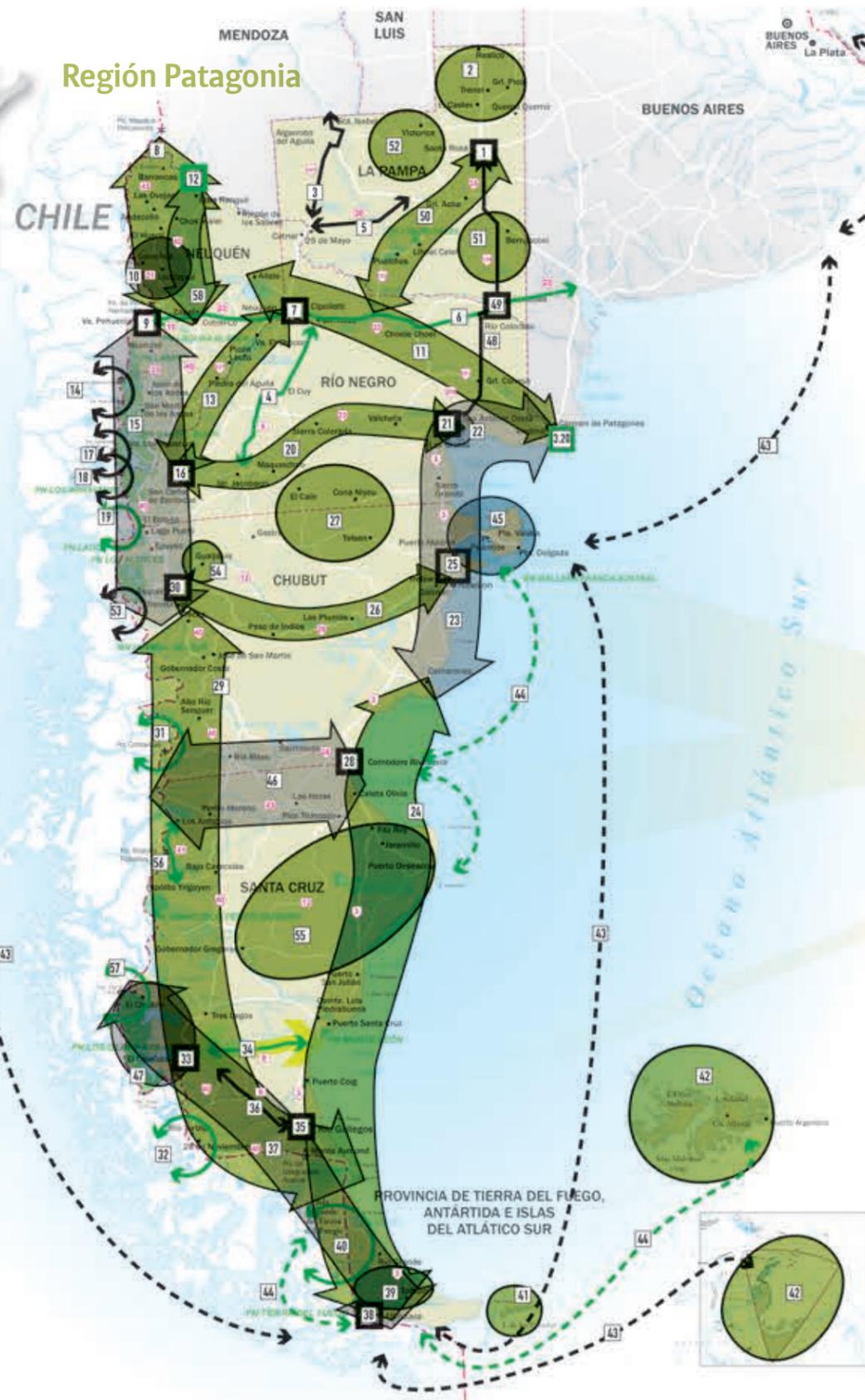


Región Cuyo - T3 (2017 - 2020)

- 5.2 Corredor Ischigualasto – Agua Negra
- 5.8 Corredor Rodeo – Uspallata
- 5.13 Área Sur de San Luis
- 5.17 Travesía RN 188
- 5.20 Corredor Hualtarán
- 5.35 Área Tierras del Este



Región Patagonia

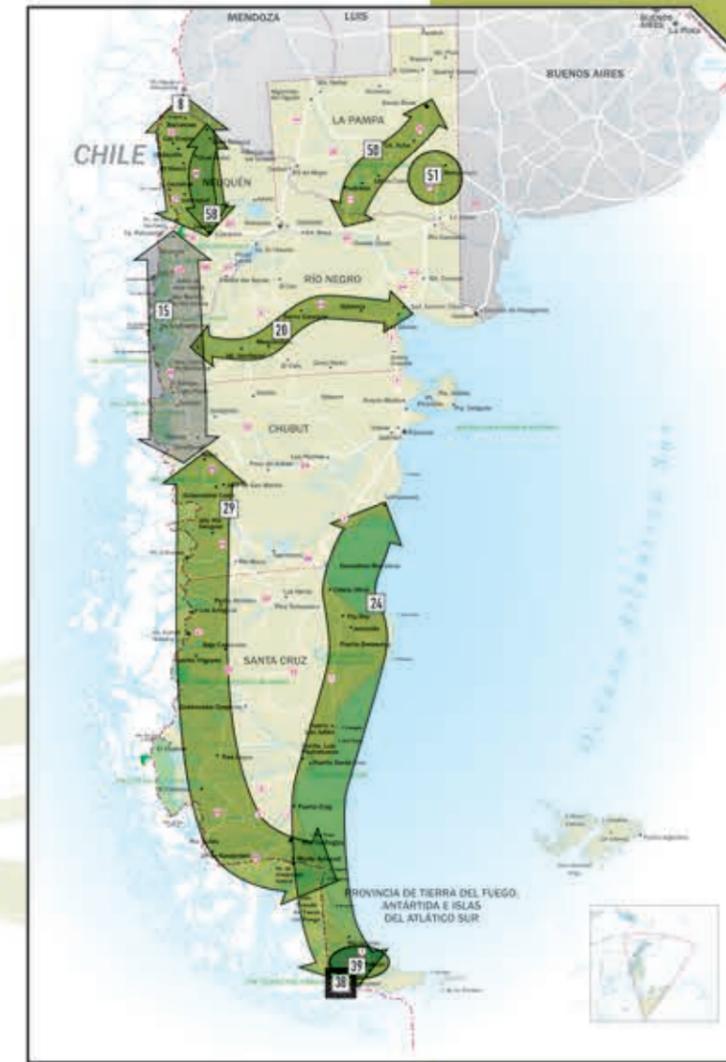


Referencias - Región Patagonia

- 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 - Caviahue
- 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 - Tolhuín - 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 (igual a 3.29)
- 6.44. Circuito Marítimo de Cruceros Potenciales
- 6.45. Area Península 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 Los caminos del Sudeste Pampeano
- 6.52. Area Latidos del Caldenal
- 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
- 3.20. Puerta Viedma - Carmen de Patagones

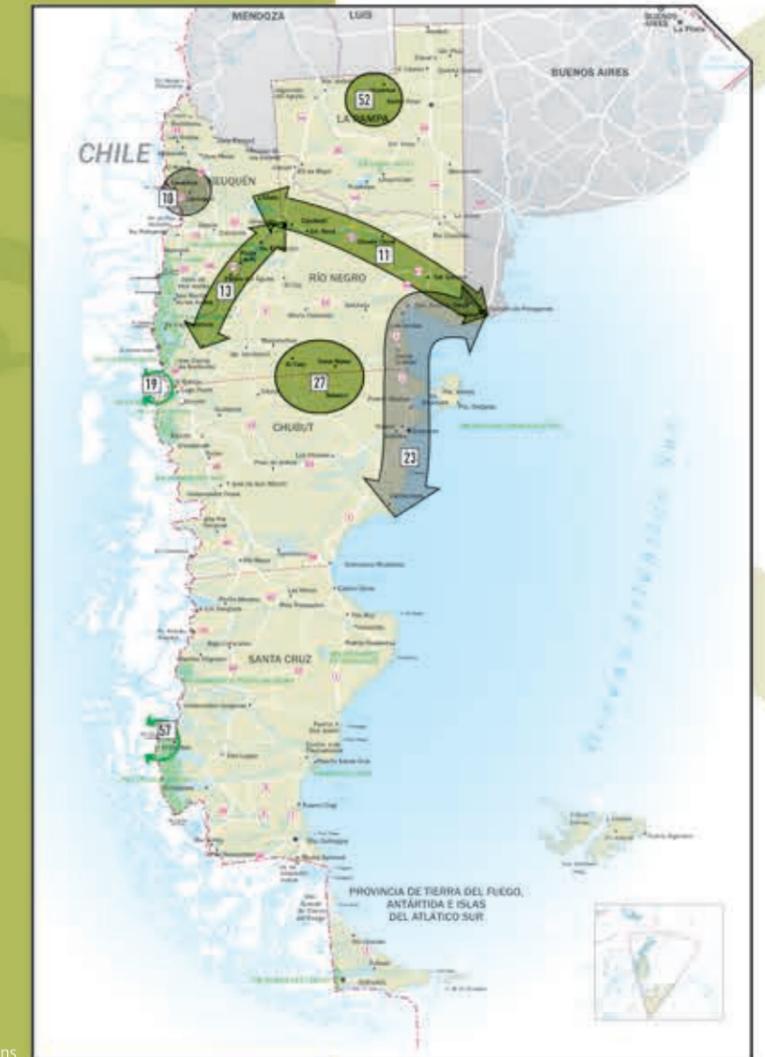
Región Patagonia - T2 (2012 - 2016)

- 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 Área Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
- 6.50 Corredor Central de La Pampa
- 6.51 Área del Sudeste Pampeano
- 6.58 Corredor RN 40 Patagonia Norte



Región Patagonia - T3 (2017 - 2020)

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



10.2. ACCIONES BILATERALES INTERNACIONALES

ACCIONES BILATERALES INTERNACIONALES DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN				
Acción	Año	Mes	Localidad	País
Protocolo Adicional al Acuerdo de Alcance Parcial para la Promoción Económica, Comercial y de Inversiones entre la República Argentina y la República de Bolivia para el Desarrollo, Fomento y Promoción del Turismo	2004	Julio	Tarija	BOLIVIA
Memorándum de Entendimiento entre la Secretaría de Turismo de la República Argentina y la Administración Nacional de Turismo de la República Popular China sobre la Facilitación de Viajes de Grupos de Ciudadanos Chinos a la República Argentina	2004	Noviembre	Buenos Aires	CHINA
Acuerdo de Cooperación en el sector de turismo entre la Secretaría de Turismo de la República Argentina y el Ministerio de Desarrollo Regional de la República Checa	2005	Abril	Buenos Aires	REP. CHECA
Carta de Intención para la Transferencia de Tecnología en Calidad Turística	2008	Octubre	Lima	PERÚ
Acuerdo sobre Facilitación Turística	2009	Septiembre	Brasilia	BRASIL
Programa de cooperación en el área del turismo entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela	2009	Marzo	Buenos Aires	VENEZUELA
Memorándum de Entendimiento entre el Ministerio de Turismo de la República Federativa del Brasil y el Ministerio de Turismo de la República Argentina	2010	Octubre	Río de Janeiro	BRASIL
Memorándum de Entendimiento entre el INPROTUR de la República Argentina y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de la República de Chile	2011	Julio	Santiago de Chile	CHILE
Memorándum de Entendimiento entre el ministerio de Turismo de la República Argentina y el Departamento para el Desarrollo y Competitividad del Turismo de la República Italiana sobre Cooperación en Materia de Turismo	2011	Abril	Buenos Aires	ITALIA
Acuerdo entre el Gobierno de la República Argentina y el Gobierno de la República Libanesa sobre Cooperación en el Ámbito del Turismo	2011	Octubre	Buenos Aires	LÍBANO
Memorándum de Entendimiento sobre cooperación en Materia de Turismo entre la República Argentina y el Estado de Qatar	2011	Enero	Doha	QATAR
Memorandum de Entendimiento entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y el Ministerio del Poder Popular para el Turismo de la República Bolivariana de Venezuela para la Promoción turística	2011	Marzo	Buenos Aires	VENEZUELA
Plan de Acción en el Área de Turismo entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y el Ministerio del Poder Popular para el Turismo de la República Bolivariana de Venezuela	2011	Marzo	Buenos Aires	VENEZUELA

ACCIONES BILATERALES INTERNACIONALES DEL MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN				
Acción	Año	Mes	Localidad	País
Declaración Conjunta del Ministerio de Turismo de la República Argentina y de la Ministro de Turismo de la República Helénica sobre cooperación en el campo del turismo	2013	Noviembre	Buenos Aires	GRECIA
Memorándum de Entendimiento entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de la República de Chile sobre cooperación en materia de turismo	2014	Octubre	Buenos Aires	CHILE
Acuerdo entre la República Argentina y la República Popular China sobre facilitación de emisión de visas de turismo	2015	Febrero	Beijing	CHINA
Cooperación a través del Fondo Argentino de Cooperación Sur- Sur y Triangular (FOAR) de Cancillería: “Intercambio de Experiencias exitosas en Formación y Calidad Turística” - Proyecto en ejecución	2015	Junio	La Habana	CUBA
Plan de Acción Conjunto entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y la Secretaría de Turismo de la República del Paraguay en cooperación en el área de Calidad Turística	2015	Mayo	Posadas	PARAGUAY
Programa de Acciones Conjuntas entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y la Agencia Federal para el Turismo de la Federación de Rusia en materia de turismo para el periodo 2015-2016	2015	Abril	Moscú	RUSIA
Cooperación Bilateral: “Relevamiento sobre Seguridad Turística - Capacitación e Implementación del Modelo argentino Gestión Integral de Riesgo Turístico (GIRTUR)”	2009/2010 2011/2012		Bolívar, Mérida, Falcón y Anzoátegui	VENEZUELA
Cooperación a través del Fondo Argentino de Cooperación Sur- Sur y Triangular (FOAR) de Cancillería: “Conformación y Desarrollo del Producto Pesca Deportiva en Paraguay”. Proyecto en ejecución	2011/2015		Asunción	PARAGUAY
Cooperación a través del Fondo Argentino de Cooperación Sur- Sur y Triangular (FOAR) de Cancillería: “Gestión para la Competitividad y Calidad de Destinos Turísticos - Implementación SIGO”	2011/2015		Asunción	PARAGUAY
Cooperación Bilateral: “Gestión para la Competitividad y Calidad de Destinos Turísticos - Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)”	2012/2013		Colonia	URUGUAY
Cooperación a través del Fondo Argentino de Cooperación Sur- Sur y Triangular (FOAR) de Cancillería: “Asistencia en señalética e interpretación en áreas protegidas. Fortalecimiento de capacidades para la recepción de turistas hispanoparlantes”	2013/2014		Roseau	DOMINICA
Cooperación a través del Fondo Argentino de Cooperación Sur- Sur y Triangular (FOAR) de Cancillería: “Asistencia técnica en áreas de desarrollo, planificación y promoción (GTA)” - “Desarrollo de Turismo Sustentable (PAC)”	2013/2014		Georgetown	GUYANA

- 11.1./ Metodología de los Foros de Diálogo Sectorial.
- 11.2./ Metodología de actualización del PFETS.



11. ANEXOS

turismo 2025



11.1. METODOLOGÍA DE LOS FOROS DE DIÁLOGO SECTORIAL

11.1.1. Dinámica general

Para concretar los foros se implementó una metodología de taller participativo, mediante la articulación de facilitadores y referentes temáticos que coordinaron el trabajo de los participantes agrupados por comisiones.

Los mismos garantizaron el debate plural y proactivo de todos los integrantes de la comisión, basado en el desarrollo de una temática elegida y el cierre de las jornadas de trabajo con la exposición de las conclusiones pertinentes.

Cada foro debatió sobre **temas preestablecidos**, identificándose **ventajas, desventajas e Ideas Fuerza**. Los diez temas propuestos fueron:

1. Entorno institucional y planificación estratégica

El entorno institucional turístico refiere al marco técnico – político en el que tiene lugar la articulación entre los actores involucrados en el desarrollo de la actividad, especialmente entre el sector público y el privado.

2. Desarrollo de la oferta turística

Contempla el análisis sobre las nuevas modalidades de experiencias turísticas que han surgido en el mercado turístico local, como una estrategia de diferenciación de los destinos y su contribución al desarrollo equilibrado del espacio, a través de la innovación en productos turísticos. Asimismo, abarca cuestiones

inherentes al ordenamiento territorial necesario para orientar el desarrollo, tanto de los destinos turísticos emergentes, como de los ya consolidados.

3. Gestión del conocimiento, la información y estadística del turismo

Esta temática rescata el valor estratégico que la información aporta al sector turístico, tanto para la planificación como para la toma de decisiones, permitiendo incrementar los niveles de análisis y de entendimiento de las variables que componen y afectan la actividad. Invita a reflexionar acerca de la utilidad de los sistemas de información y de la incorporación de las nuevas tecnologías en el ámbito de la planificación estratégica de destinos turísticos.

4. Conservación y gestión del patrimonio

El patrimonio natural y cultural posee alta relevancia para la actividad turística, tema que se debe considerar junto con la vulnerabilidad de los espacios naturales y de las manifestaciones culturales. En función de ello resulta fundamental reflexionar sobre la necesidad de perfeccionar y profundizar las políticas de integración respetuosa de la actividad turística al patrimonio natural y cultural. El turismo representa una oportunidad para poner en valor este patrimonio, además de potenciar su conservación y preservación.

5. Gestión de la calidad

La temática aborda la importancia de instalar una cultura de la mejora continua en la actividad turística, partiendo de acciones de concientización destinadas a los distintos actores del sector (comunidad local, prestadores de servicios relacionados directa e indirectamente al turismo, sector público, privado, académico, entre otros), establecimiento de estándares de calidad y análisis sobre las necesidades de capacitación y formación. También lleva a reflexionar sobre estrategias destinadas a impulsar la gestión de la calidad para el fortalecimiento de la competitividad de los destinos.

6. Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos

A través de ella se promueve el análisis de la dinámica que rige los mercados turísticos actuales, como así también las cuestiones de imagen, marca, posicionamiento, la definición de mercados prioritarios, que podrían pensarse en el marco de una integración regional que potencie las gestiones provinciales. Al mismo tiempo contempla el análisis relacionado al avance exponencial de la utilización de Internet y redes sociales para la elección de destinos y compra de servicios, potenciado en los últimos años por la penetración en el mercado de los Smartphone.

7. Inversiones y fuente de financiamiento

En este eje se invita a reflexionar sobre inversión pública como motor de desarrollo de la actividad turística. Implica la definición de estrategias de planificación que identifiquen el potencial de las obras de soporte a la actividad, para que funcio-

nen como verdaderas catalizadoras que impulsen la evolución de los destinos. De igual forma, se propone el análisis sobre la identificación de nuevas fuentes de financiamiento, lo cual representa el punto central de esta problemática.

8. Protección y seguridad turística

Pensar en herramientas eficaces para el abordaje, tratamiento y la prevención de los riesgos que pueden afectar al turista y por ende al sector turístico, requiere necesariamente de la discusión sobre la presencia de amenazas reales o latentes que implican riesgos posibles para la actividad. No debería limitarse el pensamiento sólo a un marco legal regulatorio. Por el contrario es imprescindible pensar la seguridad turística desde un punto de vista integral, con la mirada en obtener un diferencial competitivo a partir de una política activa en materia de protección y seguridad turística.

9. Turismo social y responsabilidad social

La responsabilidad social implica un verdadero cambio cultural en las organizaciones y es necesario asumirla como la línea rectora de las políticas a implementar. Esta situación obliga, hoy más que antes, a la empresa de servicios a tomar posición y a establecer estrategias relacionadas con la Responsabilidad Social Empresaria. Es éste un término basado en la concepción de la empresa como agente social que debe tomar en cuenta las repercusiones de la actividad habitual de la empresa sobre el medio y la sociedad en la que es parte.

10. Empleo y recursos humanos

La temática invita a reflexionar en temas como la profesionalización de las personas que trabajan en el sector turístico, el perfil profesional y las necesidades de un mercado en transformación. Al mismo tiempo plantea temas relacionados con el reconocimiento y jerarquización del empleo en turismo.

Cada foro se organizó por comisiones, y cada comisión tuvo asignada una de las temáticas específicas. En ellas, los participantes brindaron sus aportes para definir las principales **ventajas, desventajas e ideas fuerza** sugeridas para solucionar los conflictos detectados y encauzar las potencialidades inherentes a la temática trabajada. Así también, se propuso elaborar una **Visión Compartida** por comisión, a los efectos de esbozar un posible escenario turístico de la Argentina a futuro.

Las principales conclusiones de cada una de las comisiones eran expuestas en un plenario, hacia el cierre de la jornada.

VENTAJAS

Representan aspectos positivos de la temática a analizar dentro del contexto regional. También abarcan las alternativas de utilidad para el desarrollo de nuevas posibilidades y/o aprovechamiento de oportunidades identificadas.

DESVENTAJAS

Representan aspectos negativos de la temática a analizar dentro del contexto regional. Refiere principalmente a las incompatibilidades entre la necesidad y la realidad y/o intereses encontrados.

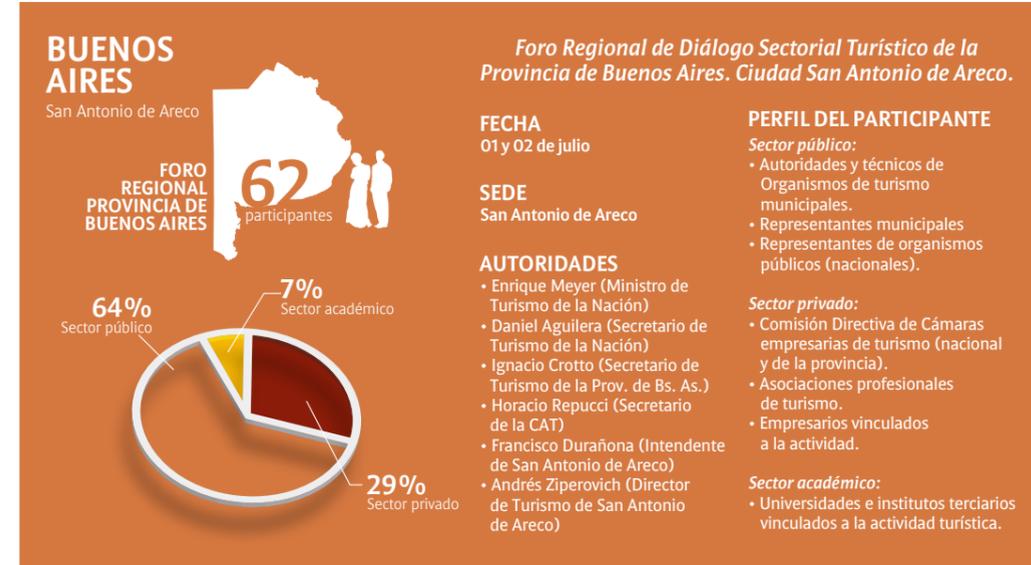
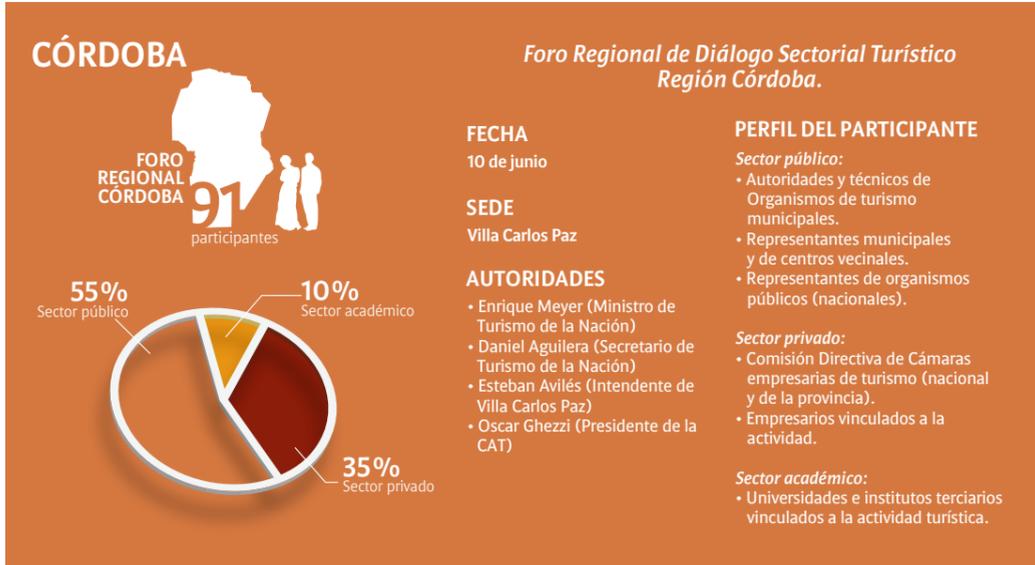
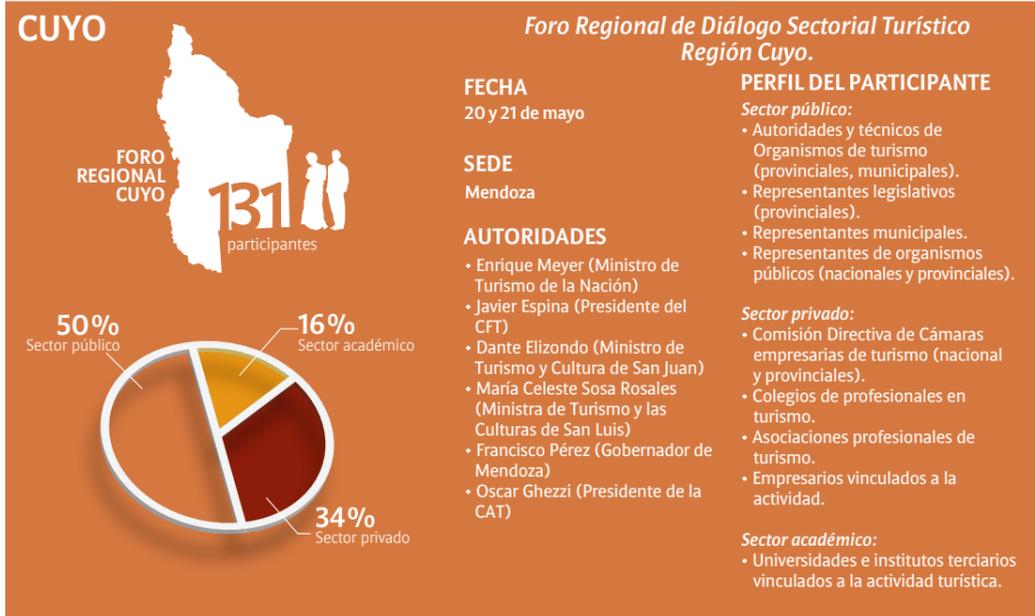
IDEAS FUERZA

Acciones motivadoras centrales capaces de generar el cambio esperado; que solucionen las principales desventajas y encaucen las ventajas detectadas. Son los impulsores principales que enfocan el ímpetu y la energía necesaria para propiciar concertadamente actuaciones que modifiquen la realidad en dirección de la visión acordada.

VISIÓN COMPARTIDA

Entendemos por visión al horizonte deseado de mediano y largo plazo. La visión tiene una enorme fuerza impulsora, que incita a hacer cosas de manera planificada, orientadas a su realización. Un enunciado de visión presenta una imagen en presente de un escenario deseado.

De cada uno de estos encuentros, se confeccionó una **ficha técnica** con información general de cada foro, como así también cantidad de asistentes y perfil de los participantes. Este material fue luego analizado por el Equipo Técnico de la Unidad de Coordinación del PFETS de Mintur.



LITORAL

Foro Regional de Diálogo Sectorial Turístico del Litoral.

FECHA
28 y 29 de agosto

SEDE
Chaco

FORO REGIONAL LITORAL
123 participantes

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Sector público:

- Autoridades y técnicos de organismos de turismo provinciales.
- Representantes legislativos.
- Representantes de organismos públicos (nacionales y provinciales).

Sector privado:

- Comisión Directiva de Cámaras empresarias de turismo (nacional y provinciales).
- Asociaciones profesionales de turismo, ONG's.
- Empresarios vinculados a la actividad.

Sector académico:

- Universidades e institutos terciarios vinculados a la actividad turística.

AUTORIDADES

- Enrique Meyer (Ministro de Turismo de la Nación)
- Jorge Capitanich (Gobernador de Chaco)
- Valeria Pellizza (Subsecretaria de Desarrollo Turístico- Mintur)
- Gonzalo Casanova Ferro (Subsecretario de Calidad Turística – Mintur)
- Martín Bulos (Secretario de Turismo de Santa Fe)
- Ignacio Saife (Presidente del Instituto de Turismo del Chaco)

CABA

Foro Regional de Diálogo Sectorial Turístico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

FECHA
10 de septiembre

SEDE
Hotel Panamericano. Carlos Pellegrini 551 - Salón Patagonia. 2° piso. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

FORO CIUDAD DE BUENOS AIRES
81 participantes

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Sector público:

- Autoridades y técnicos del organismo de turismo de CABA.

Sector privado:

- Comisión Directiva de Cámaras empresarias de turismo (nacional y de CABA).
- Asociaciones profesionales de turismo.
- Empresarios vinculados a la actividad.

Sector académico:

- Universidades e institutos terciarios vinculados a la actividad turística.

AUTORIDADES

- Enrique Meyer (Ministro de Turismo de la Nación)
- Hernán Lombardi (Ministro de Cultura y Turismo de CABA)
- Oscar Ghezzi (Presidente de la CAT)

PATAGONIA

Foro Regional de Diálogo Sectorial Turístico de la Patagonia.

FECHA
05 y 06 de septiembre

SEDE
Neuquén

FORO REGIONAL PATAGONIA
117 participantes

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Sector público:

- Autoridades y técnicos de organismos de turismo provinciales.
- Representantes legislativos (nacional y provincial).
- Representantes de Comisiones de fomento y centros vecinales.

Sector privado:

- Comisión Directiva de Cámaras empresarias de turismo (nacional y provincial).
- Asociaciones profesionales de turismo.
- Empresarios vinculados a la actividad.

Sector académico:

- Universidades e institutos terciarios vinculados a la actividad turística.

AUTORIDADES

- Enrique Meyer (Ministro de Turismo de la Nación)
- Daniel Aguilera (Secretario de Turismo de la Nación)
- Gonzalo Casanova Ferro (Subsecretario de Calidad Turística)
- Javier Espina (Presidente del CFT)
- Oscar Ghezzi (Presidente de la CAT)
- Beatriz Villalobos (Subsecretaria de Turismo de Neuquén)
- Ángel Rovira Bosch (Ministro de Turismo, Cultura y Deporte de Río Negro)
- Santiago Amsé (Secretario de Turismo de La Pampa)
- Ana María Ianni (Dip. Nacional)

BUENOS AIRES

Foro Regional de Diálogo Sectorial Turístico de la Provincia de Buenos Aires. Ciudad de Mar del Plata.

FECHA
27 de septiembre

SEDE
Mar del Plata

FORO REGIONAL PROVINCIA DE BUENOS AIRES
111 participantes

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Sector público:

- Autoridades y técnicos de los organismos de turismo provincial y municipales.
- Representantes de organismos públicos (nacionales y provinciales).

Sector privado:

- Integrantes de la cámara empresaria de turismo nacional
- Asociaciones profesionales de turismo.
- Empresarios vinculados a la actividad.

Sector académico:

- Universidades e institutos terciarios vinculados a la actividad turística.

AUTORIDADES

- Enrique Meyer (Ministro de Turismo de la Nación)
- Patricia Vismara (Subsecretaria de Promoción Turística- Mintur)
- Pablo Fernández (Presidente ENTUR Mar del Plata)
- Ignacio Crotto (Secretario de Turismo de la prov. de Buenos Aires)
- Fernando Gorbarán (Vicepresidente 1° de la CAT)



Ciervo en Brama, La Pampa - PH: Fabín Muñoz

11.1.2. Procesamiento de la información generada en los foros regionales de diálogo sectorial turístico

METODOLOGÍA APLICADA PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Luego de cada uno de los Foros de Diálogo Sectorial se elaboró un documento en los cuales se volcó toda la información original generada. El resultado fueron ocho documentos, uno por cada Foro realizado, los cuales fueron luego sociabilizados entre los participantes que asistieron a cada foro.

El Equipo Técnico de la Unidad de Coordinación del PFETS (Mintur) realizó una lectura y análisis en profundidad de cada documento, lo cual llevó en primer lugar a confeccionar un compendio temático, en el cual se volcó toda la información original, de manera textual, odenada por temas. Luego se identificaron las **Ideas Fuerza** que se reiteraron en las distintas mesas de trabajo y regiones, sobre las cuales se hizo especial hincapié.

Estas Ideas Fuerza fueron reordenadas dentro de cada tema y enmarcadas en **Premisas y Valores Trascendentes**, a los efectos de brindarle un encuadre orientador que facilite su lectura e interpretación.

RESULTADOS PRELIMINARES

Como resultado de dicho trabajo, se generó el documento **Resultados Foros de Diálogo Sectorial** en el cual se volcaron las Ideas Fuerza con mayor presencia en cada uno de los temas propuestos, con sus correspondientes premisas y valores trascendentes. Con ello se logró identificar las **Ideas Fuerzas** más representativas en todas las regiones turísticas, respetando las temáticas preestablecidas en el desarrollo de cada uno de los foros.

11.1.3. Taller de validación interna Mintur

Con toda la información que surgió en los Foros de Diálogo Sectorial, se realizó un taller interno de trabajo en el Mintur, a los efectos de que cada uno de los referentes de las áreas involucradas avancen en la validación de cada Idea Fuerza.

OBJETIVO GENERAL

Revisar la producción participativa y federal que realizaron los representantes públicos, privados, académicos, legislativos y del tercer sector de todo el país; para de este modo contrastarla y enriquecerla con los aportes de las áreas internas del Mintur, la APN e Inprotur, en función de los programas y proyectos que cada una viene implementando.

METODOLOGÍA DEL TALLER

A cada participante de este taller se le entregó un documento denominado **Documento para el Taller de Validación Interna**. Además de contener el documento **Resultados Foros de Diálogo Sectorial**, se plantearon preguntas orientadoras a responder por los referentes:

- *¿Considera que la idea fuerza está apropiadamente planteada desde un punto de vista técnico-formal? Si no, ¿cómo podría enunciarse en forma más precisa?*
- *¿Se está trabajando esta idea fuerza en el organismo? o Si es SI, ¿en el marco de qué proyecto/programa/área? o Si es NO, ¿considera viable trabajar desde el Mintur sobre esta idea fuerza en el corto/mediano/largo plazo? ¿En el marco de qué proyecto/programa/área?*
- *¿Considera importante agregar al documento otras ideas fuerza que no han sido pro-*

puestas desde los Foros de Diálogo Sectorial? Si es SI, por favor enuncie las ideas a continuación de cada temática.

Los resultados de cada uno de los equipos internos fueron expuestos el día 31 de octubre del 2013, en una jornada de trabajo que tuvo lugar en el Auditorio “Antonio Torrejón” del Mintur.

RESULTADOS PRELIMINARES

Una vez finalizado el Taller de Validación Interna, se procesaron las correcciones, sugerencias y agregados de cada una de las áreas del Mintur. Este trabajo dio lugar a un nuevo **Documento Resultado de la Validación Interna** en el cual se reflejaron las modificaciones propuestas por los equipos internos.

Dicho documento fue utilizado como insumo para el Encuentro de Líderes del Turismo, el cual tuvo lugar el 12 de noviembre de 2013, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

11.1.4. Encuentro de Líderes del Turismo Argentino

OBJETIVO GENERAL

El Encuentro Nacional de Líderes del Turismo 2013 fue organizado con el objetivo de debatir, consensuar y validar la información generada en los Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico y el trabajo de ajuste técnico realizado por las áreas político – operativas de Mintur.

Su objetivo fue esbozar las estrategias de desarrollo turístico de escala nacional, las cuales constituyeron el insumo central de la actualización del PFETS.

El encuentro contó con la presencia de los principales referentes turísticos del sector público

nacional y provincial; autoridades de cámaras y asociaciones empresarias; legisladores de las comisiones de turismo; autoridades de las principales instituciones educativas del turismo y ONG.

Mediante una metodología específica y dinámica, los participantes tuvieron la oportunidad de analizar la consistencia y pertinencia técnico política de las **ideas fuerza** propuestas en los Foros y priorizar la implementación de las mismas, para así garantizar un núcleo de coincidencias y líneas estratégicas viables que fueron luego volcadas en la actualización del PFETS.

ENTIDADES CONVOCADAS

Las entidades, organismos y organizaciones convocadas para el Encuentro de Líderes fueron las siguientes.

- Ministerio de Turismo de la Nación, junto con la Administración de Parques Nacionales y el Inprotur.
- Cámara Argentina de Turismo.
- Consejo Federal de Turismo.
- Entes Regionales de Turismo.
- Entes y autoridades turísticas de las provincias.
- Legisladores nacionales y provinciales de comisiones de turismo.
- Entidades académicas y profesionales del sector.

METODOLOGÍA DEL ENCUENTRO

Dinámica general

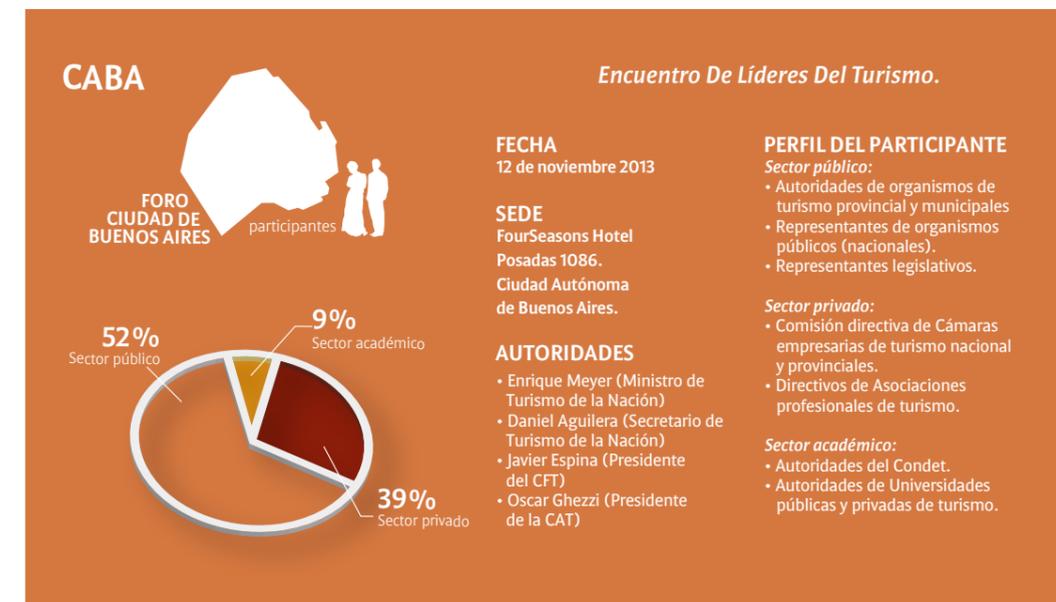
A los efectos de alcanzar los objetivos propuestos para el encuentro, se organizaron 5 mesas de trabajo. Cada una de ellas estuvo conformada por participantes de todo el país y sectores, los cuales fueron distribuidos de acuerdo a un criterio de integración y en base al listado de inscriptos.

Las mesas estuvieron integradas por 15 a 17 integrantes y coordinadas por 2 facilitadores del Mintur.

Cada mesa trabajó sobre bloques conceptuales que le fueron asignados al iniciar el trabajo. Los mismos condensaron la serie de premisas, e ideas fuerza que se obtuvieron a partir de los resultados generados por los ocho Foros de Diálogo Sectorial Turístico.

Los bloques conceptuales fueron los siguientes:

1. Calidad de productos y destinos turísticos para la competitividad.
2. Consolidación de modelos integradores de promoción e información turística
3. Gestión de la innovación y la responsabilidad social para la incorporación de valor a la oferta turística.
4. Inversión y empleo para un desarrollo turístico sustentable con equidad social.
5. Fortalecimiento de la articulación institucional para la sustentabilidad política de la gestión turística.

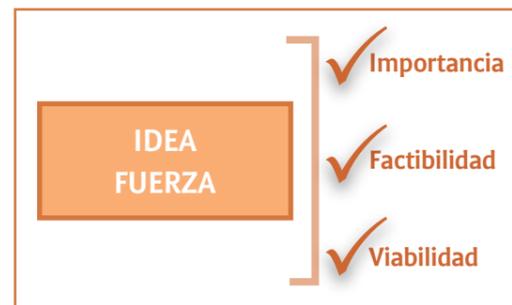


11.

RESULTADOS PRELIMINARES

La dinámica propuesta en el Encuentro de Líderes facilitó la priorización de las Ideas Fuerza que surgieron a lo largo de los ocho Foros de Diálogo Sectorial. Para poder llevar a cabo dicha priorización se propuso a los participantes someter a votación cada una de las Ideas Fuerza agrupadas en su bloque, considerando su **importancia** en función de su capacidad para transformar positivamente la realidad, su **factibilidad** a partir de su posibilidad de implementación técnica y económica, y su **viabilidad** en términos políticos.

Las Ideas Fuerza prioritarias debían cumplir esas tres condiciones.



Una vez finalizada la votación de los participantes, cada uno de los coordinadores elaboró un ranking en el cual quedó reflejada la priorización de las Ideas Fuerza de cada bloque temático. Luego, cada una de las mesas formuló la **Visión Compartida de País** para el 2025.

Dichos resultados fueron ordenados y filtrados de acuerdo a una cantidad predeterminedada de Ideas Fuerza que debían ser priorizadas por bloque. De esta manera, la votación garantizaba la representatividad de las premisas mediante una cantidad de ideas fuerza que equilibraba el bloque.

Finalmente, el resultado de este proceso se configuró como el insumo central del proceso de actualización del PFETS, que fue consolidado e integrado a su Diseño Estratégico, reflejado principalmente en el cuadro de objetivos y de acciones estratégicas.



Peñas, Salta - PH: Celine Frers.

Turismo 2025



Carrovelismo, La Rioja - PH: Diego Diaz.

11.2. METODOLOGÍA DE ACTUALIZACIÓN DEL PFETS

11.2.1. Introducción

Como en muchas otras actividades, en el turismo se requieren muchos años de siembra para visualizar resultados; por lo que la visión de largo plazo resulta indispensable para el desarrollo equilibrado y sustentable de la actividad. Por esta razón, el sector requiere de una herramienta de planificación dinámica y flexible, que permita adaptar las estrategias a los cambiantes escenarios del contexto nacional e internacional.



Bariloche, Rio Negro.

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – PFETS- lleva ya 10 años de ejecución ininterrumpida, convirtiéndose en un hecho histórico en materia de planificación y gestión del turismo en la República Argentina. Sin dudas, viene cumpliendo exitosamente su objetivo original de “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”.

La Ley Nacional de Turismo 25.997 sancionada en 2004, permitió desarrollar el actual PFETS, a fin de asegurar la implementación de las políticas públicas que permitieran consolidar al sector como un pilar en la economía nacional; optimizando la competitividad turística argentina en el contexto internacional y asegurando un desarrollo inclusivo con equidad social. Específicamente el artículo séptimo de la Ley 25.997 dispone que la autoridad de aplicación debe “fijar las políticas nacionales de la actividad turística [...] en el marco de un plan federal estratégico”.

A su vez, la filosofía del PFETS implica un modelo democrático y representativo, que “conduce a todos los participantes a transformarse en custodios de la aplicación del Plan y sus sistemáticas actualizaciones”; además de ser 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”.

De esta forma, la metodología adoptada para la presente actualización del PFETS, fue expresamente desarrollada para conservar el espíritu par-

ticipativo, estratégico y federal del Plan, buscando asimismo responder a los preceptos del decreto reglamentario 1297/2006, correspondiente a la ley 25.997, que dice:

ARTICULO 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 base en estos preceptos se ha elaborado una metodología de actualización del PFETS, que permite adecuar al escenario actual las estrategias que dan sustento a la política turística, además de incorporar elementos innovadores que facilitan la visualización del Cuadro Estratégico, lo cual genera una mayor comprensión y apropiación por parte de los actores del sector.

11.2.2. Alcance del proceso de actualización

A diferencia de la actualización 2011, en la que se acordó actualizar solamente su **diseño operativo**, la presente actualización implica la revisión completa del Plan, incluido su **diseño estratégico**. Es por esta razón que durante el año 2013 se realizaron en todo el país los ocho Foros de Diálogo Sectorial Turístico ya mencionados, a fin de revisar las principales pro-

blemas de la realidad turística Argentina.

Esta instancia federal, en la que participaron más de 850 actores (públicos, privados, académicos, legislativos, entre otros) permitió generar los insumos de información necesaria para la revisión integral del PFETS que, sumados a otros procesos detallados en este Anexo, posibilitaron su segunda actualización.

Alcance de la actualización del PFETS 2014 Resignificación del modelo turístico argentino

DISEÑO ESTRATÉGICO	DISEÑO OPERATIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Premisas • Visión • Misión, objetivo general y específicos del Plan • Enfoque estratégico • Cuadro estratégico 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas • Proyectos • Mapa Federal de Oportunidades

La actualización mantiene el enfoque participativo y federal que caracteriza al plan, integrando el trabajo conjunto y coordinado de las instituciones del sector:

- Ministerio de Turismo de la Nación
- Consejo Federal de Turismo
- Cámara Argentina de Turismo
- Instituto Nacional de Promoción Turística
- Administración de Parques Nacionales
- Organismos de Turismo regionales, provinciales y locales
- Sector académico
- Representantes del sector legislativo.

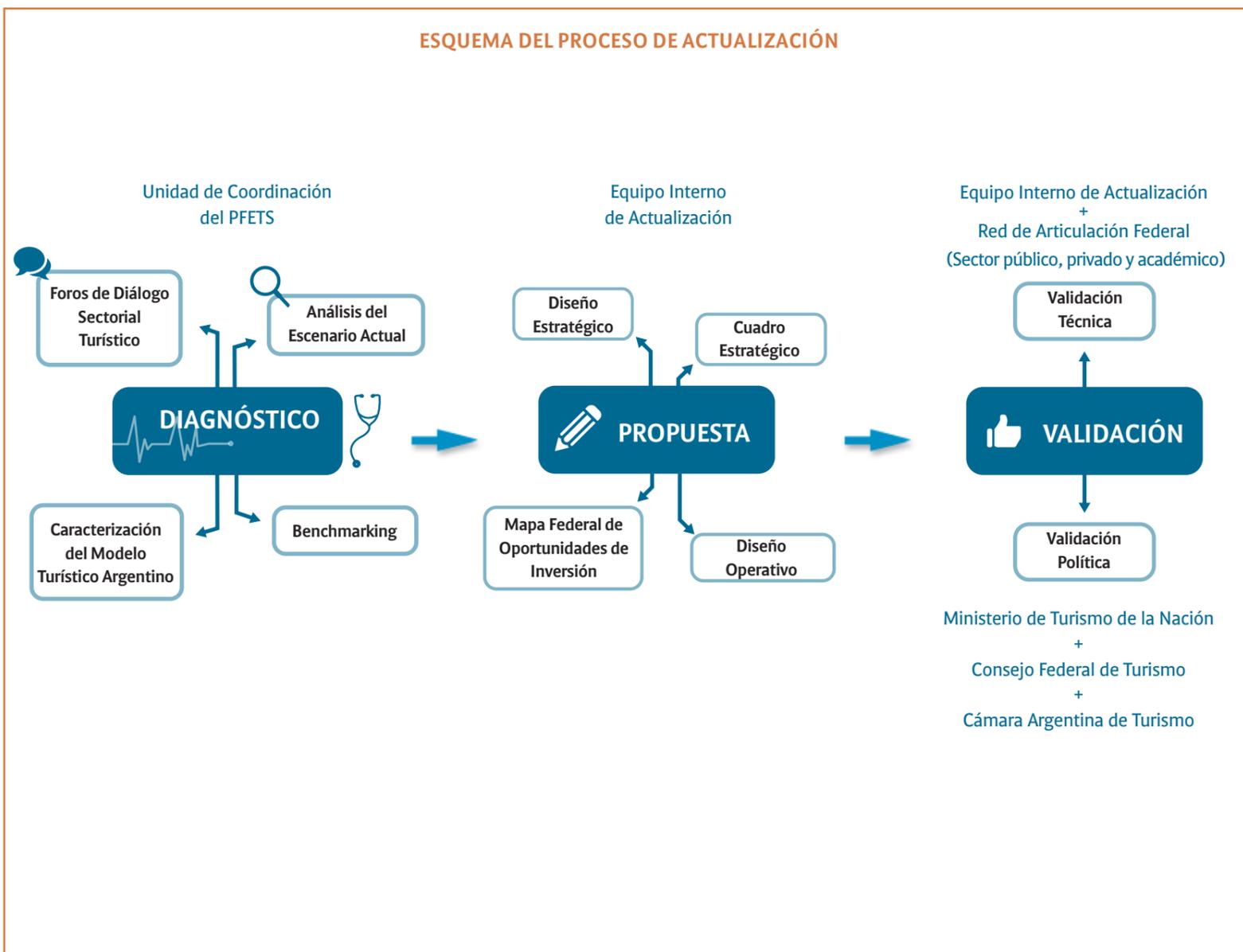
11.2.3. Proceso de actualización

A los efectos de abordar el proceso de actualización del PFETS, se determinaron una serie de etapas ordenadoras que guiaron el trabajo interno, como así también, el trabajo coordinado con otras áreas y actores estratégicos.

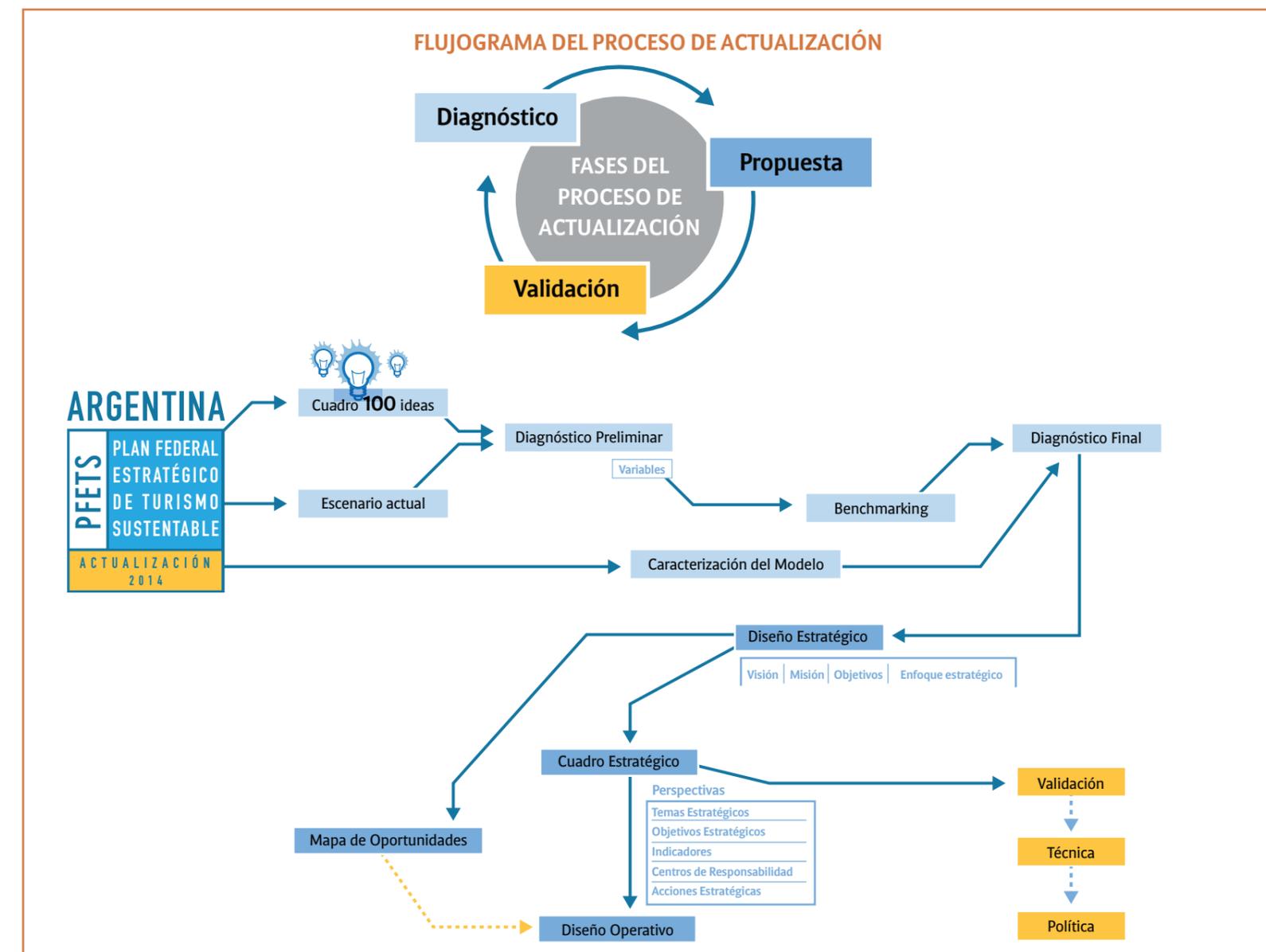
Etapas del proceso de actualización PFETS 2014

Etapa I - DIAGNÓSTICO <ul style="list-style-type: none"> • Foros de Diálogo Sectorial Turístico • Análisis del escenario actual • Benchmarking • Caracterización del Modelo Turístico Argentino
Etapa II - PROPUESTA <ul style="list-style-type: none"> • Diseño estratégico • Diseño operativo • Mapa de oportunidades de inversión
Etapa III - VALIDACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Validación técnica • Validación política

ESQUEMA DEL PROCESO DE ACTUALIZACIÓN



FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ACTUALIZACIÓN



Etapas I: DIAGNÓSTICOUnidad de Coordinación
del PFETS

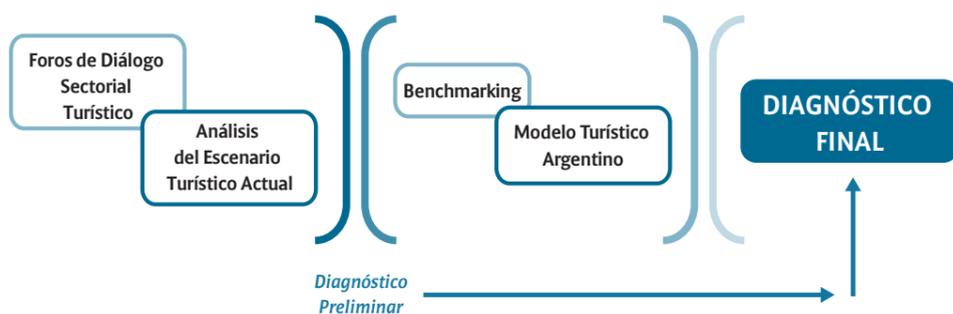
En una primera instancia, las actividades estuvieron centradas en el análisis y ordenamiento de los resultados de los **Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico**, mediante el uso de una metodología asignada, la cual se describe en el apartado anterior. Paralelamente se avanzó en la explicitación del **Escenario Turístico Actual**, a través del análisis de documentos de referencia a nivel nacional e internacional, como así también del procesamiento de datos estadísticos.

Una vez finalizadas estas dos actividades, se procedió a esbozar un **Diagnóstico Preliminar**, el cual conformó la plataforma base para continuar con el resto de las actividades de esta etapa.

En una segunda instancia, se realizó un **Benchmarking**, centrado en las cinco perspectivas que se describen en el presente documento, a partir del análisis de experiencias de planificación externas (otros países) e internas (provincias o destinos de Argentina).

Así también, se trabajó en la **Caracterización del Modelo Turístico Argentino**, actividad que reunió los antecedentes en materia de planificación y gestión turística en la Argentina, que permitió considerar un trabajo coherente con los pilares y atributos del proceso de planificación que mar-

La etapa de diagnóstico estará conformada por cuatro actividades, las cuales se describen a continuación:

Esquema de la Etapa de Diagnóstico

có el devenir de la política turística de los últimos diez años.

Los insumos que surgen de estas actividades fueron compilados y presentados en el **Diagnóstico Final**, a partir de su análisis bajo cinco perspectivas:

PERSPECTIVA 1: POLÍTICA, ECONÓMICA, SOCIAL, AMBIENTAL

Esta perspectiva se identifica directamente con los intereses de la sociedad y las comunidades residentes, constituyéndose como los fines últimos de la política turística que busca a través del desarrollo económico del sector, la generación de empleo, el aumento de la competitividad, la mejora en las condiciones de sustentabilidad, poder mejorar el estado de bienestar de su población.

Los principales ámbitos de actuación son:

Resultados políticos

- Organización política
- Sustentabilidad de las políticas
- Institucionalidad del sector
- Marco legislativo

Resultados económicos

- Estructura económica
- Impacto económico de la actividad turística
- Estructura de la demanda turística
- Estructura de la oferta turística
- Nivel de precios
- Rentabilidad económica del sector
- Diversificación / especialización
- Estacionalidad
- Competitividad del destino

Resultados sociales

- Nivel de ingresos de la población
- Calidad de vida de los residentes
- Integración y la cohesión social
- Equidad social
- Equilibrio poblacional
- Educación
- Salud
- Empleo
- Seguridad

Resultados ambientales

- Patrimonio natural y biodiversidad
- Urbanismo, planificación y construcción
- Paisajes
- Ambiente
- Energía
- Producción de residuos
- Patrimonio cultural e histórico

PERSPECTIVA 2: RELACIÓN CON LOS MERCADOS

Esta perspectiva hace referencia a los procesos de comunicación y distribución de la oferta turística por medio de la integración de la cadena de valor con los mercados, a partir de la articulación entre los socios estratégicos nacionales y del exterior.

Los principales ámbitos de actuación son:

- Investigación de mercado
- Acciones de comunicación
- Canales de distribución
- Tecnologías de comunicación y comercialización
- Asociaciones estratégicas nacionales e internacionales

- Relaciones internacionales
- Cooperación internacional

PERSPECTIVA 3: RELACIÓN DESTINO, TURISTA, RESIDENTE

Esta perspectiva abarca aquellos aspectos clave para generar valor desde el punto de vista del turista o visitante. Aquí se abordan tres ámbitos de actuación a los que la estrategia debe dar respuesta: el acceso al turista a través de los atributos del producto o servicio, la relación con el turista y la imagen del destino, teniendo en cuenta que para optimizar estos aspectos es necesario una estructura de cooperación sectorial en red que incluya a todos los actores del sector.

Los principales ámbitos de actuación son:

- Satisfacción de los residentes
- Satisfacción de los turistas y visitantes
- Satisfacción de las organizaciones públicas y privadas
- Cooperación, la integración y la participación entre los actores del sector
- Niveles de participación en la administración pública

PERSPECTIVA 4: ACTIVIDADES Y PROCESOS

En este caso, la perspectiva refiere a los procesos estratégicos, los procesos de soporte y los procesos operativos de los organismos de turismo (y otras carteras asociadas) bajo cuya responsabilidad recae el desarrollo de la actividad.

Los principales ámbitos de actuación son:

- Planificación del turismo
- Atributos de los destino
- Puesta en valor de recursos
- Desarrollo de estrategias de marketing
- Calidad de los procesos de gestión
- Innovación y desarrollo de producto y servicio
- La gestión del impacto ambiental en los procesos de desarrollo turístico

PERSPECTIVA 5: INFRAESTRUCTURA Y RECURSOS

Esta perspectiva implica aspectos en los que los organismos de turismo deben incidir para sostener el proceso de cambio, innovación y crecimiento que requiere la estructura para soportar la estrategia.

Los principales ámbitos de actuación son:

- Diseño de la organización y su sistema de información
- Gestión del cambio
- Capacidad de inversión
- Instrumentos económicos y fiscales
- Desarrollo de infraestructura
- Adecuación legislativa
- Formación de recursos humanos
- Motivación de los recursos humanos
- Productividad de los recursos humanos

ETAPAS DEL DIAGNÓSTICO

A continuación se detalla el objetivo y la metodología de cada una de las actividades que forman parte de la **Etapa I Diagnóstico**.

1. FOROS REGIONALES DE DIÁLOGO SECTORIAL

Objetivo: ordenar y clasificar las ideas fuerza, surgidas en los Foros Regionales de Diálogo Sectorial.

Metodología: esta actividad se llevó a cabo mediante la elaboración de un cuadro de situación del sector turístico argentino, que permitió analizar las Ideas Fuerza que surgieron en los Foros Regionales de Diálogo Sectorial. La estructura del

cuadro diagnóstico estuvo conformada por las cinco perspectivas mencionadas, sobre las cuales se volcaron y ordenaron las 100 Ideas Fuerza (IF). Para ello, se llevarán a cabo las siguientes tareas:

- Definición de la matriz de base: la matriz estuvo integrada por las cinco perspectivas anteriormente mencionadas, que facilitaron el abordaje y análisis de las principales problemáticas del sector identificadas en los foros.
- Desarrollo de la matriz y análisis de variables: Las ideas fuerza fueron volcadas y ordenadas en la matriz, considerando la pertinencia y relación con las variables identificadas. Luego

se identificaron las relaciones de causa-efecto entre las ideas fuerzas analizadas al efecto de identificar la raíz de las principales problemáticas del sector turístico argentino.

2. ANÁLISIS DEL ESCENARIO TURÍSTICO ACTUAL

Objetivo: establecer un escenario contextual de la actividad turística, tanto a nivel nacional como internacional, que facilite la comprensión de su dinámica, tendencias y proyecciones.

Metodología: el proceso de análisis de situación se abordó en función de tres variables: antecedentes, datos actuales y tendencias de la actividad turística.

Actividades:

- **Relevamiento:** se relevaron una serie de documentos de referencia para su lectura y análisis.
- **Lectura y Análisis:** se procedió a leer y analizar dichos documentos, a los efectos de visualizar antecedentes, temas estratégicos, tendencias y proyecciones de la actividad turística, como así también identificar el trabajo ya realizado en materia de desarrollo, planificación y gestión turística.
- **Conclusiones:** se abordaron las principales conclusiones que determinaron el escenario turístico que dio contexto a la actualización del PFETS.

3. BENCHMARKING

Objetivo: analizar los planes de turismo de otros países, como así también de aquellas provincias o destinos destacados de nuestro país, mediante la matriz de las cinco perspectivas previamente descripta.

Metodología: el benchmarking funcional es un

proceso sistémico mediante el cual se recopiló información para evaluar comparativamente, a través de una serie de variables previamente definidas, los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones referentes seleccionadas.

El benchmarking funcional se abordó mediante las siguientes actividades:

Planificación. durante esta etapa:

- Se identificaron aquellas variables para someterlas a benchmarking.
- Se identificaron las organizaciones referentes sujeto de análisis.
- Se acordó el método de recolección de la información y se confeccionó la matriz de recopilación de datos de fuentes secundarias, en el cual se volcó la información correspondiente a cada variable a analizar.

Análisis: se identificaron aquellos elementos o prácticas de relevancia, considerando los objetivos y fines últimos por los cuales se abordó este proceso.

Integración: esta actividad consistió en organizar (dar prioridad o jerarquizar) los hallazgos para la presentación.

Propuesta: se contempló el grado de posibilidad de adaptación e implementación de dichas prácticas en el proceso de actualización del PFETS.

Conclusiones: se volcaron las principales conclusiones de análisis de benchmarking.

4. CARACTERIZACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO ARGENTINO

Objetivo: caracterizar el modelo de desarrollo turístico vigente en la República Argentina, implementado a lo largo de los últimos 10 años de gestión del Ministerio de Turismo de la Nación.

Metodología: para realizar la caracterización del modelo se definieron las siguientes actividades:

Revisión de antecedentes

Se analizó documentación descriptiva de la historia de turismo argentino y se redactó una síntesis (máximo 2 páginas) con los principales hitos, contextualizados dentro las fases económica, social, y política en las que se desenvuelve la actividad turística.

Relevamiento y análisis histórico

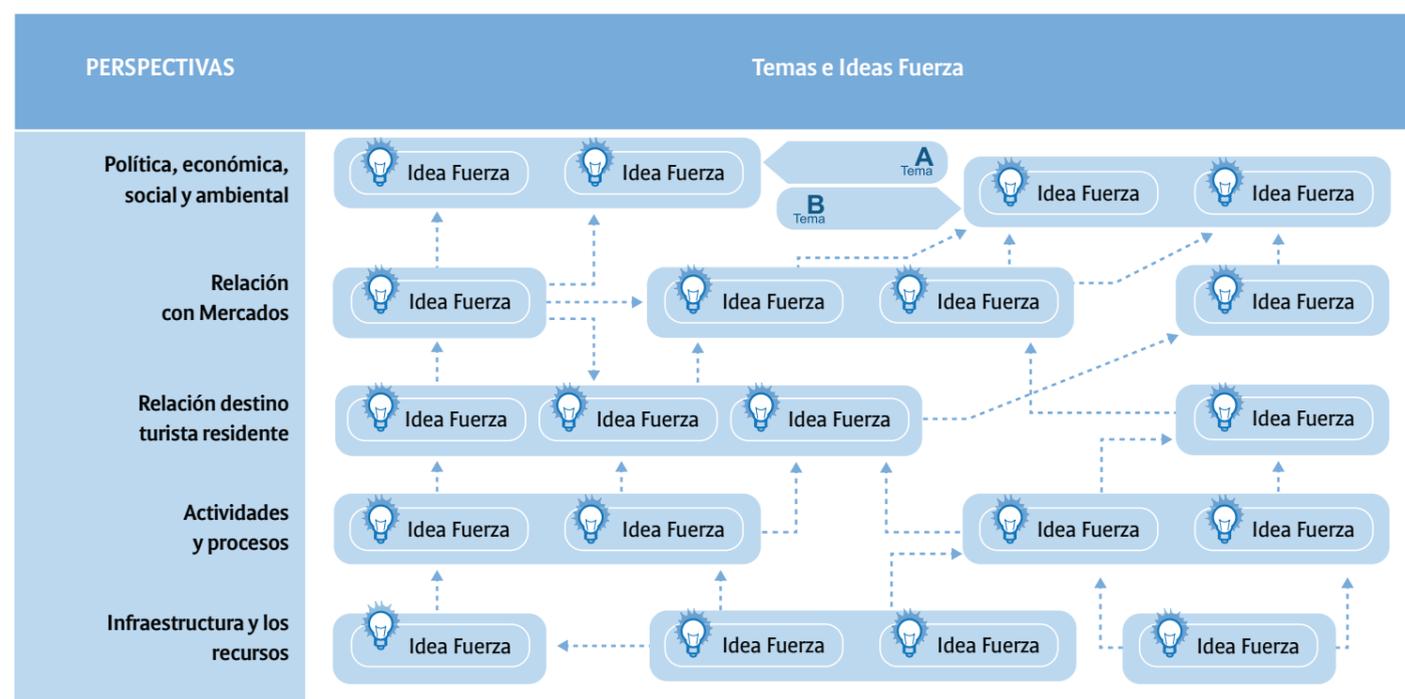
Se realizó un relato histórico político de estos últimos 10 años de gestión en materia de política turística llevada a cabo por el Ministerio de Turismo de la Nación, en concordancia con las políticas del gobierno nacional.

Análisis documental

Se analizaron documentos legales y técnicos que han dado forma al modelo turístico argentino, entre los cuales se pueden mencionar:

- | Antecedentes |
|--|
| • Ley Nacional de Turismo 25.997 |
| • Plan Estratégico Territorial – PET – (MINPLAN) |
| • PFETS 2016 |
| • PFETS 2020 |
| • Planes Operativos Anuales / Metas Jefatura de Gabinete / Planes de otras áreas de Gobierno |
| • Planes del Mintur <ul style="list-style-type: none"> › Conectar internacional › Conectar nacional › Sistema Argentino de Calidad Turística - Estrategia Marca País › Plan Operativo 2014 › Planes Administración Parques Nacionales |

Matriz de análisis de las 100 Ideas Fuerza



- **Entrevistas**
Se realizaron entrevistas en profundidad a informantes clave, mediante un guión semiestructurado, con el objetivo de identificar los principales pilares y atributos del modelo de desarrollo turístico actual.
- **Sistematización de la información**
Finalizadas las instancias precedentes se procesó la información obtenida a fin de identificar los pilares y atributos que componen el Modelo Turístico Argentino.

A los efectos de avanzar en el proceso de actualización del PFETS, se conformó un **Equipo Interno de Planificación** en el ámbito del Ministerio de Turismo de la Nación.

El trabajo con el Equipo Interno de Planificación se llevó a cabo de manera continua durante todo el proceso y estuvo centrado en la facilitación de documentos claves, intercambio de aportes técnicos y validación de los productos finales.

A partir del documento de diagnóstico, el equipo interno, con el aval de las autoridades, trabajó en la reformulación del diseño estratégico. A

continuación se presenta el esquema de la Etapa II de la actualización, con su correspondiente metodología.

1. Diseño estratégico

El proceso de actualización del PFETS contempló especialmente la reformulación de su diseño estratégico, como así también del operativo. Esto implicó trabajar sobre los siguientes componentes:

- **Premisas:** las premisas son los principios que guían las ideas y los procesos de gestión a desarrollar. En función del diagnóstico y la caracterización del modelo se resignificaron las premisas del PFETS.
- **Visión:** es el elemento rector de la planificación prospectiva, detrás de la cual se alinean las estrategias y se ordenan las acciones. Para su reformulación se procedió a sistematizar las visiones regionales planteadas en los Foros de Diálogo Sectorial Turístico, posteriormente sintetizadas en el Encuentro de Líderes del Turismo, bajo la mirada de las cinco perspectivas, de forma tal de garantizar una visión integral y representativa.
- **Misión, Objetivo general y Objetivos específicos:** estos componentes del diseño estratégico establecen la finalidad y la orientación del Plan como elemento rector de la gestión turística nacional.
- **Enfoque Estratégico:** es el elemento diferenciador estratégico que permite que Argentina se distinga de otros destinos turísticos. Es la propuesta de base y se formuló a partir de los datos del diagnóstico prospectivo y documentos de análisis, tanto de Argentina como de otros países.

- **Cuadro Estratégico:** representa el núcleo central de la metodología, mediante la cual se define la Etapa II Propuesta. A continuación se describe en forma detallada.

CUADRO ESTRATÉGICO

El Cuadro Estratégico es una herramienta de gestión cuya implementación supone la orientación de la gestión a la estrategia, y parte del diagnóstico final descrito en la etapa I de este proceso. Este cuadro explica de qué forma se **creará valor para el sector turístico nacional y los actores involucrados** (sector público, privado, académico, residentes y turistas).

El objetivo fundamental es constituirse en una herramienta de **descripción y comprensión de la estrategia** por parte de todos los actores del sector.

ESTRUCTURA DEL CUADRO ESTRATÉGICO DEL PFETS

Los elementos que componen el cuadro estratégico son:

- **Las perspectivas** o ámbitos sobre los que actúa la estrategia. Las cinco perspectivas ya fueron descritas en este Anexo.
- **Temas estratégicos:** son los aspectos centrales por los cuales el sector en su conjunto va a alcanzar la posición estratégica deseada.
- **Objetivos estratégicos:** son el elemento que permite concretar la estrategia, es decir, planteando una estructura de objetivos interrelacionados para alcanzar la visión. En concreto los objetivos responden a la pregunta ¿para qué? el sector debería realizar determinadas acciones y por consecuencia entender cuál sería el resultado esperado luego de su implementación.

- **Metas:** una meta es el valor concreto que queremos alcanzar mediante el objetivo definido. Se trata de establecer un valor deseado para los indicadores que miden la consecución del objetivo estratégico. Esta fase es la que cierra la definición de un objetivo estratégico de forma completa.
- **Indicadores:** los indicadores estratégicos representan el elemento central que permitirá el seguimiento del cumplimiento de la estrategia y se materializan como medidas verificables de cambio o resultado. A través de ellos se puede identificar el estado de situación actual en relación a cada objetivo estratégico determinado.

- **Acciones estratégicas:** las acciones estratégicas son aquellas actuaciones específicamente definidas con el objeto de garantizar y reforzar la consecución de los objetivos estratégicos. Representan las principales líneas de acción que darán lugar a la formulación, en una segunda instancia, del Diseño Operativo del Plan.
- **Centros de responsabilidad:** los centros de responsabilidad pretenden identificar las redes de actores responsables de la consecución de los objetivos estratégicos y por consiguiente la disposición de los recursos humanos técnicos y financieros para la implementación de las acciones estratégicas correspondientes.

Etapa II: PROPUESTA

Equipo Interno de Actualización

- Premisas
- Visión
- Misión, objetivo general y específicos del Plan
- Enfoque estratégico
- Cuadro estratégico

Diseño Estratégico

Cuadro Estratégico

PROPUESTA

Mapa Federal de Oportunidades de Inversión

Diseño Operativo

- Programas
- Proyectos
- Indicadores

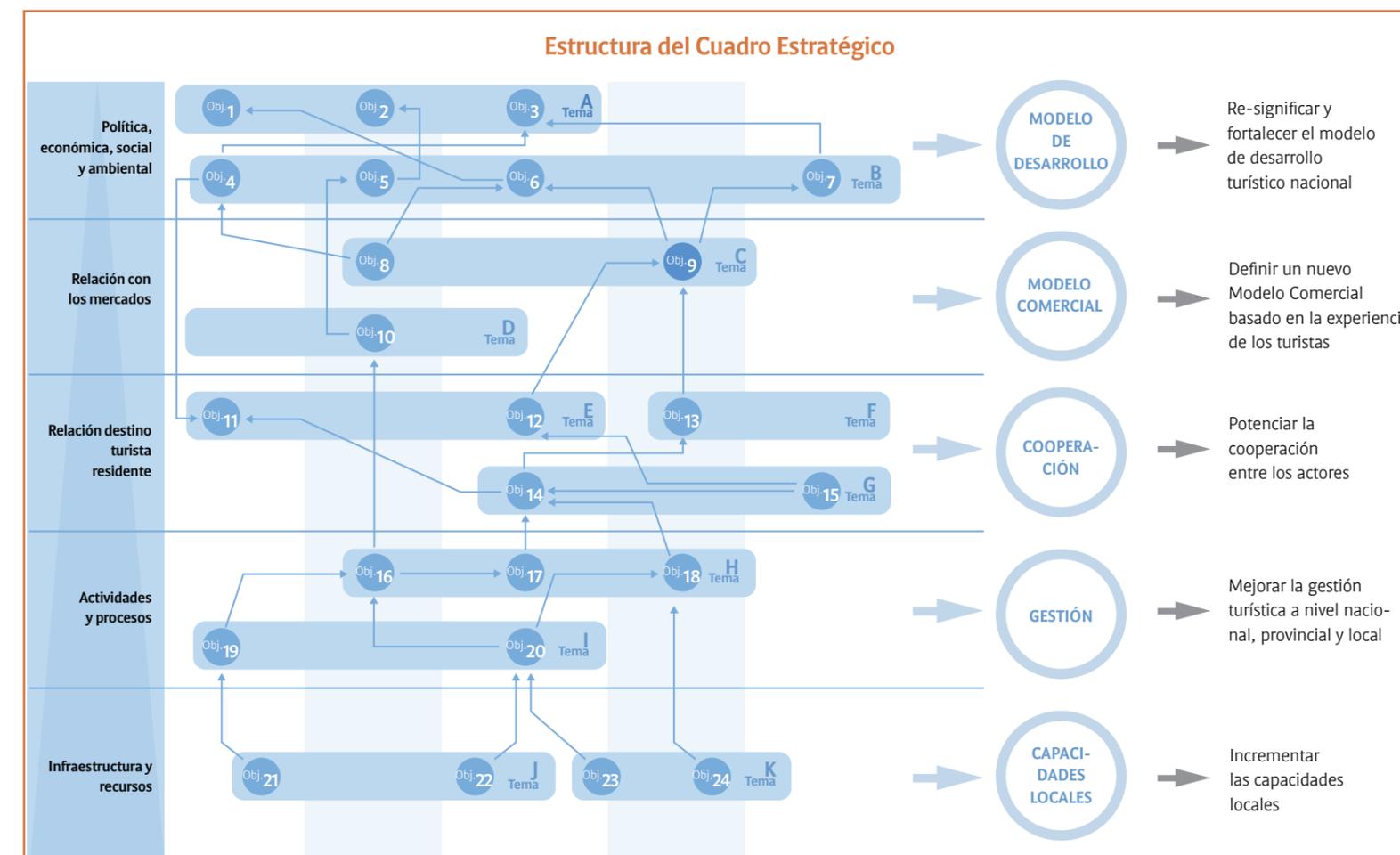
- Regionalización turística
- Componentes del espacio turístico
- Oportunidades de inversión pública



El Bolsón, Río Negro.



Monumento a la Bandera, Rosario, Santa Fe.



2. Diseño operativo

Una vez formulado el Cuadro Estratégico, las diferentes instituciones con capacidad de gestión comprometidas en los Centros de Responsabilidad (con competencias para el cumplimiento de los Objetivos Estratégicos), podrán propiciar la formulación de sus propios **Planes Operativos**, que organicen las actuaciones correspondientes.

En el caso del Ministerio de Turismo de la Nación, se procederá a formular el Diseño Operativo, representado por el Plan Operativo Anual del Mintur, con una metodología ad hoc que la Unidad de Coordinación del PFETS implementa desde 2012, y cuyos componentes son los siguientes:

- **Programas**
 - › De actuación
 - › Instrumentales
- **Proyectos**
 - › Objetivos
 - › Metas
 - › Actividades
- **Indicadores**

3. Mapa Federal de Oportunidades de Inversión

En la actualidad, la versión del Mapa Federal de Oportunidades Turísticas 2011 aún mantiene la vigencia en materia de gestión e inversión, dado que los tiempos de actuación así lo determinan dentro del horizonte de planeamiento del PFETS, encontrándose los procesos en una etapa significativa de avance que justifican conservar la organización actual del Mapa Federal de Oportunidades. Esta condición determina la preservación de los componentes del espacio turístico vigentes como sustento territorial de la gestión, reservando su revisión y adecuación para la próxima actualización del Plan.

Una vez definido el Cuadro Estratégico del PFETS, se procedió a validar, de forma participativa y en el ámbito federal, los componentes que se detallan en el cuadro siguiente:



Para esta validación se contempló un espacio de diálogo y consenso con los referentes de la **Red Federal de Articulación** del PFETS en conjunto con los representantes del **equipo interno de actualización** del Mintur.

Esta actividad dispuso de una metodología de validación que procuró el consenso sobre las **Acciones Estratégicas** propuestas por la actualización del PFETS y especialmente generó los compromisos político - institucionales para consolidar

los **Centros de Responsabilidad** que tendrán a su cargo la ejecución de las acciones tendientes al logro de los Objetivos Estratégicos propuestos, en el marco de la formulación de sus **Planes Operativos** o herramientas similares de gestión operativa.

En la instancia final, se procedió a validar el Cuadro Estratégico en el ámbito del Consejo Federal de Turismo, en presencia de las Autoridades Nacionales, de las Autoridades Provinciales de Turismo y de representantes de la Cámara Argentina de Turismo de Turismo.



Finalmente, y habiendo culminado todas las etapas y actividades del proceso descrito, se dió cumplimiento al mandato que la Ley 25.997 y su decreto reglamentario indican en términos de formulación y actualización del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.





12. ENLACES DE INTERÉS

turismo 2025

12.



Ministerio de Turismo
de la Nación
www.turismo.gov.ar

Instituto Nacional
de Promoción Turística
www.argentina.travel

Consejo Federal de Turismo
www.cft.gov.ar

Administración de
Parques Nacionales
www.parquesnacionales.gob.ar

Cámara Argentina de Turismo
www.camaradeturismo.org.ar

Marca País
<http://marcapais.turismo.gov.ar>

Aerolíneas Argentinas
www.aerolineas.com.ar

Consejo de Decanos y Directores
de Unidades Académicas
relacionadas con la Enseñanza
del Turismo
www.condet.edu.ar

Desarrollo Turístico
www.desarrolloturistico.gob.ar

Sistema Argentino
de Calidad Turística
www.calidadturistica.gov.ar

Promoción Turística Nacional
www.argentina.tur.ar

Unidad Ejecutora de Préstamos
Internacionales
<http://uepi.turismo.gov.ar/>

Boletín Técnico del Plan
Federal Estratégico de Turismo
Sustentable
<http://2016.turismo.gov.ar>

Sistema de Información
y Estadística Turística
www.siet.tur.ar

Huella Andina
www.huellaandina.tur.ar

Red Argentina de Turismo
Rural Comunitario
www.turismocomunitario.tur.ar

Incubar Turismo
www.incubarturismo.tur.ar

Campus Mintur
<http://campus.turismo.gov.ar>

Repositorio digital del Ministerio
de Turismo de la Nación
www.repotur.gov.ar

Portal Educatur
www.educatur.gov.ar

Sistema de Consultas
y Reclamos del Ministerio
de Turismo de la Nación
<http://cyr.turismo.gov.ar>

Sistema Integrado de Información
Turística - Ministerio de Turismo
<http://sindit.argentina.tur.ar>

100 Años de Turismo
www.cienaniosdeturismo.gov.ar

Turismo Estudiantil
www.turismoestudiantil.gov.ar

Tesoro Turístico Argentino
www.tesauroturistico.gob.ar

turismo 2025

Ministerio de Turismo de La Nación
Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: Turismo 2025
Ilustrado por Diego Colubri y Maru Blanco.
1a ed. - Buenos Aires : Ministerio de Turismo de la Nación, 2015.
292 p. + 3 desplegables : il. ; 25x25 cm.

ISBN 978-987-27134-7-8

1. Turismo. 2. Planificación. 3. Políticas Públicas.
CDD 338.479 1

Fecha de catalogación: 30/06/2015

Hecho el depósito que marca la Ley
11.723. Todos los derechos reserva-
dos. Esta publicación no puede ser
reproducida ni en todo, ni en parte,
sin el permiso previo y por escrito
de esta casa editorial.

Impreso en la Argentina
Buenos Aires, Julio - 2015

La presente publicación es propie-
dad del Ministerio de Turismo.
Queda prohibida su reproducción
total o parcial.



CAT Cámara Argentina
de Turismo

Argentina
Instituto Nacional de
Promoción Turística

CFT 
Consejo Federal de Turismo

 **Ministerio de
Turismo**
Presidencia de la Nación