



UCI
Universidad para la
Cooperación Internacional



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA
Ministerio de Producción, Trabajo
y Desarrollo Sustentable
Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable

Taller de Formación

Aplicación de Sistemas de Gestión Ambiental como Herramienta de Preservación de Destinos Turísticos

Semana 1.2
Estrategias de Turismo Sostenible

01 – 07 de mayo de 2019

Universidad para la Cooperación Internacional



Módulo 1: Semana 1.3.

Módulo / Tema 1: Ambiente y turismo

Esta semana veremos los siguientes temas

- Biodiversidad y turismo
- Estrategias de Turismo Sostenible

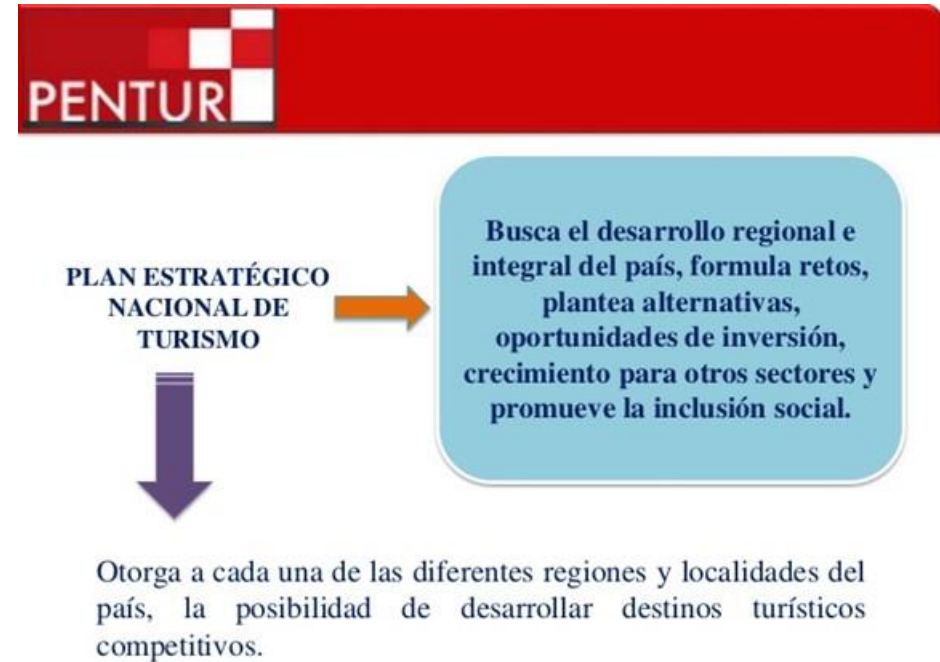
Planes y estrategias para un turismo sostenible

- Existen muchos retos para implementar los principios de sostenibilidad.
- El mismo concepto de sostenibilidad es interpretado de muchas maneras y énfasis.
- Una forma práctica de sacar adelante la sostenibilidad es mediante la creación de Planes y Estrategias para el Manejo y el Desarrollo de la Sostenibilidad.

<https://agrotravelturismoresponsable.wordpress.com/2014/12/19/planes-y-las-estrategias-para-un-turismo-sostenible/>

Planes y estrategias para un turismo sostenible

- Muchos planes son elaborados sin tener en cuenta las comunidades, su entorno, su cultura y su desarrollo empresarial.
- En contraste, los planes de turismo sostenible son basados en un análisis regional más amplio y holístico.



Elementos que debe tener un plan

- Un análisis de las necesidades de la región, en términos sociales, culturales, económicos y ambientales.
- Un análisis de los pros y los contras del desarrollo turístico de la región.
- Una discusión de cómo ese mejor turismo puede ser implementado como una herramienta que regenera social, económica, cultural y ambientalmente la región.
- Socialización en la elaboración del plan.



Elementos que debe tener un plan

- Considerar la capacidad de carga de turistas: áreas de uso intensivo y medio y límites generales de crecimiento.
- Un estudio de mercado para establecer oportunidades y definir así una estrategia de mercado.
- Un programa de capacitación para todos los sectores.



Elementos que debe tener un plan

- Un programa de calidad y sostenibilidad
- Sistema de monitoreo y evaluación que ayude a las correcciones, toma de decisiones y proyección futura.



Consideraciones en el proceso de elaboración

- Las estrategias dentro del turismo sostenible son acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo para ser implementadas con el fin de aprovechar los recursos y las oportunidades con las que se cuenta en una determinada región.
- Es importante que los líderes del proceso tengan experiencia no sólo en temas turísticos sino en aspectos económicos, ambientales y sociales.
- Adicionalmente, deben estar ajenos a interés particulares ya que si bien la información levantada a nivel local es valiosa, la imparcialidad es mucho más vital.



Consideraciones en el proceso de elaboración

- Es un proceso para motivar el diálogo entre el gobierno, los empresarios del sector turismo y las comunidades locales acerca del futuro de una región y el rol que en este sentido tiene el turismo.
- La estrategia debe ser usada para guiar y fomentar la inversión en infraestructura de transporte, servicios públicos, marketing, información e interpretación.



Consideraciones en el proceso de elaboración

- Deben de incorporarse en el proceso, la conservación de patrimonio natural y cultural.
- Bajo este orden de ideas, el patrimonio natural y cultural debe ser considerado como un valor intrínseco a los servicios turísticos que se van a prestar.



Consideraciones en el proceso de elaboración

- Debe incluirse diversificación productiva en fincas, estancias, artesanías, gastronomía, hospedaje, transporte, etc. Esto puede incrementar ocupación laboral en áreas con índices bajos.
- La construcción de estrategias puede ser usadas como un vehículo para nuevas ideas y como parte de un proceso educativo que permita el desarrollo de nuevas habilidades y competencias dentro de la comunidad de la región.



Consideraciones en el proceso de elaboración

- El diálogo sectorial y local puede permitir considerar los costos y beneficios de diferentes alternativas de turismo y de inversión en turismo.
- La mayoría de negocios de turismo rural son pequeños e incapaces de implementar un marketing efectivo, luego dentro del proceso de construcción de la estrategia puede promoverse la confluencia de las fincas y casas rurales en portales especializados que facilitan y garantizan una visibilidad dentro la creciente oferta turística.



Consideraciones en el proceso de elaboración

- La elaboración de un plan efectivo, bien escrito y socializado con toda la comunidad puede permitir la gestión de recursos desde el sector privado o público.
- Las estrategias deben ser a largo plazo y sugerir evaluación del programa anualmente.
- Debe ser el inicio de una relación donde con intereses ambientales.

Fuente: Lane, 2005. Sustainable
rural tourism strategies: a tool for
development and conservation.
Revista Interamericana de Ambiente
y Turismo 1(1)



Documento técnico 2.5

Es un documento corto de 10 páginas y fácil lectura que hace una ubicación en el tiempo de diferentes eventos y actores.

Es un buen elemento para formar un marco referencial a nivel nacional.



Vol. 13 N.º 3. Págs. 619-628. 2015

La política turística como alternativa económica en la Argentina¹

Erica Schenkel*

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Resumen: En el marco de las nuevas relaciones público-privadas que se imponen a finales del siglo XX, emerge la reformulación del turismo como asunto público en la República Argentina, a partir de nuevos fundamentos de tipo económicos. Desde el enfoque de análisis de políticas públicas, la investigación que se

¿Qué estrategias y planes tenemos en Argentina?

- Política Nacional de Turismo
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025
- Plan Estratégico de Turismo de Salta
- Planes Municipales



Los planes de manejo de áreas protegidas que son importantes dentro de un destino las veremos en el próximo módulo.



Documento técnico 2. 6



Participación a nivel nacional

Turismo 2025

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 Marteatrena - 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 Llambich - Directora de Formación en Turismo

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, Lilliana
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 Pia

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, Pio 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

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



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



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



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



Foro de Diálogo Sectorial – CABA
Sede: Ciudad de Buenos Aires





TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO

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



DEL MODELO AL PLAN

- 46. 2.1. Proceso de formulación del PFETS 2025.
- 50. 2.2. Los Foros Regionales de Diálogo Sectorial Turístico.
- 56. 2.3. Visión.
- 2.4. Misión.
- 2.5. Objetivo general.
- 2.6. Objetivos específicos.
- 2.7. Enfoque estratégico.



DE LA ESTRATEGIA A LA GESTIÓN

- 64. 3.1. Objetivos estratégicos. 80.
- 71. 3.2. Cuadro estratégico. 82.
- 76. 3.3. Acciones estratégicas. 84.
- 77.
- 77.
- 77.



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

194. 9.1. Importancia económica del turismo.	204.
198. 9.2. Turismo receptivo.	206.
9.3. El turismo nacional de la Argentina.	220.
9.4. Proyecciones para el Turismo en Argentina.	233.

10.



APÉNDICE

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

11.



ANEXOS

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

12.



ENLACES DE INTERÉS

- Enlaces de Interés 280.

Documento técnico 2.7



10

Programas de carácter general

- Gastronomía salteña
- Turismo aventura
- Pesca deportiva
- Avistaje de aves
- Artesanías de Salta
- Turismo comunitario
- Reuniones, eventos y espectáculos
- Lugares Mágicos
- Salta + Verde
- Inteligencia de mercado

7

Polos de desarrollo turístico

- Valle de Lerma
- Valles Calchaquíes
- La Puna
- Sur Histórico
- Norte Verde
- Norte Andino
- Ciudad y Alrededores

8

Proyectos Transversales

- Infraestructura y accesibilidad
- Fondo fiduciario Pyme
- Centros de apoyo al emprendedor
- Banco de proyectos turísticos
- Capacitación y entretenimiento
- Señalización turística
- Trazabilidad turística
- Salta conectada

6

Programas de Marketing

- Modelo de captación
- Modelo de comunicación
- Programas de soporte
- Programa de marketing con el trade
- Programa de marketing con la prensa
- Programa de marketing con el turista

Propósitos:

- ▶ Desarrollar la actividad turística de manera sustentable y equilibrada en todo el territorio de la Provincia.
- ▶ Generar empleo directo de calidad.
- ▶ Mejorar la competitividad turística de la Provincia en los mercados nacionales e internacionales.
- ▶ Aumentar el gasto per cápita diario y la estadía promedio de los turistas nacionales e internacionales que arriban, mejorando los ingresos generados por la actividad en toda la Provincia.
- ▶ Mejorar la calidad de vida de todos los salteños.



Más de
100
Proyectos

Que consolidarán el crecimiento turístico de la Provincia de Salta y la transformarán en 10 años en el principal destino turístico de la Argentina y en una referencia indiscutida a nivel mundial.

SALTA,

Un destino turístico próximo, líder en la Argentina y en la región y uno de los principales destinos ecoturísticos a nivel mundial.

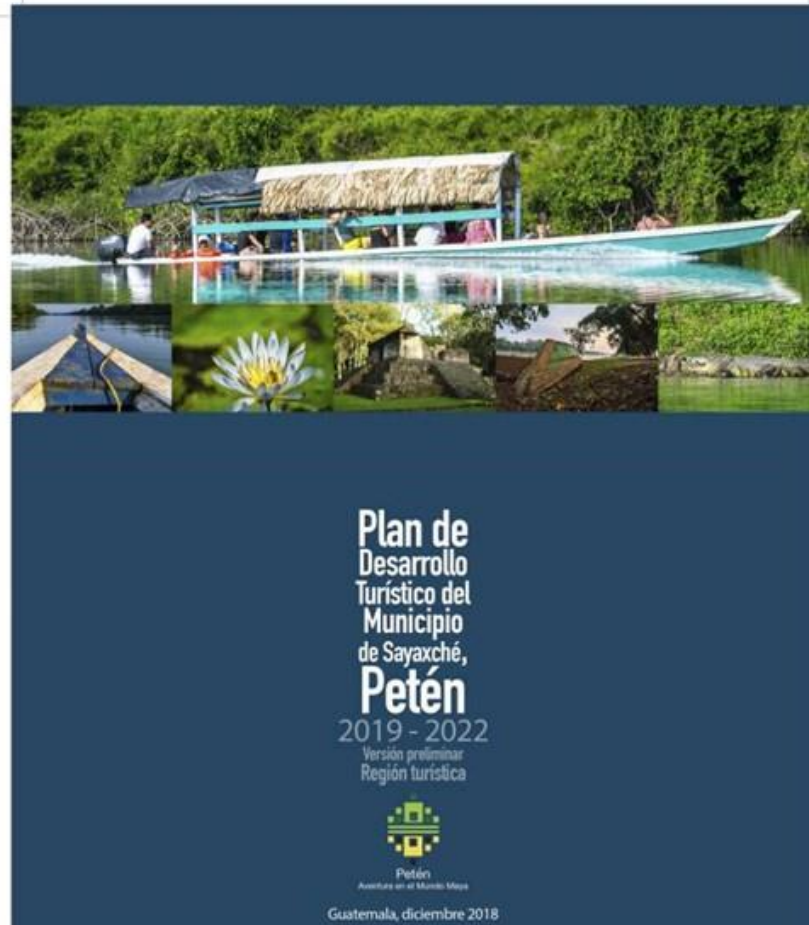
Un destino sustentable, equilibrado e innovador en su desarrollo y en su marketing turístico.

Visión 2020

¿Qué queremos ser?

- » Con su Capital, Salta, vidriera provincial y líder nacional y regional en turismo cultural y principal referente del norte del país en turismo de reuniones.
- » La región de los Valles, paraíso natural donde conviven paisajes únicos con exclusivos vinos de altura.
- » La Puna, el lugar donde las montañas cobran vida a través de historias ancestrales.
- » El Sur Histórico, el lugar donde vive la historia, el destino de referencia para hacer tangibles los valores y las hazañas del General Güemes y sus heroicos gauchos salteños.
- » El Norte Verde y Andino, de la selva a la montaña, la tierra donde los pueblos originarios viven y comparten sus culturas y sus costumbres en total armonía y paz y un espacio natural de relevancia mundial “Las Yungas” reserva de la biósfera de UNESCO.
- » Con una serie de lugares mágicos y productos turísticos de extraordinaria calidad, donde se destacan: la Ruta 40, el turismo religioso, de aventura y rural, la pesca deportiva, las artesanías y la auténtica gastronomía salteña, y con la inconfundible hospitalidad y estilo de vida del pueblo salteño.

2.8 Ejemplo: Plan de turismo sostenible del Municipio de Sayaxche – Guatemala





UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

Damaris Chaves

t. +506 8380 6909

c. dchaves@agua_grande.com

