

*Salta*  
ARGENTINA  
Tan linda que enamora



# GUIA DE OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL SECTOR TURISMO DE LA PROVINCIA DE SALTA



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA.  
Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes.



Gobernador  
Dr. Juan Manuel Urtubey

Jefe de Gabinete  
C.P.N. Fernando Yarade

Ministro de Cultura, Turismo y Deportes  
Juan Manuel Lavallen

Secretario de Turismo  
Lic. Estanislao Villanueva

Este trabajo se ha realizado en forma conjunta entre la Provincia de Salta y la Fundación Mediterránea, en el marco del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Salta – Préstamo BID 2835/OC-AR.

Salta, Septiembre de 2018

La elaboración de este menú de Oportunidades de Inversión, tuvo como principal objetivo identificar alternativas de negocios a partir de las necesidades en materia de servicios turísticos que son factibles de ser llevados a cabo a lo largo de todo el territorio provincial.

Con este objetivo, dentro del Marco del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable, financiado a través del Préstamo BID 2835 se realizó, a lo largo de un año, un relevamiento en toda la provincia para detectar potenciales oportunidades dentro del sector. Se llevaron a cabo talleres técnicos, se entrevistó a referentes del sector turismo, y se trabajó en forma conjunta con funcionarios del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la Provincia de Salta para lograr realizar este documento que muestra el potencial del sector.

Como conclusión se arriba a una grilla de oportunidades, se cuantifica la demanda, se regionaliza la provincia y se finaliza identificando oportunidades concretas de inversión. Ya sea para inversores locales, nacionales o bien internacionales que estén interesados en invertir en un sector que se desarrolla ininterrumpidamente dentro de una provincia que ha tomado al turismo como política de estado.

## Palabras del Gobernador de Salta, Dr. Juan Manuel Urtubey



Salta es una provincia que enamora por sus paisajes únicos, su importante herencia cultural que vive en cada una de sus celebraciones y tradiciones, pero sobre todo por la hospitalidad y amabilidad de los salteños.

El turismo ha crecido de forma significativa en los últimos tiempos, debido en parte a la implementación de políticas públicas que surgen de una planificación estratégica, que se expresa a través del Plan Salta Si+ y que nos ha permitido acceder a financiamiento internacional para llevarlo adelante y ejecutar obras de infraestructura, mejorar los accesos y seguridad, generar nuevas rutas aéreas, poner en valor el patrimonio natural y cultural, sumando nuevos productos y destinos turísticos. Hemos innovado la oferta, pero también hemos conservado nuestros “íconos”, como el monumental Tren a las Nubes, uno de los más altos del mundo.

La actividad turística se ha convertido en uno de los motores de la economía provincial, generando más de 44.000 puestos de trabajo ligados en forma directa e indirecta con la actividad. Desde el Gobierno hemos acompañado a través de una batería de instrumentos fiscales y financieros que contribuyeron de manera muy importante a desarrollar una oferta diversificada y de calidad. El trabajo articulado junto al sector privado y los gobiernos municipales ha sido un aspecto diferenciador ya que el turismo es una política de Estado en nuestra provincia.

Recientemente hemos reglamentado la Ley de Promoción y Estabilidad Fiscal para la Generación de Empleo, una iniciativa del ejecutivo provincial que alienta en Salta las inversiones privadas en los distintos sectores productivos, entre ellos el turístico. Con la exención de tributos provinciales y otros beneficios financieros y de estabilidad fiscal, alentamos la radicación, ampliación y continuidad de proyectos en las áreas turismo y cultura.

Estamos convencidos del altísimo potencial de nuestra provincia. Queremos invitarlos a invertir en Salta, a sumarse a este equipo de trabajo que tiene como premisa lograr experiencias inolvidables en los turistas que nos visitan y generar mayores oportunidades para nuestra gente.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	Pág. 07
CENTRO DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICO EN EL NORTE ARGENTINO .....	Pág. 08
¿POR QUÉ INVERTIR EN SALTA?.....	Pág. 09
ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA PROVINCIA DE SALTA.....	Pág. 10
PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS. PROVINCIA DE SALTA .....	Pág. 11
EL SECTOR TURÍSTICO .....	Pág. 12
EL TURISMO EN EL MUNDO.....	Pág.12
EL TURISMO EN ARGENTINA .....	Pág. 13
EL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SALTA.....	Pág. 16
EVOLUCIÓN Y PROYECCIONES DEL MERCADO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE SALTA.....	Pág. 18
VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA PROVINCIA DE SALTA EN RELACIÓN AL NORTE ARGENTINO .....	Pág. 19
CONECTIVIDAD.....	Pág. 20
ICONOS TURÍSTICOS.....	Pág. 21
TURISMO DE NATURALEZA.....	Pág. 22
TURISMO DE REUNIONES.....	Pág. 23
TURISMO RELIGIOSO .....	Pág. 24
TURISMO GASTRONÓMICO .....	Pág. 25
ENOTURISMO .....	Pág. 26
PRINCIPALES OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN LA PROVINCIA DE SALTA .....	Pág. 27
PRINCIPALES OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN POR REGIONES .....	Pág. 33
REGIÓN DE LOS VALLES CALCHAQUÍES.....	Pág. 35
REGIÓN VALLES DEL CENTRO SUR .....	Pág. 39
REGIÓN PUNA SALTEÑA.....	Pág. 44
REGIÓN NORTE SALTEÑO .....	Pág. 48
ANEXOS.....	Pág. 51
FICHAS DE OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN POR RUBROS.....	Pág. 52
RÉGIMEN DE INCENTIVOS A LA INVERSIÓN TURÍSTICA.....	Pág. 64



## INTRODUCCIÓN

Ubicada estratégicamente en el Noroeste Argentino, la Provincia de Salta, está rodeada por tres países (Chile, Bolivia y Paraguay) y seis provincias (Jujuy, Formosa, Chaco, Santiago del Estero, Tucumán y Catamarca). Su potencialidad está vinculada por ser la principal puerta de ingreso al Norte Argentino y parte fundamental en la integración de los circuitos regionales con Chile, Bolivia y Paraguay, los cuales año a año, son cada vez más frecuentado por el turismo internacional.

Con turismo todo el año, combina los atractivos de un vasto territorio que abarca todo tipo de paisajes (desde la aridez del desierto puneño hasta el verde exuberante de la selva), con un importante patrimonio cultural (heredera de la antigua nación Diaguita – Calchaquí, del imperio Inca, del pasado colonial hispánico y del espíritu criollo que luchó por la independencia nacional). Muchos rasgos de este legado aún perduran en la fisonomía humana, en sus tradiciones y costumbres, su cocina y en la arquitectura de sus pueblos y su ciudad capital.



# CENTRO DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICO EN EL NORTE ARGENTINO

- Salta se constituye como el **centro de distribución turístico** de los flujos de visitantes más importante del Norte Argentino.
- **Superficie:** 155.488 km.
- **Población de la Provincia de Salta:** 1.388.532 habitantes (proyección 2018)
- **Por su ubicación,** cuenta con múltiples accesos terrestres (a través de la RN 34, RN 9, RN 16, RN 40) y con 5 pasos fronterizos internacionales que la conectan con Chile, Bolivia y Paraguay. **El Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes,** está ubicado a 9 km. del centro de la Ciudad de Salta y opera las 24 horas.



## ¿POR QUÉ INVERTIR EN SALTA?

- Seguridad jurídica reconocida y apoyo al sector mediante herramientas fiscales y financieras. Salta cuenta con una Ley de Promoción y Estabilidad Fiscal para la Generación de Empleo y una Ley de Turismo.
- Diversificación productiva, apertura económica, dinamismo y rentabilidad se combinan en Salta con una amplia gama de oportunidades de inversión en sectores con gran potencial de crecimiento global.
- Acceso a un amplio mercado regional y una alta integración a las cadenas globales de valor, posicionan a Salta como una atractiva plaza inversora a nivel mundial en turismo.
- Recursos naturales abundantes y una preferencial ubicación geográfica, puesto que limita con 6 provincias (Jujuy, Formosa, Chaco, Tucumán, Catamarca y Santiago del Estero) y 3 países (Bolivia, Chile y Paraguay).
- Salta posee una población con una rica cultura mestiza propia, esto la identifica en la región del norte de Argentina.
- Es la provincia más consolidada a nivel turístico del norte argentino y un referente a nivel país.
- Su diversidad geográfica, geológica y climatológica, permite la realización de una amplia variedad de modalidades turísticas.
- Amplia red vial nacional y provincial con una moderna infraestructura y un aeropuerto con conexiones internacionales.



## ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA PROVINCIA DE SALTA

Las actividades económicas de la Provincia de Salta, son impulsadas principalmente por los Sectores Agropecuario, Energético - Minero y el Turismo.

La base de su agricultura está dada por cultivos industriales como el tabaco, caña de azúcar, cítricos (pomelo y limón), soja, porotos, vid, ajíes, papas y algodón.

La ganadería se encuentra representada por la cría de ganado vacuno en la región del Valle de Lerma y las zonas despejadas de la región chaqueña. Es frecuente la presencia de caprinos en las zonas montañosas y la cría de camélidos en las zonas de mayor altitud y aridez.

La minería y la producción de hidrocarburos (petróleo, butano) tienen gran importancia, sobre todo en el norte salteño. En la región de la Puna

cobre, plomo, plata, estaño, litio, bórax, salitre, potasio, etc.) con excelentes perspectivas de crecimiento.

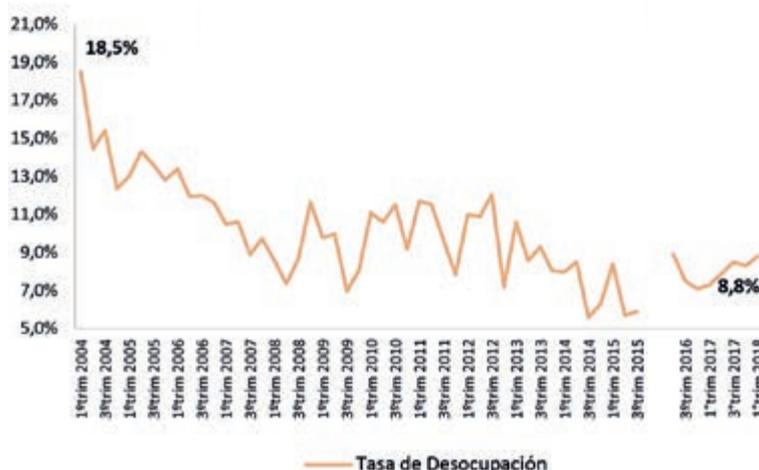
Por último, el turismo ha venido desempeñando un papel de gran importancia en el desarrollo económico de la provincia durante las últimas dos décadas. Ello se debió principalmente a la participación activa del Estado a través de cuatro líneas de acción tendientes a aumentar la competitividad del sector: a) Políticas institucionales, b) Fomento y apoyo a la actividad a través de distintos instrumentos fiscales y financieros, c) Mejora de la infraestructura de transporte y, d) Obtención de dos préstamos internacionales directos del B.I.D. para el desarrollo integrado del sector.



# PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS. PROVINCIA DE SALTA

En relación al mercado laboral, el Gobierno de la Provincia de Salta, ha venido trabajando fuertemente en alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Es así que, la tasa de desocupación en la provincia descendió alrededor de 10 puntos porcentuales desde el primer trimestre de 2004 al cuarto trimestre de 2017, y la informalidad bajó alrededor de 20 puntos porcentuales en igual período<sup>1</sup>.

Evolución de la Tasa de Desocupación Provincia de Salta



1.333.365 hab

(Población 2015)

<p>47,4%</p> <p>Tasa de Actividad (cuarto trimestre 2017)</p>	<p>43,5%</p> <p>Tasa de Empleo (cuarto trimestre 2017)</p>	<p>8,3%</p> <p>Tasa de Desocupación (cuarto trimestre 2017)</p>
<p>70%</p> <p>Población ocupada – Asalariada (cuarto trimestre 2017)</p>	<p>42,7%</p> <p>Población ocupada – Asalariada – Sin descuento jubilatorio (cuarto trimestre 2017)</p>	<p>5,4%</p> <p>Participación de empleo total en ramas turísticas en el empleo nacional (2014)</p>
<p>USD 896</p> <p>Salario promedio de los trabajadores asalariados - total provincial (estimado cuarto trimestre 2017 - EPH)</p>	<p>USD 769</p> <p>Salario promedio provincial de los trabajadores asalariados del sector hotelero y restaurantes (estimado cuarto trimestre 2017 - EPH)</p>	

<sup>1</sup> Nota: los salarios promedios en dólares se calcularon tomando como punto de referencia las estimaciones en pesos argentinos de los salarios de los trabajadores asalariados (total provincial o del sector hotelero y restaurantes) del cuarto trimestre de 2017 para el aglomerado Salta, y el cierre de cotización del Banco Central de la República Argentina al 31 de diciembre de 2017 de la moneda norteamericana.

# EL SECTOR TURÍSTICO

## El turismo en el mundo

El turismo se ha distinguido por un crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de crisis ocasionales, demostrando siempre su fortaleza y su resistencia.

El turismo ha crecido con mayor rapidez que el comercio mundial durante los últimos cinco años. Como categoría mundial de exportación, el turismo ocupa el tercer puesto, tan solo por detrás de productos químicos y de combustibles, y por delante de automoción y de alimentación. En muchos países en desarrollo, el turismo es la principal categoría de exportaciones.

En "Las Américas" lidera el crecimiento de la región América del Sur. Las llegadas internacionales a Las Américas aumentaron en 7 millones (+3%) en 2016, hasta alcanzar casi los 200 millones, lo que equivale al 16% del total mundial.

### Perspectivas 2030

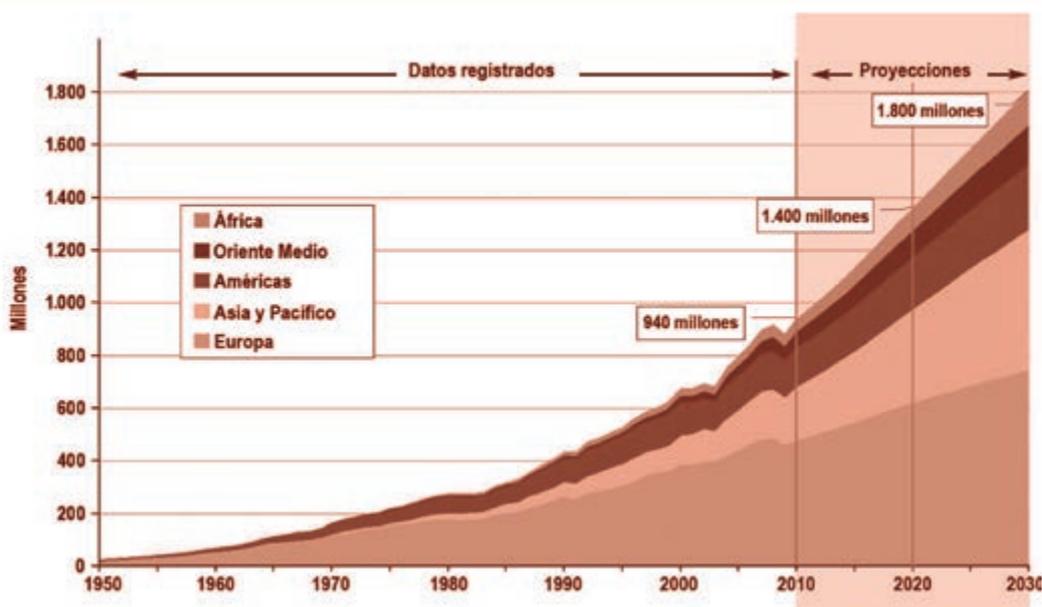
El informe de la OMT 'Tourism Towards 2030' (El Turismo hacia 2030), calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo

crecerá un promedio del 3,3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Con el tiempo, la tasa de crecimiento irá disminuyendo paulatinamente del 3,8% en 2012 al 2,9% en 2030, pero sobre la base de unas cifras cada vez mayores. En términos absolutos, las llegadas de turistas internacionales aumentarán en unos 43 millones al año. Según el ritmo de crecimiento previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1.400 millones en 2020 y 1.800 millones en 2030.

Las llegadas de turistas internacionales a destinos de las economías emergentes de Asia, América Latina, Europa Central y Oriental, Europa Meridional y Mediterránea, Oriente Medio y África doblarán su ritmo de crecimiento (+4,4% al año) respecto al de los destinos de las economías avanzadas (+2,2% al año). Por consiguiente, se prevé que en 2030, el 57% de las llegadas internacionales se registrarán en destinos de economías emergentes.

Fuente: Organización Mundial del Turismo, UNWTO, Panorama OMT del Turismo Internacional Edición 2017. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

El turismo hacia 2030: Tendencias y proyecciones 1950-2030



1.235  
MILLONES

Llegadas de turistas internacionales en 2016

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

7%

de exportaciones mundiales. 1,4 billones de \$ EE.UU

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

10%

del PIB mundial (directo, indirecto, incluido)

Fuente: World Travel & Tourism Council (WTTC)

## El turismo en Argentina<sup>2</sup>

Durante el 2017 llegaron a la Argentina 6.667.000 turistas de origen internacional (el 73% proviene de América del Sur, el 14% de Europa y el 8% de América del Norte). El número de turistas que arribaron por vía aérea se incrementó un 7,4% entre 2016 y 2017. Por su parte, el turismo interno generó un movimiento de 51.440.000 personas a lo largo de todo el año (18% más que en el año 2016). Del total, 20.800.000 viajeros se hospedaron en hoteles y parahoteles, contabilizando 48 millones de pernóctes<sup>3</sup>.

La contribución directa<sup>4</sup> del sector de Viajes y Turismo al Producto Bruto Interno (PIB) fue en el año 2017 de 381,8 miles de millones de pesos argentinos (23 miles de millones USD), representando ello el 3,7% del PIB. Su contribución total<sup>5</sup> al PIB fue de 1.055,8 miles de millones de pesos argentinos (63,6 miles de millones de USD), representando el 10,3% del PIB en 2017.

El sector generó 644.000 puestos de trabajo relacionados de forma directa con la actividad (3,5% del empleo) y 1.809.000 puestos de trabajos relacionados de manera indirecta con el sector (9,8% del empleo total) en el año 2017.

Las exportaciones por visitantes son un componente clave de la contribución directa del sector de Viajes y Turismo. Para el año en cuestión, Argentina generó 90,3 miles de millones de pesos ar-

gentinos (5,4 miles de millones de USD) en exportaciones por visitantes, lo cual representó el 7,6% del total de exportaciones del país en 2017.

Se espera que el 7,5% del total de inversiones de capitales realizadas en el país, estén destinadas al sector de Viajes y Turismo, es decir 119,3 miles de millones de pesos argentinos, 7,5 % de la inversión total (7,2 miles de millones de USD).

### Pronóstico 2028

Para 2028, se espera que el sector no pierda participación en la composición del PIB (3,7% en la contribución directa y 10,1% en la contribución total), manteniendo para ello una tasa promedio de crecimiento del 2,4% entre 2018 y 2028.

En cuanto al impacto del turismo en la composición del empleo nacional, se espera que la contribución directa pase del 3,5% al 3,7% en 2028 (771.000 puestos de trabajo) y la contribución total pase de 9,8% a 10,1% (2.125.000 puestos de trabajo relacionados de forma directa e indirecta con el sector).

Por último, se espera que la participación del sector en la composición de las exportaciones totales del país crezca hasta ubicarse en el 9% del total, y que las inversiones de capital en Viajes y Turismos aumenten en promedio un 2,2% anual en los próximos diez años.



<sup>2</sup> Fuente: World Travel & Tourism Council; Viajes y Turismo; Impacto Económico 2018 Argentina. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/argentinaesp2018.pdf>

<sup>3</sup> Fuente: Ministerio de Turismo de la Nación Argentina.

<sup>4</sup> Refleja principalmente la actividad económica generada por industrias tales como hoteles, agencias de viaje, aerolíneas y otros servicios de transporte de pasajeros (excluidos servicios suburbanos). Pero también incluye, por ejemplo, las actividades de las industrias de restaurantes y ocio respaldadas de forma directa por los turistas.

<sup>5</sup> El número de puestos de trabajo generados directamente en el sector de Viajes y Turismo además de las contribuciones indirectas e inducidas (la contribución más amplia al PIB y al empleo, de los gastos realizados por aquellos que están empleados directa o indirectamente en el sector de Viajes y Turismo).

## El turismo en el Noroeste argentino<sup>6</sup>

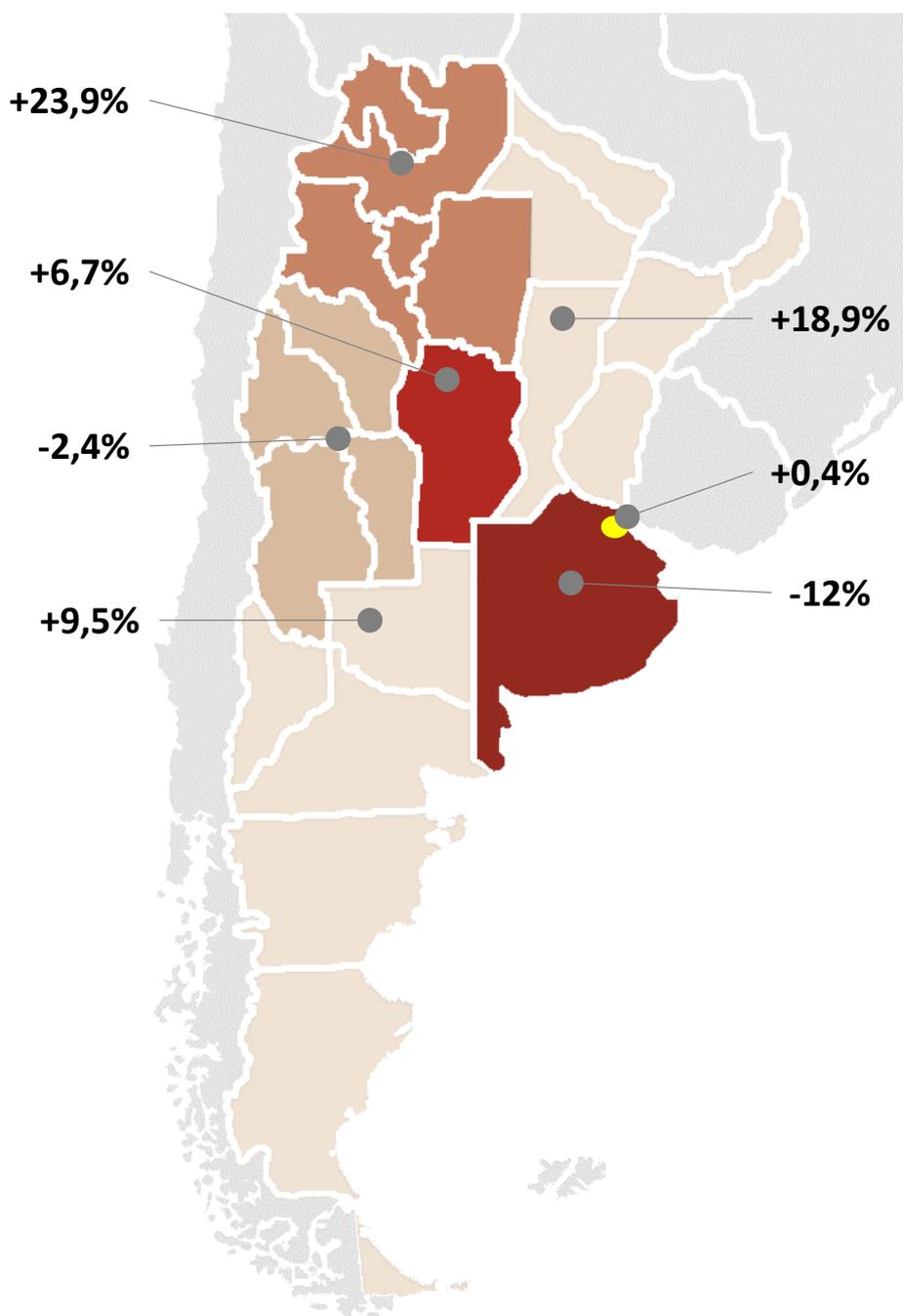
En 2017 el número total de turistas que se hospedaron en hoteles y parahoteles en la región NOA (Catamarca, La Rioja, Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero y Salta) ascendió a 2.533.100, llegando a contabilizar un total de 4.599.831 pernoctes. Del total de turistas hospedados, el 90% pueden ser clasificados como residentes y el 10% restante como no residentes.

La región aportó durante el 2017 al país, el 5,7% del PIB Nacional, el 7,8% del empleo privado registrado, el 6,5% del empleo registrado en servicios

de hotelería y restaurantes y, durante el año 2014 aportó el 9,4% del empleo total en ramas turísticas (registrados y no registrados – últimos datos disponibles).

La Provincia de Salta aportó a la región del NOA durante el 2017 el 22,8% de la participación total de la región sobre el PIB Nacional (1,3 p.p. de 5,7 p.p.), el 25% del empleo privado registrado, el 31% del empleo registrado en servicios de hotelería y restaurante y, durante el año 2014 aportó el 32% del empleo total en ramas turísticas.

Desempeño por Región según var. % de la ocupación hotelera 2010 – 2017.



Fuente: Subsecretaría de Programación Microeconómica, Ministerio de Hacienda de la Nación, Informe de Cadenas de Valor, febrero de 2018

<sup>6</sup> Fuente: Ministerio de Turismo de la Nación Argentina, *Invertir en Turismo en la República Argentina 2018*.

Desempeño por Región según var. %  
de la ocupación hotelera 2010 – 2017.

Región	Var. % 2010-2017	Part. 2010	Part. 2017
CABA	0,4%	25,2%	24,3%
Patagonia	9,5%	18,3%	19,2%
Buenos Aires	-12,0%	16,9%	14,2%
Litoral	18,9%	11,1%	12,6%
Córdoba	6,7%	11,9%	12,2%
Norte	23,9%	8,1%	9,6%
Cuyo	-2,4%	8,5%	8,0%
Total País	4,4%	100%	100%

Fuente: Subsecretaría de Programación Microeconómica, Ministerio de Hacienda de la Nación,  
Informe de Cadenas de Valor, febrero de 2018

- Entre 2010 y 2017 la ocupación hotelera en el total país creció un 4,4%.
- Las regiones con mejor desempeño fueron las de menor participación relativa, marcando una descentralización de la actividad de los destinos tradicionales.
- Se destaca sobre las demás regiones el Norte con un crecimiento del 23,9%, incrementando su participación en 1,5 puntos porcentuales.
- Su dinamismo se vincula principalmente a la mayor promoción de los destinos turísticos y a la mejor conectividad.



## El turismo en la Provincia de Salta

El sector turístico de Salta se ha convertido en uno de los más dinámicos de la Provincia. En el año 2017 ha aportado más de 4.400 millones de pesos a partir del gasto realizado por los turistas. Además se estiman en 44.000 los puestos de trabajo vinculados en forma directa o indirecta con

la actividad, lo que representa cerca del 17% del total de los ocupados. La evolución de la oferta y la demanda, que han ido en forma paralela, muestra incrementos superiores al 250% si se consideran las dos últimas décadas.

### PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS



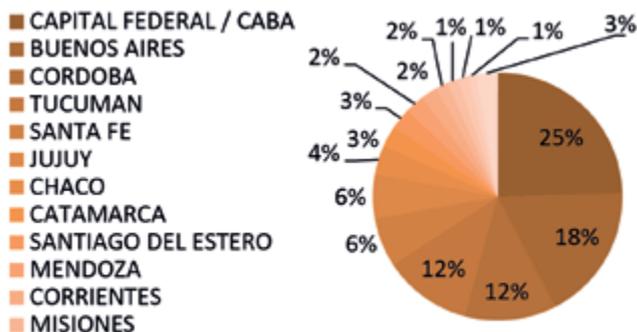
**OFERTA TURÍSTICA:**  
329% más de establecimientos hoteleros en 19 años. 207,7% más de plazas hoteleras en casi dos décadas. Salta es la provincia con mayor cantidad de plazas del NOA.



## Datos de demanda

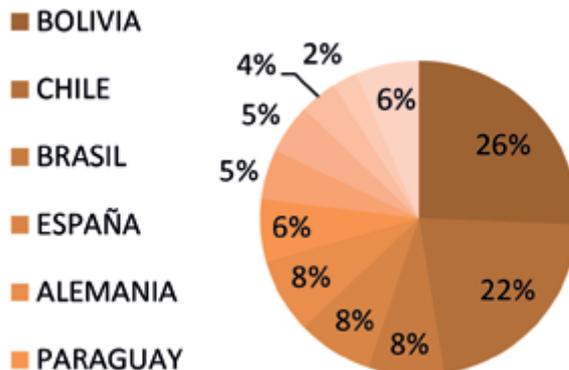
En 2017 arribaron un total de 1,72 millones de personas, implicando ello un crecimiento del 269% en casi dos décadas. Así mismo, se efectuaron 3,3 millones de pernóctes durante ese año.

### Procedencia de los turistas nacionales



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Encuesta al Turista en la Vía Pública - Invierno 2017

### Procedencia de los turistas internacionales



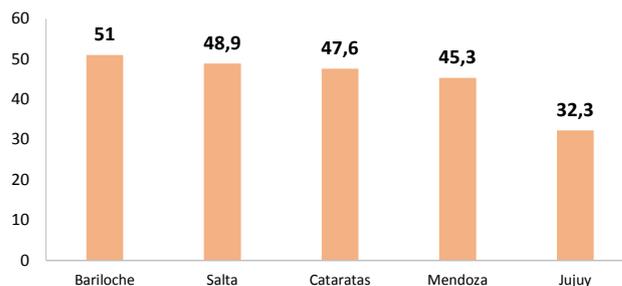
Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Encuesta al Turista en la Vía Pública - Invierno 2017

## Posicionamiento de Salta

### Principales resultados del Estudio de Demanda Nacional (2016):

- Salta obtiene el mayor porcentaje de personas que declaran querer volver a visitar el destino (60%).
- Posicionado como el destino ideal para ser visitado en cualquier momento del año.
- Salta es uno de los destinos con mayor recordación publicitaria del país.

### Recordación de marca



Fuente: MCTyD, Estudio de Demanda Nacional Macroconsulting, Salta Argentina..

Para ampliar la información estadística de Salta.

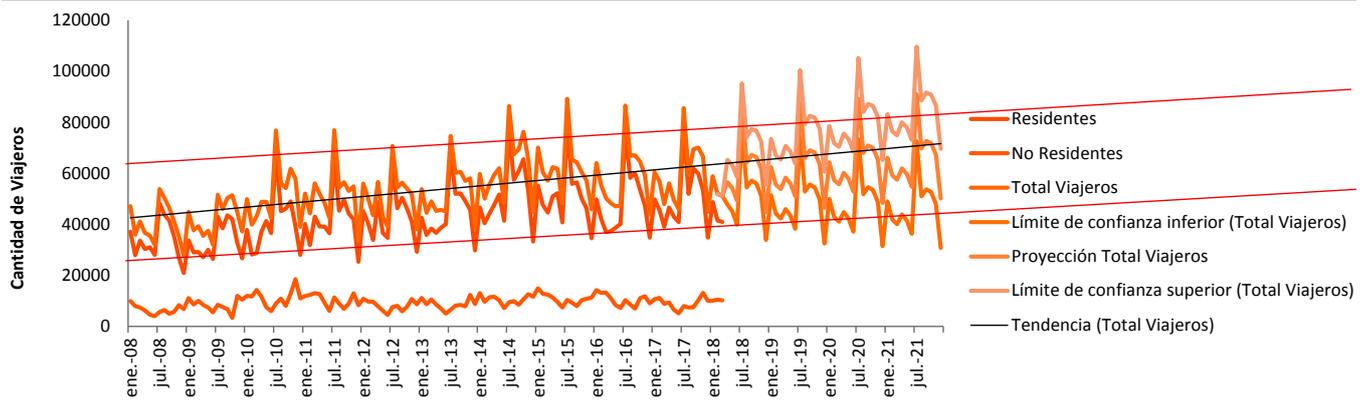


# EVOLUCIÓN Y PROYECCIONES DEL MERCADO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE SALTA

El principal destino turístico de la Provincia de Salta, mantuvo una tendencia de crecimiento sostenida a lo largo de la última década. Dicha tendencia

se mantiene en cada uno de los indicadores utilizados comúnmente para monitorear el comportamiento del sector.

## Tendencias y proyecciones mensuales, total viajeros Ciudad de Salta



Fuente: IERAL en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Encuesta de Ocupación Hotelera, Ciudad de Salta, Argentina.

## Tendencias y proyecciones anuales, plazas ocupadas Ciudad de Salta



Fuente: IERAL en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Encuesta de Ocupación Hotelera, Ciudad de Salta, Argentina.

## Destino turístico en crecimiento

Entre 2008 y 2017 la Ciudad de Salta incrementó en un 47% la cantidad total de viajeros, generando ello un acompañamiento en el crecimiento del número de habitaciones ocupadas y en la cantidad de plazas ocupadas del 32% y 48% respectivamente.

Se calcula que la cantidad total de viajeros crecerá un promedio del 3% anual durante el período 2019 - 2021, logrando acumular un 10% más de viajeros para el 2021. Se estima además, que el número de habitaciones ocupadas y la cantidad de plazas ocupadas seguirán un patrón de comportamiento similar, acumulando un crecimiento del 7,5% y 9,3% respectivamente hasta el 2021.

# VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA PROVINCIA DE SALTA EN RELACIÓN AL NORTE ARGENTINO

- En Salta la contribución económica per cápita del turismo es superior al promedio nacional y regional.
- En el contexto regional, Salta encabeza el ranking de visitantes, con una participación algo superior a Tucumán y más que duplicando el peso de Santiago del Estero, Catamarca y Jujuy.
- Salta posee la mayor participación en la composición de los gastos que realizan en la región los turistas que no residen en la provincia.
- La estadía promedio de los turistas que tienen como destino Salta es de 5,7 noches, mayor al promedio observado en el resto del Norte (4,9 noches) y en el resto del país (5,3 noches), y lo mismo se observa al considerar la estadía promedio de los turistas que provienen de otras provincias (7,0; 6,5 y 6,3 noches respectivamente).
- El uso de alojamientos pagos (50%) se encuentra más extendido que en el resto del Norte (36%) y que en el resto del país (43%), especialmente por la alta participación de los hoteles y parahoteles.
- El crecimiento de la cantidad de pernoctaciones en Salta entre 2007 y 2015 ha sido muy superior al del resto de la región norte y del total país.
- Salta lidera el ranking de conocimiento sobre oferta del destino.
- Es el destino más valorado en: Precios, Caminos (rutas y accesos), y Turismo Aventura/Escalada.
- Es muy bien reconocida por: Calidad de Servicios Turísticos/Infraestructura y Variedad de cosas/actividades para hacer.
- En Calificación de Servicios, Salta es el único destino que performa mejor que el promedio de los destinos en todos los atributos a nivel país (Transporte/Acceso, Alojamiento, Gastronomía, Información, Higiene, Seguridad). Asimismo, logra las mejores calificaciones en Gastronomía.

8 Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Estudio del Mercado Turístico Nacional para la Provincia de Salta - Macroconsulting, año 2017.



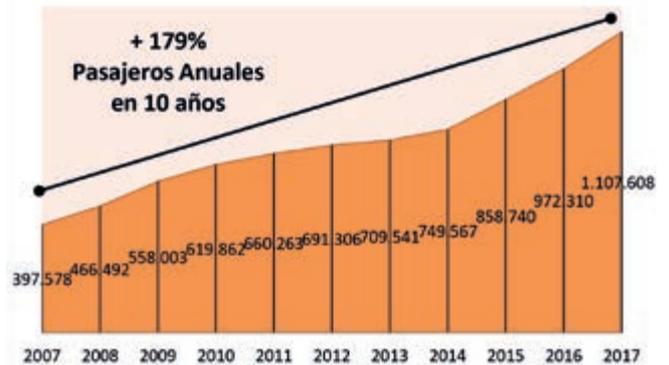
# CONECTIVIDAD AÉREA

El aeropuerto de la Ciudad de Salta está posicionado como un punto estratégico y un potencial hub aeroportuario en la región norte, por su conexión nacional e internacional.

El crecimiento en el movimiento de pasajeros y aeronaves en los últimos años ha sido constante. Datos del año 2017 lo posicionan como el 4° aeropuerto en movimiento de pasajeros, aeronaves y tráfico internacional del interior del país y el 1° en la región norte.

Además del aeropuerto internacional, Salta cuenta con aeródromos activos para aeronaves de pequeño porte en las localidades de Cachi, Cafayate, Orán, Tartagal, Santa Victoria Este y Ciudad de Salta.

Evolución en el movimiento anual de pasajeros del Aeropuerto Salta



Fuente: Anuario 2017 - EANA

Proyecciones de la conectividad aérea de la Provincia de Salta a fines de 2018.



Movimientos de Aeronaves, Región Norte de Argentina (atterrizajes + despegues)



La Segunda en la Región con Mayor Movimiento Aéreo

Fuente: Anuario 2017 - EANA

Movimientos de Aeronaves (atterrizajes + despegues)

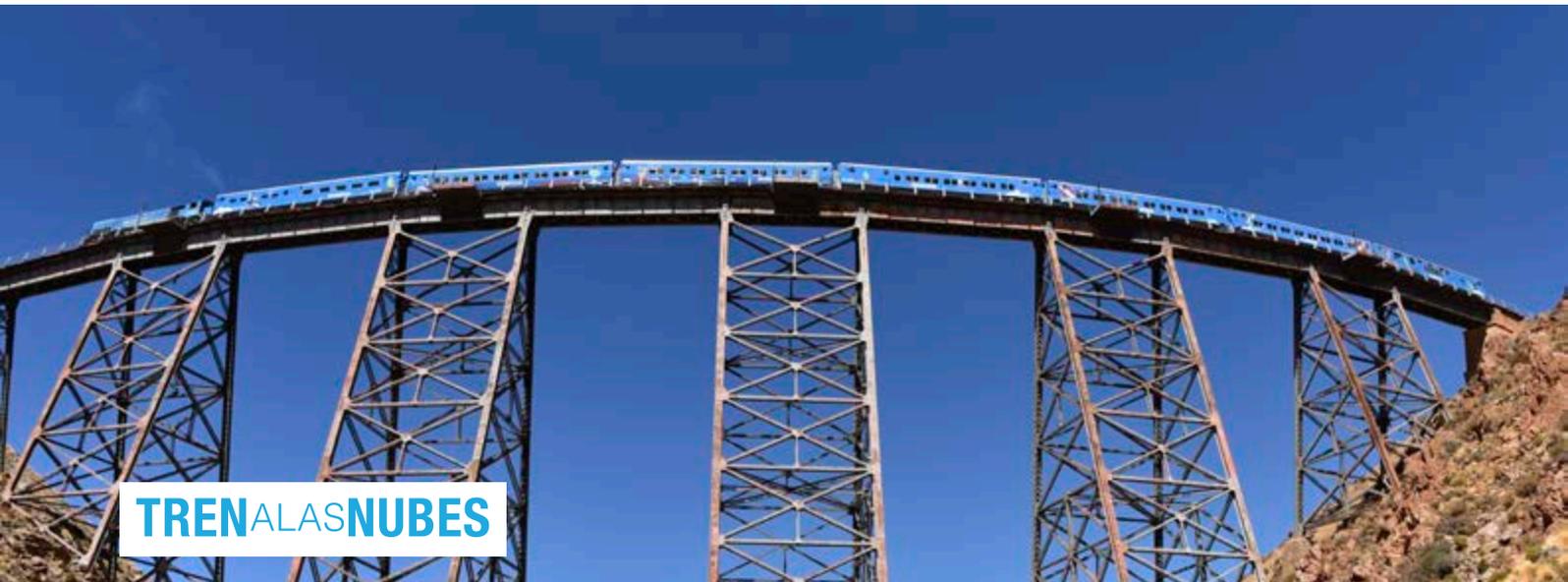


Fuente: Anuario 2017 - EANA

# ICONOS TURÍSTICOS

Salta se caracteriza por un elevado potencial turístico, ligado a una gran riqueza natural y diversidad paisajística. Esto le ha permitido desarrollar y posicionar productos y experiencias turísticas variadas. El legado incaico se manifiesta en el Museo de Arqueología de Alta Montaña, uno de los museos

más visitados de la Argentina; los viñedos de altura le han permitido posicionarse como el segundo destino enoturístico del país; y la obra monumental del “Tren a las Nubes”, uno de los más altos del mundo, es reconocido en el mundo entero.



TREN A LAS NUBES



MUSEO GÜEMES



teleférico SAN BERNARDO



Salta RUTA DEL VINO ARGENTINA



MAAM SALTA

# TURISMO DE NATURALEZA

## SALTA CUENTA CON:

- 3 Parques y 2 Reservas Nacionales.
- 22 Áreas Protegidas Provinciales.
- 36 AICAs (Áreas de Importancia para la Conservación de Aves).
  - 661 especies de aves (65% del total de especies de argentina).
  - Espejos de Agua.

Salta cuenta con 3.976.450 hectáreas protegidas bajo diferentes categorías, siendo la provincia argentina con mayor superficie con ese estatus ambiental. Brinda escenarios variados que van desde las exuberantes selvas de montaña a los áridos desiertos de la puna; también sobresalen sus coloridos valles, inmensos salares, volcanes y montañas nevadas de la Cordillera de los Andes. La flora y fauna autóctona está muy bien representada en sus áreas naturales. En el año 2017 Salta fue sede de la Cumbre Mundial de Turismo Aventura (SUMMIT 2017), convirtiéndola en una importante vitrina de la oferta turística de aventura y naturaleza dentro de Argentina. Dentro de las actividades que la provincia ofrece a quienes la visitan se encuentran las cabalgatas, trekking, excursiones en 4x4, rafting, ciclismo, mountain bike, travesías fotográficas, mon-

tañismo, actividades náuticas, caza y pesca sustentable entre otras.



AR017 Olaroz-Cauchari (compartida con Jujuy)  
 AR025 Cerro Negro de San Antonio (compartida con Jujuy)  
 AR026 La Cornisa (compartida con Jujuy)  
 AR027 Reserva Provincial Acambuco  
 AR028 Itiyuro-Tuyunti  
 AR029 Sierra de Santa Victoria  
 AR030 Santa Victoria, Cañani y Cayotal  
 AR031 Río Seco  
 AR032 Chaco de Tartagal  
 AR033 Parque Nacional Baritú y Reserva Nacional Nogalar de Los Toldos  
 AR034 Parque Provincial Laguna Pintascayoc  
 AR035 La Porcelana

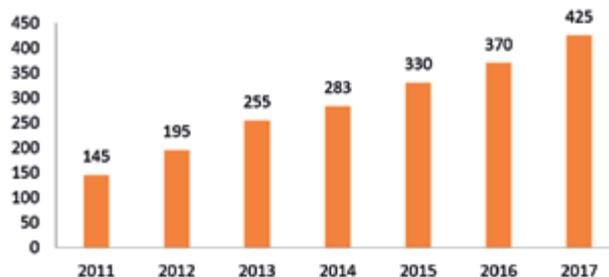
AR036 Sierra de Zenta  
 AR037 Fincas Santiago y San Andrés  
 AR038 Abra Grande  
 AR039 Río Santa María  
 AR040 Lomas de Olmedo  
 AR041 Chaguaral (asimila AR043, R.N. Pizarro)  
 AR042 Baños del Quirquincho (R.P. Los Palmares)  
 AR044 Socompa-Lullailloco (R.P. Los Andes)  
 AR045 Parque Nacional El Rey  
 AR046 Cañón del Juramento (ex Palomitas y Ebro)  
 AR047 Quebrada del Toro  
 AR048 Salta Forestal

AR049 Finca Las Costas / Córdon Lesser  
 AR050 Cuesta del Obispo  
 AR051 Parque Nacional Los Cardones  
 AR052 Luracatao y Valles Calchaquies  
 AR053 Sierra de Metán  
 AR054 Reserva Provincial Quebrada de Las Conchas  
 AR055 Sierra La Candelaria (Rosario de La Frontera)  
 AR056 Sierras de Carahuasi  
 AR058 El Cantor - Los Leones (compartida con Formosa)  
 AR072 Salar del Hombre Muerto (compartida con Catamarca)  
 AR085 Cumbres Calchaquies (compartida con Tucumán)  
 AR101 Río Bermejito (compartida con Chaco)

# TURISMO DE REUNIONES

Salta lidera la región como sede de encuentros y congresos y se posiciona como la **3° ciudad sede en cantidad de reuniones del país**. Cuenta, además, con el **Centro de Convenciones de Salta**, el más moderno y grande del norte argentino, que se suma a una oferta para eventos compuesta por más de 30 salones y complejos. El **Salta Convention & Visitor Bureau**, creado por diferentes empresas relacionadas con la industria turística, promueve Salta como destino ideal para la organización de congresos.

Cantidad de reuniones en Salta



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina. Anuario 2017.

## Datos del Turismo de Reuniones en Argentina

Argentina es el **2° país a nivel latinoamericano** en cantidad de congresos internacionales, concentrando el 17% de las reuniones a nivel latinoamericano.

- **Estadía promedio** de turistas asistentes a C&C: 3,29 días nacionales / 5,68 internacionales.
- **Gasto promedio** de turistas asistentes a C&C: \$ 1.889 / \$ 3.995.

Ranking de eventos por ciudades		Ranking de eventos por provincias	
CABA	24%	CABA	24%
Córdoba	9%	Buenos Aires	9%
Salta	7%	Córdoba	7%
Mendoza	6%	Santa Fe	6%
Mar del Plata	6%	Salta	6%
Rosario	5%	Mendoza	5%
Santa Fe	3%	Entre Ríos	3%
Tucumán	3%	Tucumán	3%
Paraná	3%	Jujuy	3%
Jujuy	2%	Chaco	2%
(Otras)	-33%	(Otras)	-33%

3° (366 eventos) Entre 296 localidades sede de eventos	5° (425 eventos) Entre 24 destinos provinciales de Argentina
---	---



## TURISMO RELIGIOSO



En Salta es distintiva la espiritualidad y devoción de su gente. El nutrido calendario de más de 100 fiestas patronales y religiosas, peregrinaciones, misachicos y otras manifestaciones de fe, se complementa con el antiguo patrimonio religioso conformado por iglesias, capillas, conventos y museos de arte sacro, etc.

La Procesión del Señor y la Virgen del Milagro es el acto de fe más importante, convocando cada sep-

tiembre a más de 600.000 personas. También sábado a sábado llegan más de 8.000 peregrinos a la ciudad a visitar la Ermita de la Inmaculada Madre del Divino Corazón Eucarístico de Jesús, también conocida popularmente como “Virgen del Cerro”. En días festivos se congregan cerca de 50.000 fieles. La Provincia de Salta cuenta con varios circuitos históricos religiosos de gran afluencia y renombre a nivel nacional.



# TURISMO GASTRONÓMICO



La gastronomía representa la mayor expresión cultural de un pueblo. Salta es una provincia rica en recetas, productos, sabores e historias que se expresan en un patrimonio gastronómico diverso y colorido, con platos y recetas emblemáticos por las cuales es valorada y recono-

cida en todo el país.

El estudio de demanda nacional arrojó que el 56% asocia a SALTA con las “comidas típicas y regionales”.

Es por ello que Salta lidera la valoración en “Gastronomía” (Análisis de Value Brand de Salta) cuando se lo compara con otras provincias.

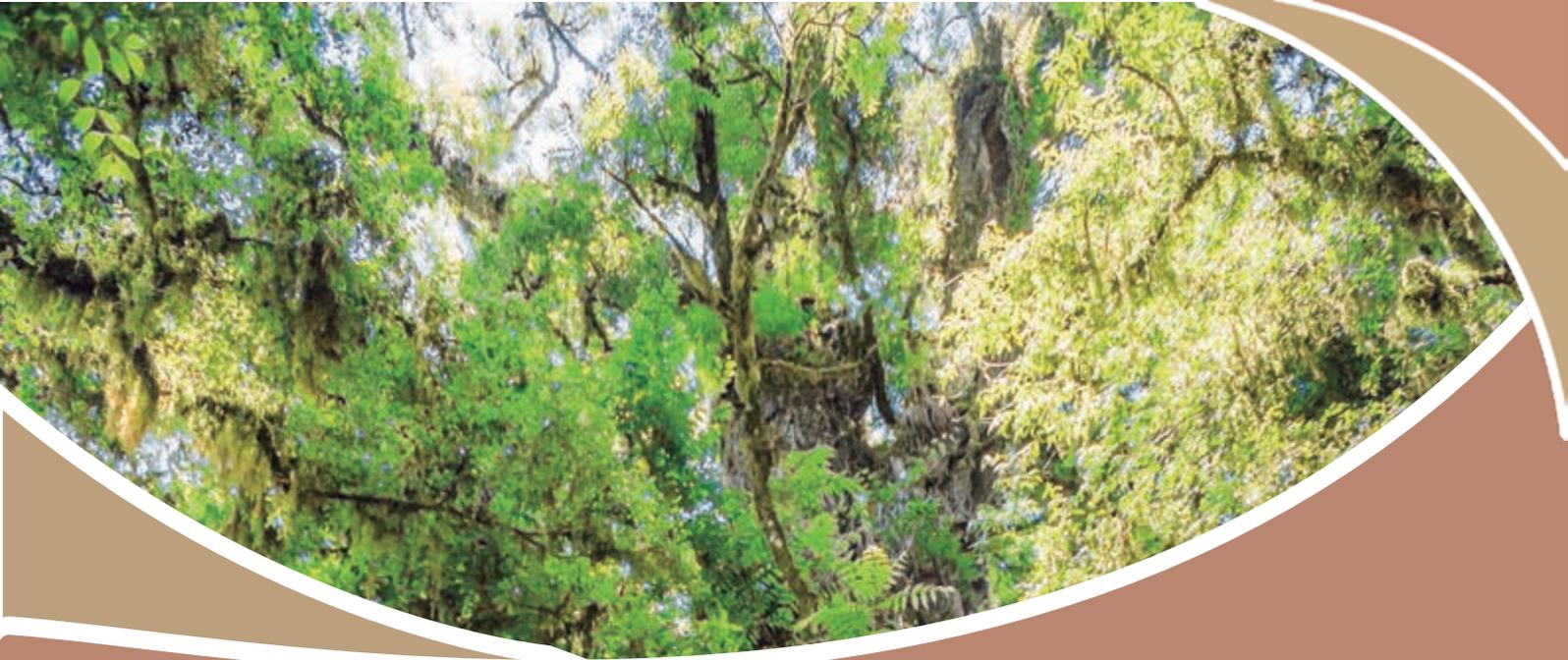
# ENOTURISMO



Los Valles Calchaquíes, se constituyen en un oasis vitivinícola de altura. Por allí transcurre la Ruta del Vino de Salta que integra a más de 60 prestadores, entre bodegas, hoteles, agencias de viaje, productores y gastronómicos. La altura de los viñedos (que ascienden de los 1.600 a los 3.100 msnm), el ttorrontés, el Museo de la Vid y el Vino y un calendario de eventos temáticos han posicionado a Salta como el segundo destino enoturístico de la Argentina.

En las última década creció un 286% la cantidad de bodegas que producen en la provincia, llegando a 43 establecimientos, de los cuales 30 están abiertas al turismo. Además, la superficie cultivada creció un 28%, duplicando el promedio nacional. El 99% de las uvas que se producen son para vinos finos varietales, índice único en el país. Salta exporta 1,5 millones de litros a 30 países, representando casi el 10% del total país.



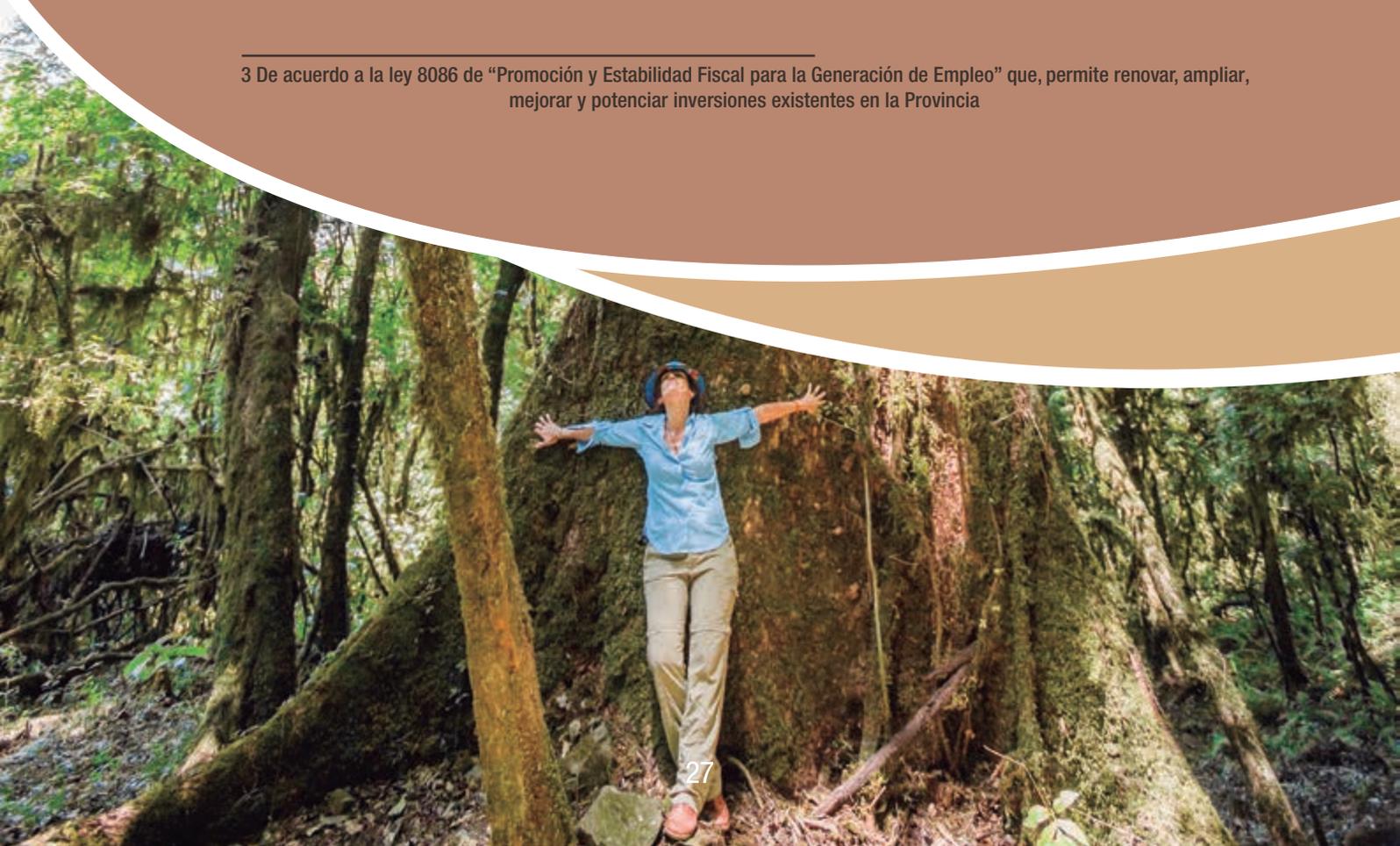


## **PRINCIPALES OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN LA PROVINCIA DE SALTA**

- Parque Acuático.
- Lodge en las Yungas.
- Servicio Turístico de Navegación Lacustre.
  - Hotel Boutique.
  - Hotel Centro de Convenciones Salta.
  - Centro de Convenciones Cafayate.
- Reforma, Ampliación física o de servicios, Reequipamiento y/o Modernización de Servicios Turísticos ya existentes<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> De acuerdo a la ley 8086 de “Promoción y Estabilidad Fiscal para la Generación de Empleo” que, permite renovar, ampliar, mejorar y potenciar inversiones existentes en la Provincia



## PARQUE ACUÁTICO

### Objetivo:

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

### Descripción:

El proyecto contempla la creación de un parque acuático de última generación, que proporcione una oferta de actividades y atracciones que giren en torno al mundo acuático. Manteniendo un compromiso con los recursos naturales y culturales involucrados, entre otros factores.

### Concepto de Valor Agregado:

Las regiones del Norte Salteño y Centro del Valle Sur, con sus altas temperaturas y aguas termales, se constituyen como los lugares ideales para la implementación de proyectos que involucren actividades acuáticas.

El proyecto, tiene por objetivo no solo cubrir la demanda local, sino también una demanda creciente del sector turístico por actividades recreativas y espacios de esparcimiento para familias.

### Observaciones

- **Inversión estimada:** desde USD 950.000. Por etapas.
- **Impacto:** desarrollo regional. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto estimado no incluye el costo de adquisición del terreno.



## LODGE EN LAS YUNGAS

### Objetivo:

El proyecto tiene como objetivo diversificar el rubro alojamiento. Ampliar el número de plazas disponibles. Brindar respuesta a una creciente demanda por el producto.

### Descripción:

El proyecto plantea la incorporación de servicios de alojamiento preestablecidos bajo el concepto de establecimientos de lujo ecológico, inmersos en un ambiente de yungas.

Los lodge son un tipo de alojamiento generalmente formado por varias unidades independientes, construidos y ambientados con materiales locales y dispuestos para facilitar el encuentro del huésped con la naturaleza. Fomentan la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente. Se hicieron populares dentro del segmento de pescadores y cazadores, pero actualmente se construyen para una demanda más amplia de visitantes que buscan tranquilidad y lujo en ámbitos naturales. Observadores de flora y fauna, safaris fotográficos, etc.

### Observaciones

- **Inversión estimada:** desde USD 450.000.
- **Impacto regional.** Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto estimado no incluye los costos de adquisición o alquiler del terreno.
- Lugar sugerido de emplazamiento: **Región Norte.**

## SERVICIO TURÍSTICO DE NAVEGACIÓN LACUSTRE

### Objetivo:

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

### Descripción:

El lago creado por la represa de Cabra Corral permite diversos usos, entre los cuales los paseos recreativos es uno a promover.

Para concretarlo, se requieren embarcaciones adecuadas y la construcción de embarcaderos, muelles y/o amarras, preferentemente en lugares que tengan algún servicio ya existente y en puntos de interés para recorridos.

### Concepto de Valor Agregado:

El servicio, actualmente no se encuentra explotado ni difundido en su totalidad.

### Observaciones

- **Inversión estimada:** desde USD 175.000.
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidades positivas en la zona.
- El monto estimado no incluye los costos de adquisición o alquiler del terreno.



## HOTEL BOUTIQUE

### Objetivo:

El proyecto tiene como finalidad proveer de los servicios demandados por las nuevas necesidades que el mercado turístico requiere en las diversas localidades de la Provincia de Salta.

### Descripción:

Se plantea la construcción de hoteles boutique de no más de 20 habitaciones, que se mantengan fieles a la arquitectura de la zona, no se contrapongan con el entorno natural, mantengan un sentido de estética y vanguardia tecnológica, aseguren al visitante una experiencia auténtica y confortable, con gastronomía destacada y atención personalizada e incorporen tecnologías y prácticas que colaboren con el ahorro energético.

### Concepto de Valor Agregado:

El proyecto puede ser llevado a cabo en cada una de las regiones de la Provincia de Salta. Cada una de dichas regiones poseen características únicas que las distinguen de las demás.

La biodiversidad con la que cuenta la provincia, el crecimiento sostenido del sector turismo por más de dos décadas y la participación activa del Gobierno de la Provincia de Salta por fortalecer al sector, hacen que los desarrollos de este tipo de emprendimientos sean factibles de ser llevados a cabo en gran parte del territorio.

### Observaciones

- **Inversión estimada:** desde USD 950.000.
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto estimado no incluye los costos de adquisición del terreno.



# HOTEL CENTRO DE CONVENCIONES SALTA

## Objetivo:

El proyecto tiene como objetivo diversificar el rubro alojamiento. Ampliar el número de plazas disponibles. Brindar respuesta a una creciente demanda del turismo de reuniones.

## Descripción:

Se plantea la construcción de un hotel de categoría superior en los anexos al Centro de Convenciones de la Ciudad de Salta.

El predio, que actualmente solo alberga al edificio del Centro de Convenciones, permite proyectar una serie de propuestas más allá del recinto propio del Centro, con el objetivo de lograr un mejor aprovechamiento turístico del predio circundante.

## Concepto de Valor Agregado:

La Provincia de Salta logró desarrollar y promover inversiones en infraestructura y servicios que permiten seguir consolidando al destino como una excelente plaza de congresos y convenciones de distinta magnitud. La Provincia de Salta es analizada por especialistas del sector como uno de los destinos argentinos líderes en turismo de reuniones. Salta ocupa la 3° posición por localidades dentro de la oferta del Turismo de Reuniones, y cerró el 2017 con más de 400 eventos.

## Observaciones

- **Terreno:** El terreno es propiedad de la Provincia de Salta y se otorgará en comodato al inversor interesado. Se estima una inversión que va desde USD 1.500.000.
- **Ubicación:** Predio Centro de Convenciones de la Ciudad de Salta, Argentina.



## CENTRO DE CONVENCIONES CAFAYATE<sup>9</sup>

### Objetivo:

Generar un Centro para eventos, reuniones, congresos y convenciones en la ciudad de Cafayate, Valles Calchaquíes, orientado a captar eventos regionales.

### Descripción:

Se plantea la construcción de un centro de convenciones, con una capacidad de aproximadamente 500 personas. Se propone una construcción sustentable y ecológica que logre una buena integración con el entorno.

### Concepto de Valor Agregado:

La ciudad de Cafayate, con 11.785 habitantes, se ha convertido en el centro de servicios de la región del Valle Calchaquí. Su importancia no solo radica en la actividad turística, sino también por la producción y la industria vitivinícola. En la actualidad es la segunda plaza turística de la Provincia de Salta, con más de 75 alojamientos turísticos. Dentro de los principales destinos turísticos de la provincia, Cafayate tiene mayor concentración de plazas hoteleras y para-hoteleras (65%).

### Observaciones

- Inversión estimada: desde USD 250.000.
- Impacto: desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto estimado no incluye el costo de adquisición del terreno.

## REFORMA, AMPLIACIÓN FÍSICA O DE SERVICIOS, REEQUIPAMIENTO Y/O MODERNIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS YA EXISTENTES

### Objetivo:

Favorecer el desarrollo de una oferta turística de calidad más competitiva mediante el apoyo a la reforma, ampliación y/o modernización de las empresas turísticas.

### Descripción:

El proyecto busca impulsar la modernización, reforma, ampliación física o de servicios y/o reequipamiento de los diversos servicios turísticos que se brindan en todo el territorio provincial (alojamiento, gastronomía, transporte, turismo aventura, turismo de naturaleza, turismo de reuniones, enoturismo, entre otros). Asimismo, se busca fomentar la realización de inversiones en emprendimientos de producción de energía eléctrica o de emprendimientos calóricos a partir del uso de fuentes renovables de energía en todo el territorio provincial.

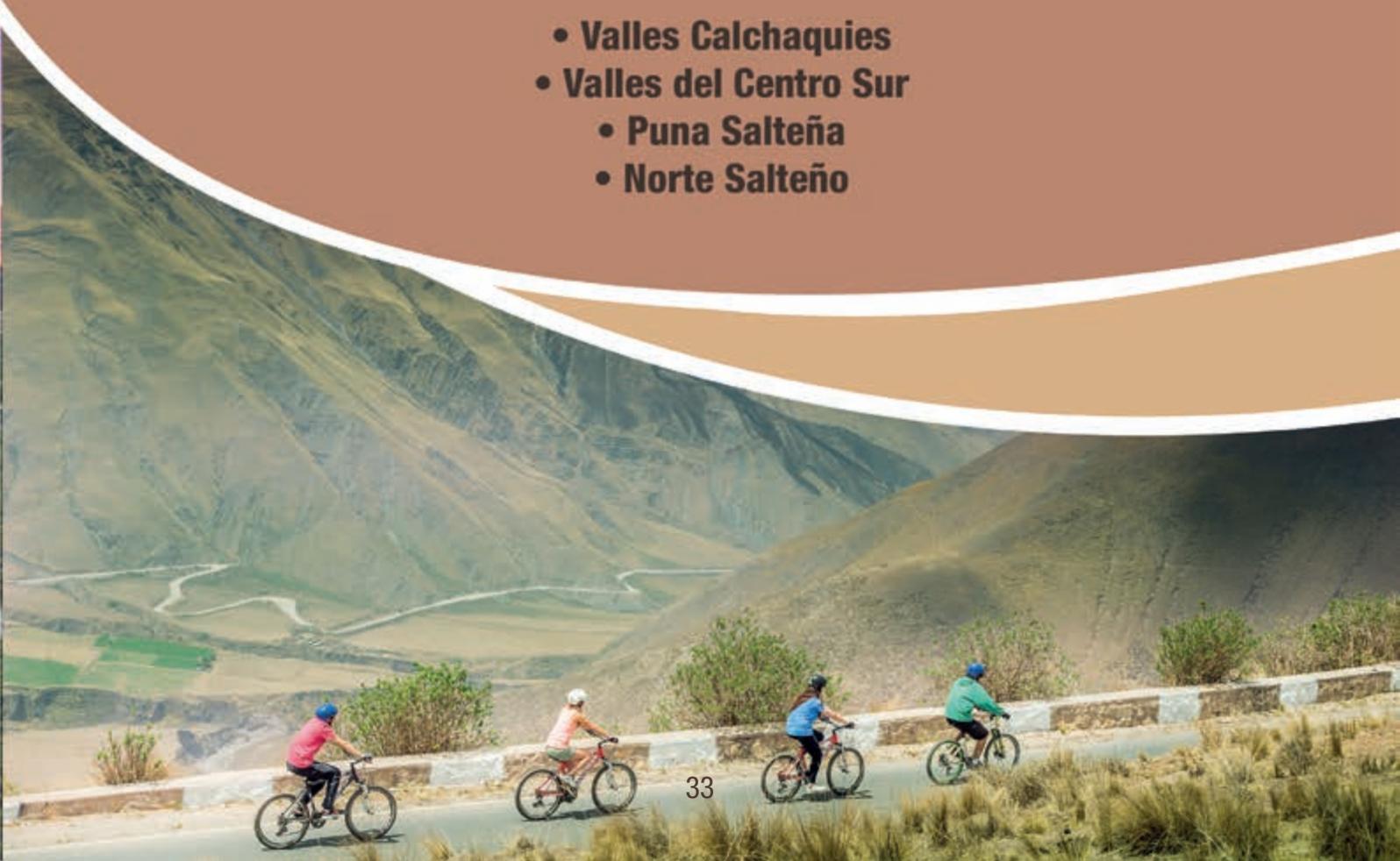
*Nota: Los montos de inversión estimada, no incluyen los costos de adquisición y/o alquiler del predio o local según corresponda. Para su confección se tuvieron en cuenta los costos de construcción por metro cuadrado y los salarios mínimos de los trabajadores del sector construcción, UOCRA 2018 (Unión Obrera de la Construcción de la República Argentina), para proyectos de inversión estándares en el sector turismo.*

*9 Fuente: Ley 8086 de "Promoción y Estabilidad Fiscal para la Generación de Empleo" que, permite renovar, ampliar, mejorar, y potenciar inversiones existentes en la Provincia de Salta*

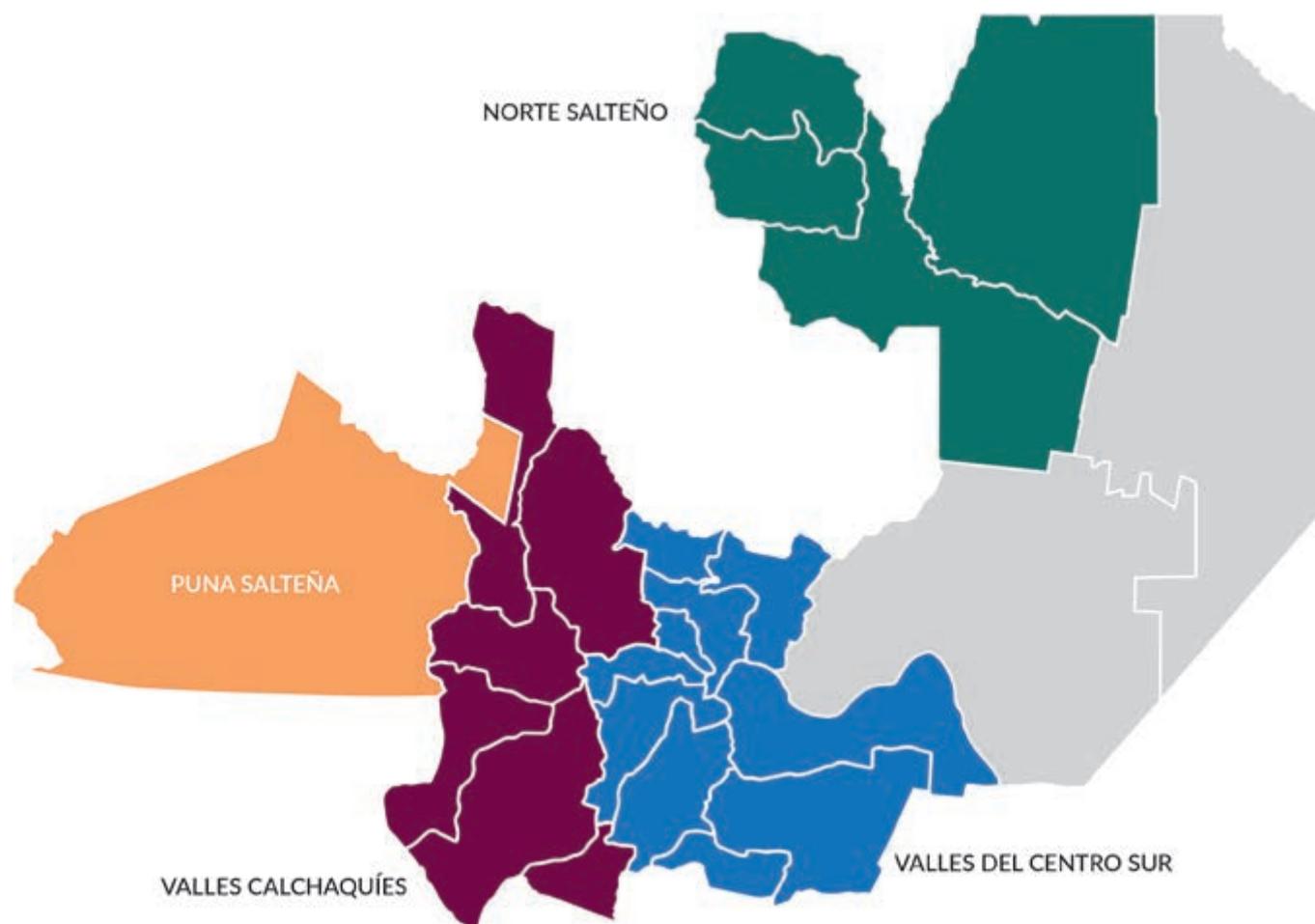


# PRINCIPALES OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN POR REGIONES

- Valles Calchaquies
- Valles del Centro Sur
  - Puna Salteña
  - Norte Salteño



## REGIONES DE LA PROVINCIA DE SALTA



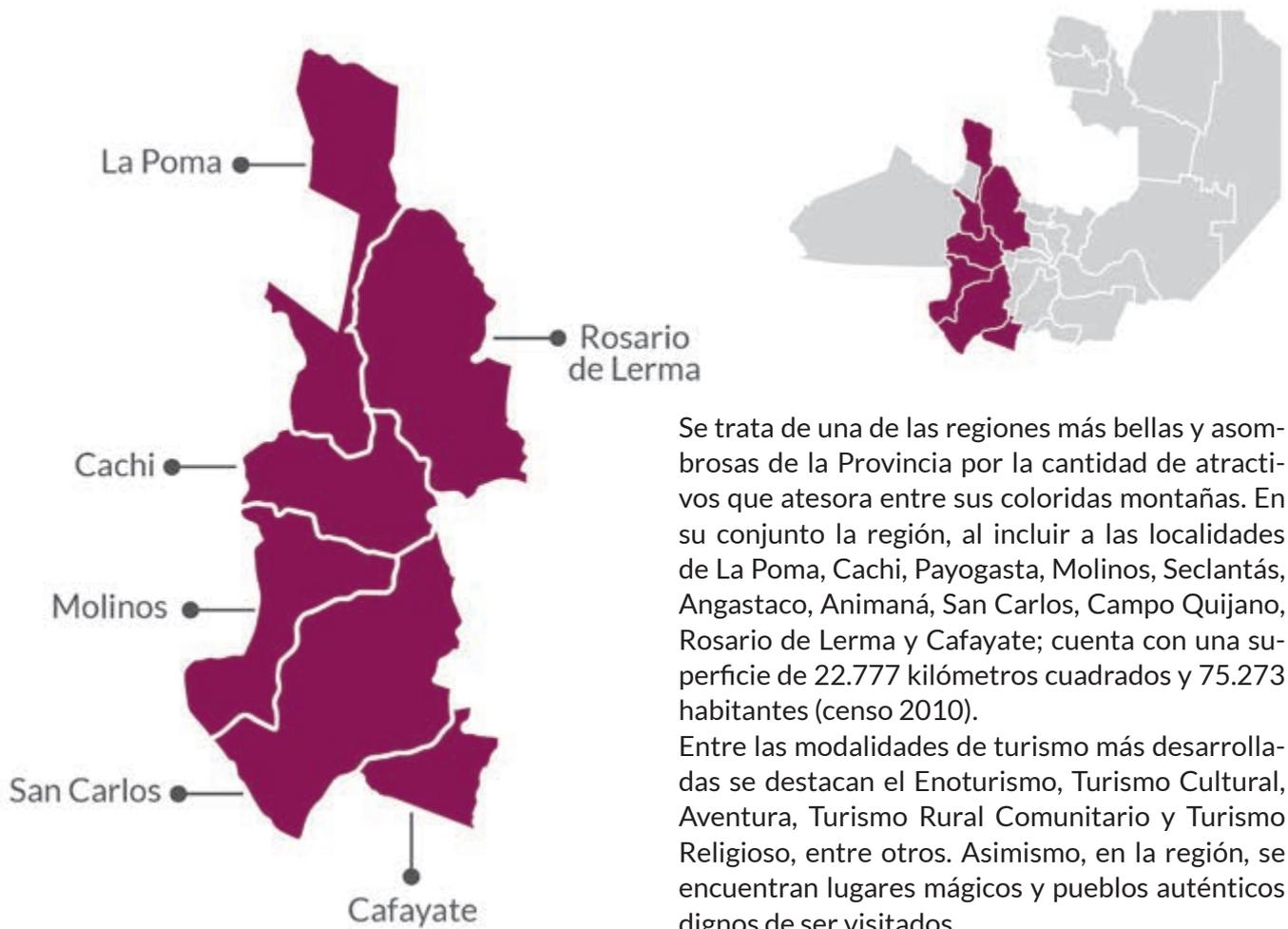
Para la elaboración del menú de oportunidades de inversión, se procedió a zonificar por regiones a la Provincia de Salta. Las mismas fueron definidas teniendo en cuenta principalmente las similitudes naturales con las que cuentan cada uno de los departamentos que componen cada región. De manera tal que, se definieron cuatro áreas centrales donde se desarrollan actividades turísticas en la

provincia. Quedando definidas de esta forma las regiones de la Puna Salteña, Valles Calchaquíes, Valles del Centro Sur y Norte Salteño.

A continuación, se presenta una breve descripción de los departamentos que componen cada una de las regiones, como así también los principales indicadores turísticos de cada una de dichas regiones.



# REGIÓN VALLES CALCHAQUÍES



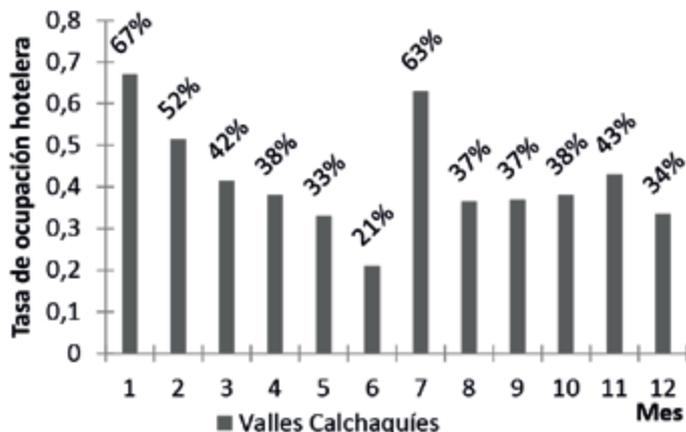
Se trata de una de las regiones más bellas y asombrosas de la Provincia por la cantidad de atractivos que atesora entre sus coloridas montañas. En su conjunto la región, al incluir a las localidades de La Poma, Cachi, Payogasta, Molinos, Seclantás, Angastaco, Animaná, San Carlos, Campo Quijano, Rosario de Lerma y Cafayate; cuenta con una superficie de 22.777 kilómetros cuadrados y 75.273 habitantes (censo 2010).

Entre las modalidades de turismo más desarrolladas se destacan el Enoturismo, Turismo Cultural, Aventura, Turismo Rural Comunitario y Turismo Religioso, entre otros. Asimismo, en la región, se encuentran lugares mágicos y pueblos auténticos dignos de ser visitados.



# PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS

## Tasa de ocupación de habitaciones. Región Valles Calchaquíes

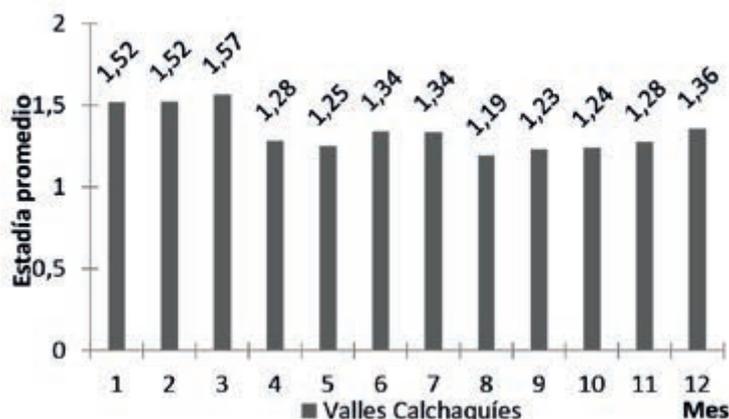


Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

Durante el año 2016, la tasa de ocupación hotelera en los Valles Calchaquíes, mantuvo un nivel promedio anual del 42%, ubicando sus puntos máximos de habitaciones ocupadas sobre el total disponible en los meses de enero y julio, y sus mínimos en los meses de junio y diciembre.

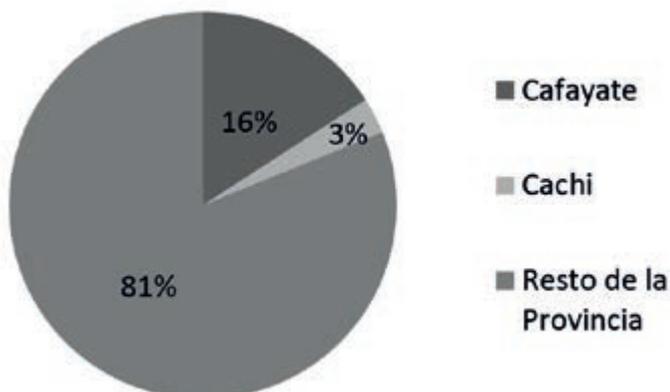
La estadía promedio anual registrada durante dicho año se ubicó en los 1,34 días por viajero. Con máximos entre los meses de enero y marzo y su mínimo en el mes de agosto.

## Pernoctaciones hoteleras y parahoteleras. Región Valles Calchaquíes



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

## Participación de la región en el total de turistas. % de arribos a la localidad



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

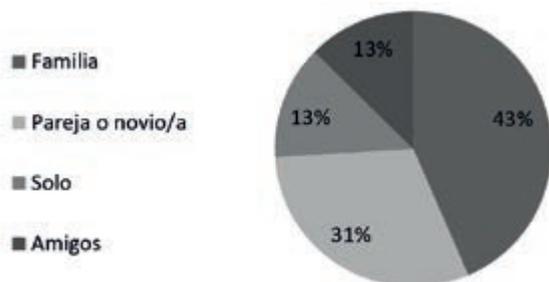
La participación de la región de los Valles Calchaquíes, puede ser estimada a partir del conteo de los viajeros que visitan las ciudades de Cafayate y Cachi. La participación de la región en el total de viajeros que recibe la Provincia de Salta se encuentra cercana al 19%.

Cerca del 70% de los turistas nacionales provenientes de otras provincias de la Argentina, que arribaron a la región de los Valles Calchaquíes procedieron principalmente de Capital Federal, Tucumán, Buenos Aires, Santa Fe y Jujuy. Cabe destacar que, del total de turistas que llegaron a la región durante el período de invierno de 2017, el 39% provinieron de otras localidades de Salta, el 50% de otras provincias de Argentina y el 10% de otros países.

### Lugar de Procedencia



### Grupo de Viaje



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública - Invierno 2017.

El 43% de los turistas nacionales que visitan la región llegaron junto con su familia, el 31% efectuó viajes en pareja o novios, y el 13% con amigos. De los que arribaron a la región, el 70% contaron con estudios secundarios o superior, el 55% llegaron en automóvil particular, con motivos principales de vacaciones, ocio o recreación (81%), y optaron por paseos, visitas a los museos, experiencias vinculadas al mundo del vino y peñas folklóricas.

### Perfil del Visitante

Motivo del viaje: vacaciones, ocio, esparcimiento o recreación	81%
Actividades que realizan	
Transitar por la localidad	97%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	57%
Peña Folclórica	59%
Visitas a Museos	69%
Medio de Transporte que utilizan	
Automóvil particular	55%
Ómnibus de línea regular	34%
Nivel de estudio alcanzado: Secundario completo o superior	70%

Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública - Invierno 2017.



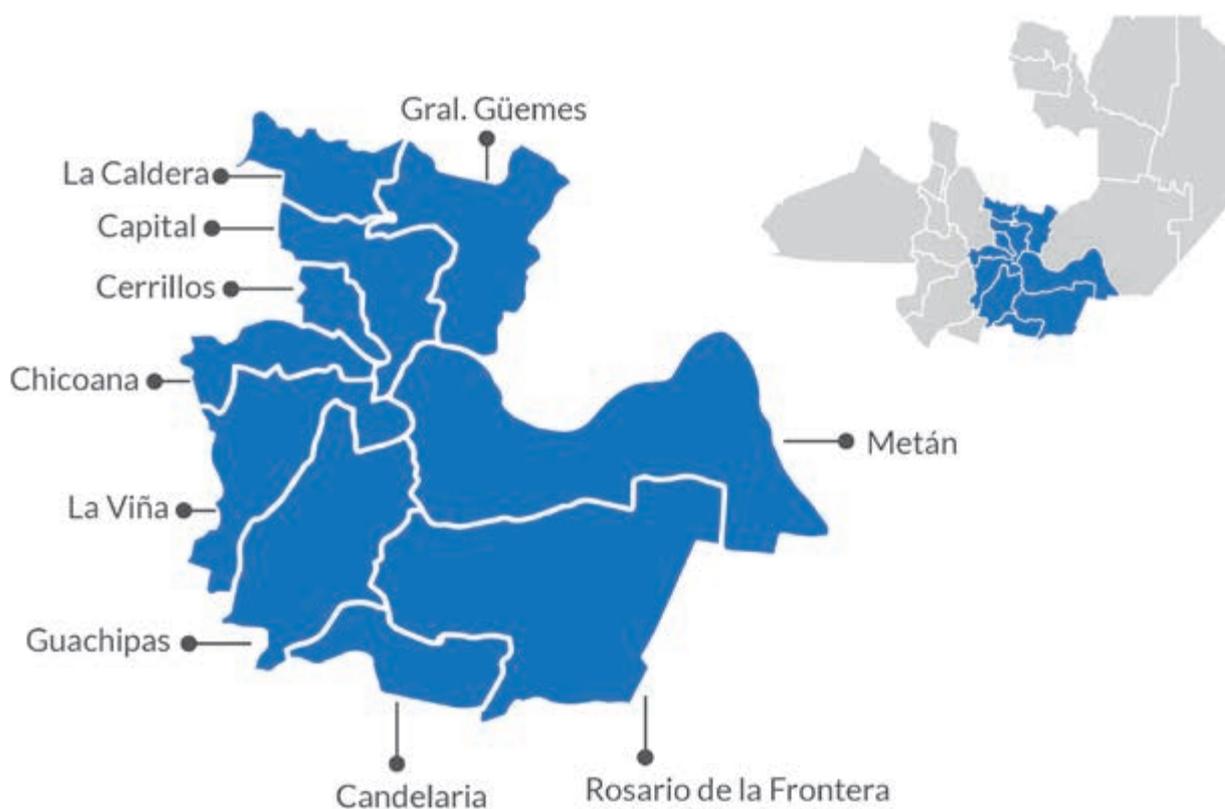
10 Las estimaciones en dólares estadounidenses, se realizaron teniendo en cuenta la cotización de dicha moneda en la Argentina, según datos de cierre del mes de julio del Banco Central de la República Argentina en el año 2017.

## OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

- Hoteles Boutique.
- Cabañas.
- Hoteles Temáticos.
- Hosterías.
- Glamping de Alta Montaña.
- Reforma, ampliación física o de servicios, equipamiento y/o modernización de Servicios Turísticos ya existentes.
- Peñas Folklóricas.
- Establecimientos gastronómicos que diversifiquen la oferta.
- Bar/Confiterías.
- Casas de Té.
- Heladería Artesanal.
- Complejos Rurales.
- Cabalgatas.
- Senderismo y trekking.
- Tour de Artesanías / Experiencias Artesanales.
- Montañismo.
- Observatorio Astronómico Itinerante.
- Centro de Convenciones Cafayate.
- Servicios Conexos  
(Bus Turístico, Remis Inter-Urbano, Lavanderías, Talleres Mecánicos, entre otros).



## REGIÓN VALLES DEL CENTRO SUR



Este valle alberga a la Ciudad de Salta; ciudad que posee una marcada fisonomía hispana que la destaca del resto de las ciudades del país y la convierten en una de las capitales provinciales con mayor identidad y tradición religiosa, aunque con una activa vida cultural y nocturna. La Ciudad de Salta es una importante sede para turismo de reuniones.

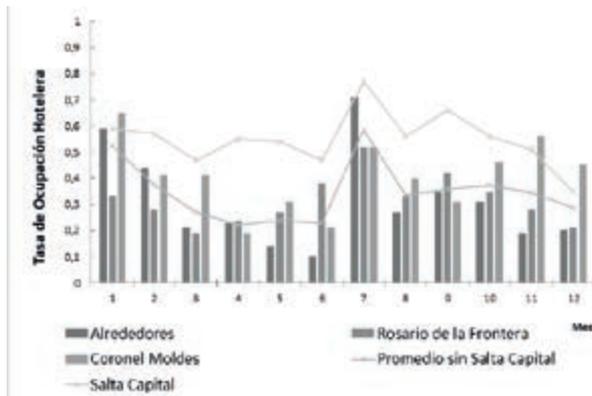
Las localidades que rodean a la capital provincial, se caracterizan por su producción agropecuaria, especialmente al cultivo de tabaco, sus tradiciones gauchas y las hermosas montañas que lo circundan. Dada sus características, es una de las regiones en donde ha prosperado en mayor medida el Turismo Rural y Aventura. A su vez, el Dique Cabra Corral se

constituye como el principal espejo de agua y Rosario de la Frontera como el polo termal de la Provincia. Integran esta región las localidades de La Caldera, Vaqueros, Ciudad de Salta, Villa San Lorenzo, Cerrillos, La Merced, Chicoana, El Carril, Coronel Molde, La Viña, Guachipas, El Jardín, El Tala, La Candelaria, Campo Santo, El Bordo, General Güemes, El Galpón, San José de Metán, Río Piedra, El Potrero y Rosario de la Frontera. Quienes en su conjunto cuentan con una superficie total de 23.603 kilómetros cuadrados y 733.271 habitantes (censo 2010). Las modalidades turísticas de esta región se relacionan con el Turismo Religioso, Turismo Cultural, Turismo Aventura, Turismo Rural y Turismo Termal.



# PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS

## Tasa de ocupación de habitaciones. Región Valles del Centro Sur.

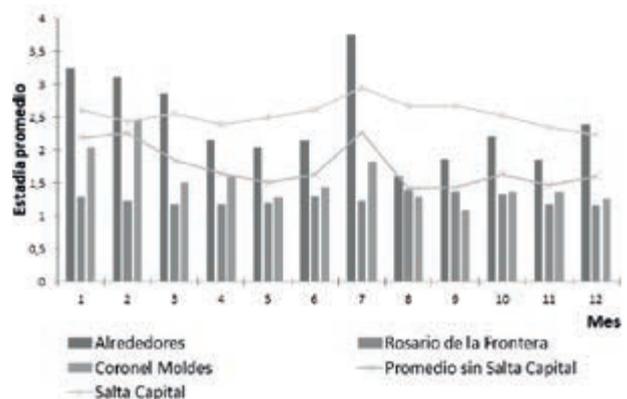


Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016

El promedio anual de la tasa de ocupación hotelera de Salta Capital se ubicó en 55% anual, mientras que la de los alrededores en el 31%, Rosario de la Frontera en el 32% y Coronel Moldes en el 43%. Los picos máximos del indicador se observan para, Salta Capital y alrededores en el mes de julio con el 77% y 71% de ocupación hotelera respectivamente, mientras que para Coronel Moldes el máximo observable ocurre durante el mes de enero con el 65% de ocupación.

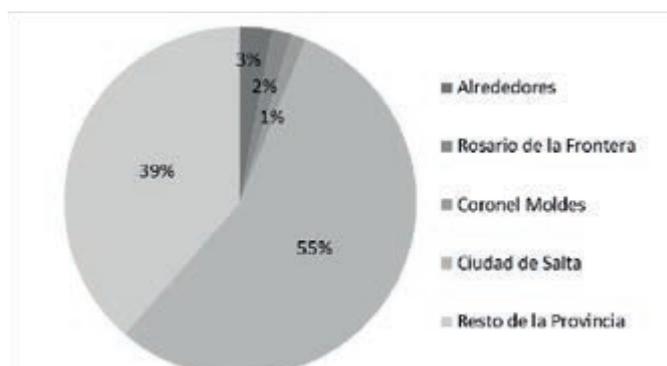
La estadía promedio anual del año 2016, se posicionó en 2,54 días para Salta Capital (máximo en julio con 2,95 días y mínimo en diciembre con 2,24 días) y para alrededores el mismo fue de 2,43 días (máximo en julio con 3,77 días y mínimo en agosto con 1,6 días).

## Pernoctaciones hoteleras y parahoteleras. Región Valles del Centro Sur.



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016

## Participación de la región en el total de turistas. % de arribos a la localidad



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016

El 55% del total de viajeros nacionales que visitaron la Provincia de Salta, arribaron a la capital de dicha provincia, y si sumamos al resto de las localidades, la región de los Valles del Centro Sur, concentró el 61% del total de turistas que visitaron la provincia.

# PERFIL DEL TURISTA – CIUDAD DE SALTA

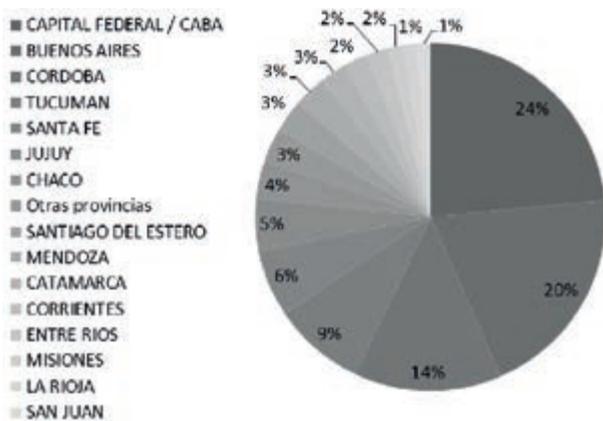
El gasto promedio diario por turista efectuado durante el mes de julio del año 2017 fue de USD 78,74 en la Ciudad de Salta.<sup>8</sup>

## Gasto diario por turistas. Región Valles del Centro Sur. En USD

Localidad	Gasto Diario por Turista (Invierno 2017)
Salta Capital	USD 78,74

Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

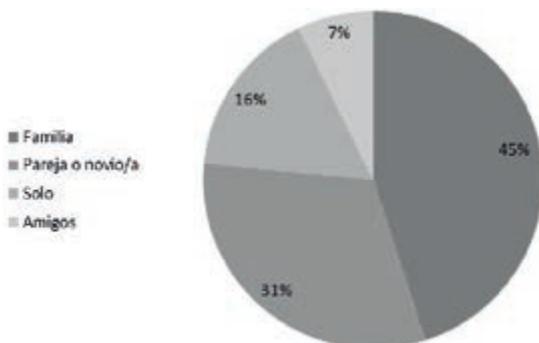
## Lugar de Procedencia



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

Del total de viajeros provenientes de otras provincias de Argentina, que arribaron en la capital de la Provincia de Salta, cerca del 70% proceden de Capital Federal, Buenos Aires, Tucumán y Santa Fe. Cabe destacar que, del total de turistas que llegaron a dicha ciudad durante el período de invierno de 2017, el 9% provinieron de otras localidades de Salta, el 86% de otras provincias de Argentina y el 5% de otros países.

## Grupo de Viaje

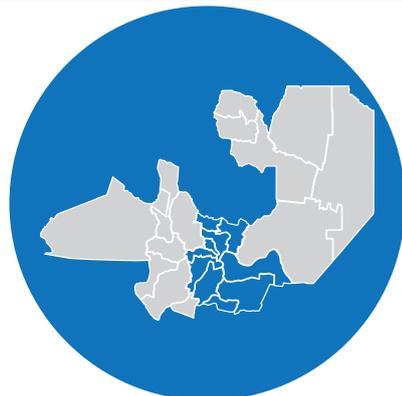


Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

El 45% de los turistas nacionales que visitaron la capital salteña llegaron junto con su familia, el 31% efectuó viajes en pareja o novios, y el 16% de forma individual. De los que arribaron a la localidad, el 70% contaron con estudios secundarios o superior, el 43% llegaron en automóvil particular, con motivos principales de vacaciones, ocio o recreación (79%), desarrollando principalmente actividades como visitas a los museos, iglesia, edificios históricos, ferias artesanales y peñas folklóricas.

## Perfil del Visitante

Motivo del viaje: vacaciones, ocio, esparcimiento o recreación	79%
Actividades que realizan	
Transitar por la localidad	97%
Peña Folclórica	80%
Visitas a Museos	80%
Medio de Transporte que utilizan	
Automóvil particular	43%
Ómnibus de línea regular	24%
Nivel de estudio alcanzado: Secundario completo o superior	70%



<sup>8</sup> Las estimaciones en dólares estadounidenses, se realizaron teniendo en cuenta la cotización de dicha moneda en la Argentina, según datos de cierre del mes de julio del Banco Central de la República Argentina en el año 2017.

# PERFIL DEL TURISTA (SIN CIUDAD DE SALTA)

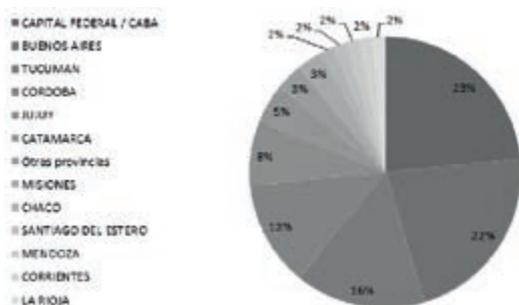
## Gasto diario por turistas. Región Valles del Centro Sur. En USD

Localidad	Gasto Diario por Turista (Invierno 2017)
Coronel Moldes	USD 107,82
San Lorenzo	USD 89,62
Rosario de la Frontera	USD 65,36
Chicoana	USD 39

Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

El gasto promedio<sup>9</sup> diario por turista efectuado durante julio del año 2017 fue de USD 107,82 en Coronel Moldes, USD 89,62 en San Lorenzo, USD 65,36 en Rosario de la Frontera y USD 39 en Chicoana.

## Lugar de Procedencia

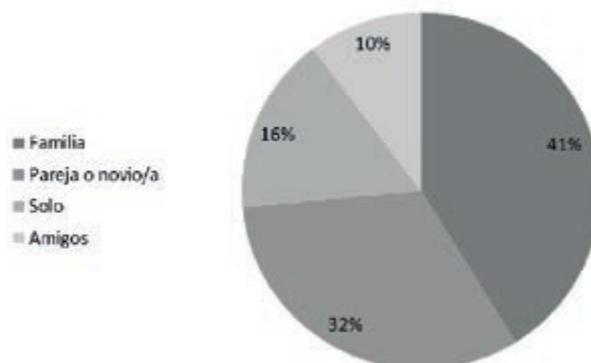


Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

Del total de viajeros provenientes de otras provincias de la Argentina, que arribaron en la región, el 70% proceden de Capital Federal, Buenos Aires, Tucumán y Córdoba. Cabe destacar que, del total de turistas que llegaron a la región durante el período de invierno de 2017, el 38% provinieron de otras localidades de Salta, el 47% de otras provincias de Argentina y el 15% de otros países.

El 41% de los turistas nacionales que visitaron la región llegaron junto con su familia, el 32% efectuaron viajes en pareja o novios, y el 16% de forma individual. De los que arribaron a la región, el 70% contaron con estudios secundarios o superior, el 63% llegaron en automóvil particular, con motivos principales de vacaciones, ocio o recreación (79%).

## Grupo de Viaje



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

## Perfil del Visitante

Motivo del viaje: vacaciones, ocio, esparcimiento o recreación	79%
<b>Actividades que realizan</b>	
Transitar por la localidad	96%
Peña Folklórica	47%
Visitas a Museos	55%
<b>Medio de Transporte que utilizan</b>	
Automóvil particular	63%
Ómnibus de línea regular	26%
Nivel de estudio alcanzado: Secundario completo o superior	70%

Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

<sup>9</sup> Las estimaciones en dólares estadounidenses, se realizaron teniendo en cuenta la cotización de dicha moneda en la Argentina, según datos de cierre del mes de julio del Banco Central de la República Argentina en el año 2017.

## OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

- Hoteles Boutique.
- Hotel del Centro de Convenciones Salta.
- Cabañas.
- Campings.
- Centro de Spa y Bienestar.
- Hosterías Rurales.
- Hoteles Temáticos.
- Reforma, ampliación física o de servicios, equipamiento y/o modernización de Servicios Turísticos ya existentes.
- Peñas Folklóricas.
- Establecimientos gastronómicos que diversifiquen la oferta.
- Bar/Confitería.
- Casas de Té.
- Heladería Artesanal.
- Mercados Gastronómicos.
- Complejos Rurales.
- Parques de Aventura.
- Cabalgatas.
- Senderismo y Trekking.
- Tour de Artesanías / Experiencias Artesanales.
- Ciclismo.
- Excursiones en 4x4 o Cuatriciclos.
- Parque Acuático.
- Servicios Conexos (Remisera Local, Lavandería, Cadetería, entre otros).



## REGIÓN PUNA SALTEÑA



Esta región, en el límite Oeste de la Provincia y a los pies de la Cordillera de los Andes, es un altiplano ubicado por encima de los 3.000 msnm, integrada por las localidades de San Antonio de los Cobres y Tolar Grande. Ofrece picos montañosos con nieves eternas, volcanes, extensas superficies de sal, minas abandonadas y en explotación, lagunas repletas de flamencos rosados y vicuñas mimetizadas en el paisaje.

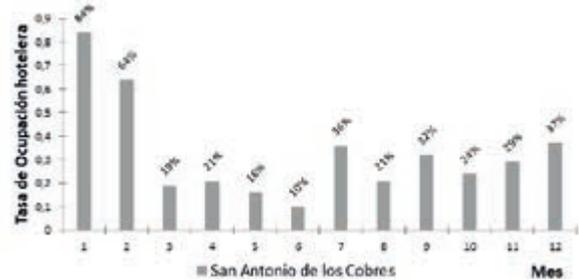
Es por donde transcurre el Tren a las Nubes, que llega hasta los 4.200 metros de altura. En su conjunto, la región cuenta con una superficie total de 25.636 kilómetros cuadrados y 6.050 habitantes (censo 2010). En esta región se puede practicar actividades de Turismo Aventura, Turismo de Montaña, Observación de Aves, Turismo Rural Comunitario, Turismo Cultural, entre otras modalidades.



# PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS

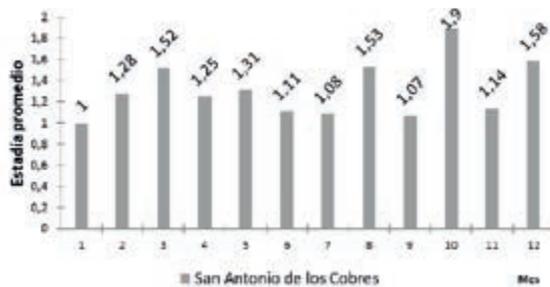
Durante el año 2016, la tasa de ocupación hotelera en la Región de la Puna, mantuvo un nivel promedio anual del 32,75%, ubicando sus puntos máximos de habitaciones ocupadas sobre el total disponible en los meses de enero y febrero, y sus mínimos en los meses de mayo y junio.

Tasa de ocupación de habitaciones.  
Región Puna Salteña. En %



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

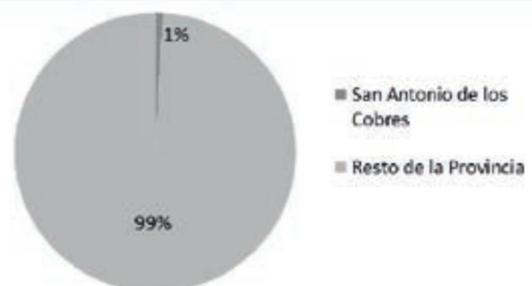
Pernoctaciones hoteleras y para-hoteleras.  
Región Puna Salteña.



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

La estadía promedio anual registrada durante dicho año se ubicó en los 1,3 días por viajero. Con máximos en el mes de octubre y su mínimo en el mes de enero.

Participación de la región en el total de turistas. % de arribos a la localidad



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

La participación de la Región Puna Salteña, puede ser estimada a partir del conteo de los viajeros que visitan a la localidad de San Antonio de los Cobres. La participación de la región en el total de viajeros que percibe la Provincia de Salta, se encuentre cercana al 1%.

Gasto diario por turistas.  
Región Puna Salteña. En USD

Localidad	Gasto Diario por Turista (Invierno 2017)
San Antonio de los Cobres	USD 65,58.

Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública - Invierno 2017.

El gasto promedio diario por turistas que arribaron a la localidad de San Antonio de los Cobres durante el mes de julio de 2017, fue de USD 65,58.

Nota: la estimación en dólares estadounidense, se realizó teniendo en cuenta la cotización de dicha moneda en la Argentina, según datos de cierre del mes julio del Banco Central de la República Argentina en el año 2017

## Lugar de Procedencia



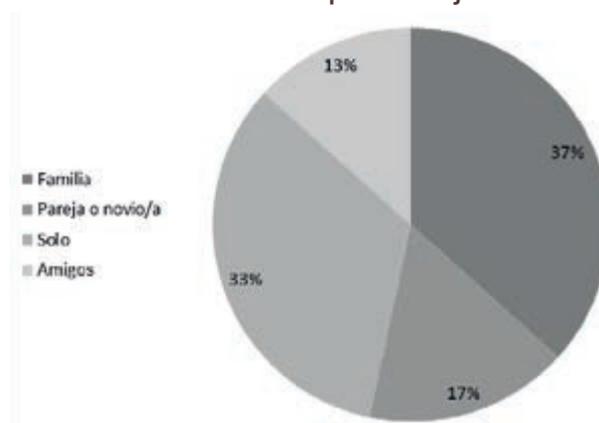
Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.

El 70% de los turistas provenientes de otras provincias de Argentina que arribaron a la Región de la Puna Salteña, procedieron principalmente de Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba, Tucumán y Santa Fe. Cabe destacar que, del total de turistas que llegaron a la región durante el período de invierno de 2017, el 13% provinieron de otras localidades de Salta, el 67% de otras provincias de Argentina y el 20% de otros países.

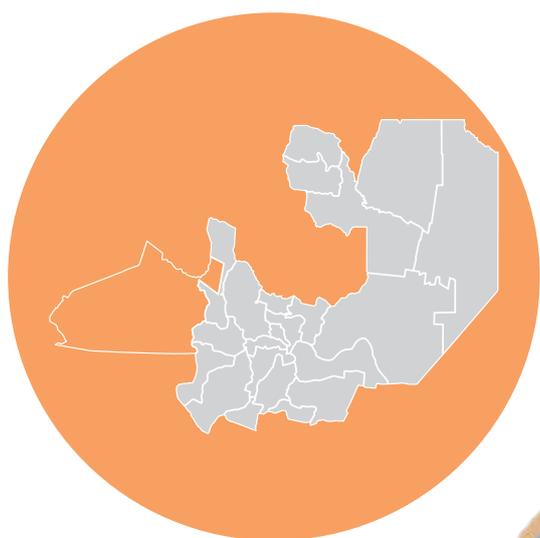
El 37% de los turistas nacionales que visitaron la región, llegaron junto con su familia, el 33% efectuaron viajes de forma particular, y el 17% en pareja o novio/a. De los que arribaron a la región, el 70% contaron con estudios secundarios o superior, el 45% llegaron en automóvil particular, con motivos principales de vacaciones, ocio o recreación (68%).

El Tren a las Nubes transportó en el año 2017 a 27.620 personas, de los cuales el 22% fueron extranjeros.

## Grupo de Viaje



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, encuesta al Turista en la Vía Pública – Invierno 2017.



## OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

- Hoteles Boutique.
- Cabañas.
- Hoteles Temático.
- Hosterías.
- Reforma, ampliación física o de servicios, equipamiento y/o modernización de Servicios Turísticos ya existentes.
- Glamping de Alta Montaña.
- Peña Folklórica.
- Establecimientos gastronómicos que diversifiquen la oferta.
- Bar/Confitería.
- Casas de Té.
- Senderismo y Trekking.
- Tour de Artesanías / Experiencias Artesanales.
- Montañismo.
- Excursiones en 4x4 o Cuatriciclos.
- **Servicios Conexos**  
(Lavandería, Taller para el Automotor, entre otros).



## REGIÓN NORTE SALTEÑO



Gran parte del Norte Salteño está cubierto por una selva subtropical conocida como Yungas, donde se asientan las localidades de Los Toldos, Isla de Cañas, Colonia Santa Rosa, Hipólito Yrigoyen, Pichanal, San Ramón de la Nueva Orán, Urundel, Aguaray, Embarcación, General Ballivián, General Mosconi, Profesor Salvador Mazza y Tartagal. Al noroeste de la Provincia de Salta, donde las alturas sobre el nivel del mar superan los 4.000 msnm.,

la región alberga a las localidades de Nazareno, Santa Victoria Oeste e Iruya.

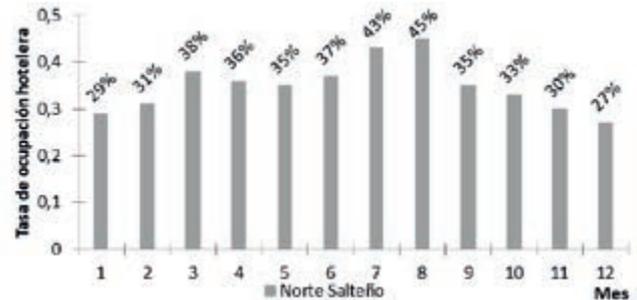
En su conjunto la región cuenta con una superficie total de 35.576 kilómetros cuadrados y 312.079 habitantes (censo 2010). En esta región se puede realizar Turismo Aventura, Turismo Rural Comunitario, Observación de Aves y Safaris Fotográficos entre otras modalidades.



# PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS

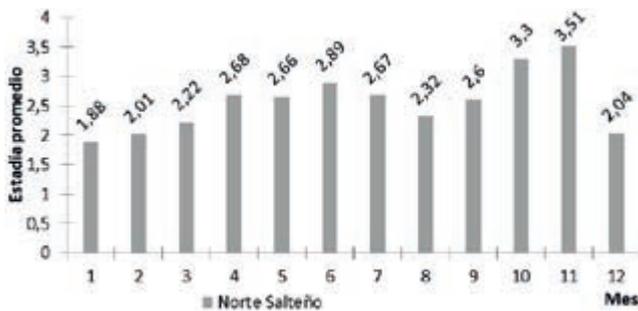
Durante el año 2016, la tasa de ocupación hotelera en la Región Norte de Salta mantuvo un nivel promedio anual del 34,9%, ubicando sus puntos máximos de habitaciones ocupadas sobre el total disponible en los meses de julio y agosto, y sus mínimos en los meses de diciembre y enero.

## Tasa de ocupación de habitaciones. Región Norte Salteño.



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

## Pernoctaciones hoteleras y parahoteleras. Región Norte Salteño.

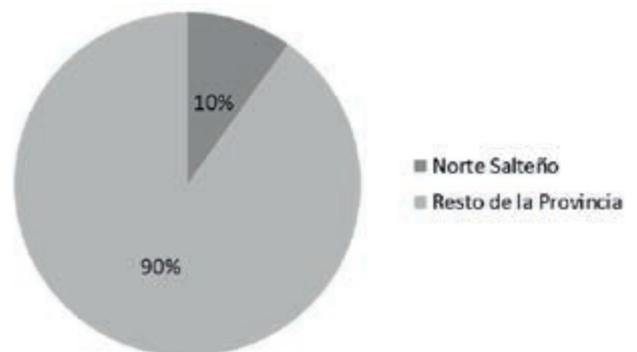


Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

La estadía promedio anual registrada durante dicho año se ubicó en los 2,56 días por viajero. Con máximos entre los meses de octubre y noviembre y, su mínimo en el mes de enero.

La participación de la Región Norte Salteño, puede ser estimada a partir del conteo de los viajeros que visitan a las localidades de San Ramón de la Nueva Orán y Tartagal. La participación de la región en el total de viajeros que percibe la Provincia de Salta se encuentre cercana al 10%.

## Participación de la región en el total de turistas. % de arribos a la localidad



Fuente: MCTyD, Salta, Argentina, Anuario Estadístico 2016.

## OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

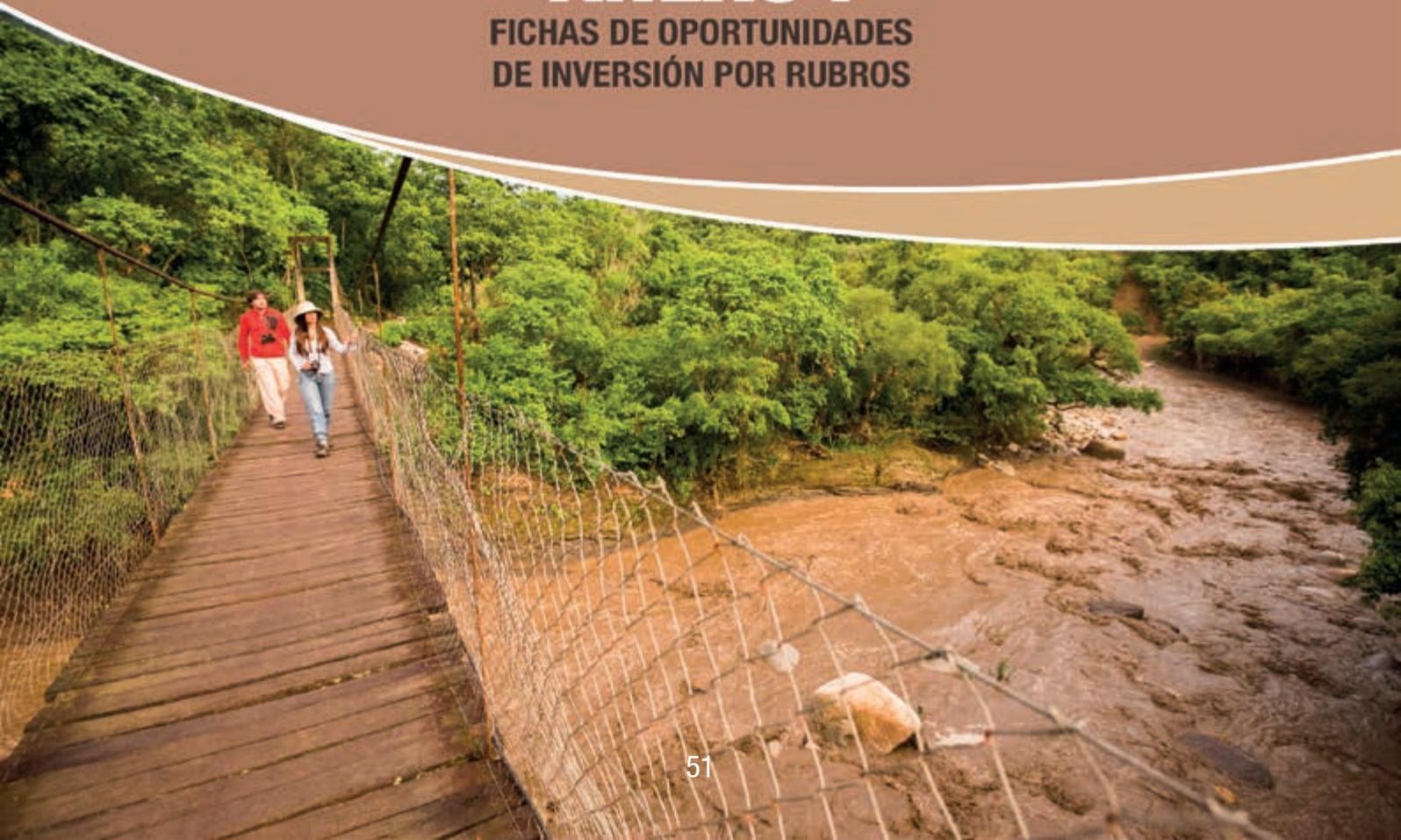
- Hotel Boutique.
- Cabañas
- Campings.
- Hoteles Temáticos.
- Peñas Folklóricas.
- Establecimientos gastronómicos que diversifiquen la oferta.
- Bar/Confitería.
- Casas de Té.
- Heladería Artesanal.
- Mercados Gastronómicos.
- Complejos Rurales.
- Parques de Aventura.
- Cabalgatas.
- Senderismo y Trekking.
- Tour de Artesanías / Experiencias Artesanales.
- Ciclismo.
- Parque Acuático.
- Glamping en las Yungas.
- Orquidiario, Ofidiario y Mariposario.
- Reforma, Ampliación física o de servicios, Reequipamiento y/o Modernización de Servicios Turísticos ya existentes.





# ANEXO I

FICHAS DE OPORTUNIDADES  
DE INVERSIÓN POR RUBROS



# SERVICIOS DE ALOJAMIENTO



## COMPLEJO DE CABAÑAS

### OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo diversificar la oferta hotelera. Ampliar el número de plazas disponibles. Brindar respuesta a una creciente demanda por el producto.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla la creación de cabañas turísticas en diferentes puntos de la Provincia de Salta, los cuales pueden ir desde las zonas áridas de la Puna Salteña, al ambiente selvático de la Región Norte, las zonas de valles de la Región Valles Calchaquíes y la zona de grandes concentraciones pluviales de la Región de los Valles del Centro Sur. Considerando que una cabaña es una vivienda construida en un ambiente natural o rural, con materiales que son generalmente de la zona; las cabañas brindan, a diferencia de otros tipos de viviendas como los edificios, un alojamiento que no altera significativamente el espacio, sino que tienden a convivir con él. Por lo general, su ubicación suele situarse en plena naturaleza, aunque dependiendo de su infraestructura, esto puede variar.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

Es una tipología de alojamiento muy valorada por las familias y/o grupos de amigos, los cuales constituyen un importante segmento entre los visitantes de Salta.

Las distintas regiones turísticas de Salta ofrecen posibilidades para el desarrollo de este tipo de emprendimientos.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 500.000.
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona
- El monto estimado de inversión, no incluye los costos de adquisición y/o alquiler del predio.

## CENTROS DE SPA Y BIENESTAR

### OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo diversificar la oferta de servicios en la región y brindar respuesta a una creciente demanda por el producto.

### DESCRIPCIÓN

El Turismo de Bienestar es aquel en el que el cliente busca una mejora de su condición física o psíquica.

El proyecto contempla la creación de un establecimiento estilo spa, moderno, con piscina y alejado de la ciudad.

Se busca ofrecer un servicio para todos los que necesiten encontrar su calma interior, aliviar los síntomas ocasionados por el estrés y la ansiedad, aprender técnicas de relajación y meditación que puedan integrarse fácilmente en sus vidas o mejorar sus condiciones de salud.

Destaca en este tipo de emprendimientos su ubicación, dado que lo que se busca es brindar un servicio de relajación, el mismo debe situarse en lugares donde se respire un ambiente natural, relajado y en la medida de lo posible alejado de las grandes urbes.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

Por la definición del proyecto, la región de los Valles del Centro Sur es la que mejor performa para el desarrollo de este tipo de emprendimientos.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 1.500.000.
  - **Impacto:** impacto regional. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto de inversión estimada, no incluyen los costos de adquisición y/o alquiler del predio.

## HOTEL TEMÁTICO

### OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo diversificar la oferta hotelera. Ampliar el número de plazas disponibles y brindar respuesta a una creciente demanda por el producto.

### DESCRIPCIÓN

Se plantea la construcción de un hotel, o reconversión de los alojamientos ya existentes a la modalidad propuesta. Se sugiere, ambientarlos de acuerdo a la región en donde se genere o encuentre ubicado el emplazamiento.

De forma tal que, para la región de los Valles Calchaquíes, resulta factible adoptar, entre otros, temas referidos a los procesos geológicos, cultura santamariana y la puesta en valor de las casonas antiguas. En la región de los Valles del Centro Sur utilizar una ambientación rural gauchesco (Lugar de emplazamiento sugerido: Gral. Güemes). En la región de la Puna es posible optar por una ambientación referida a la vida en los Andes o del Pastor Puneño. Mientras que, en el Norte Salteño, se puede optar por tematizaciones referidas al petróleo o las yungas, entre otras.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

La tematización de los alojamientos es una de las tendencias que viene siendo desarrollada por empresas del turismo y ocio que buscan satisfacer una demanda cada vez más exigente.

Estos hoteles tratan de aprovechar el posicionamiento de distintos productos o atractivos singulares de las localidades, como la historia, el vino, o en el caso de Lugares Mágicos el atractivo singular que caracteriza a cada localidad (el poncho, el tamal, el arte rupestre, etc.).

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 850.000
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona
- El monto de inversión estimada, no incluye los costos de adquisición y/o alquiler del predio. Se confeccionó teniendo en cuenta se trate de la construcción de un nuevo establecimiento (no reconversión).

## CAMPINGS

### OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo diversificar los servicios ofrecidos en las diferentes localidades de la Provincia de Salta.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla la creación de un espacio moderno que brinde un servicio de calidad en el rubro acampe, en la localidad que se desarrolle.

Un camping, es un emprendimiento al aire libre, que busca brindar una experiencia cercana a la naturaleza, generalmente junto a un curso de agua o un bosque, entre otras locaciones. El mayor atractivo de un camping es el disfrute del paisaje, que puede ofrecerle a quienes hacen uso del servicio y sus instalaciones, pudiendo haber además actividades recreativas de distintas índoles.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO:

En la actualidad, existe una oferta del servicio, pero la misma no cubre la totalidad de los estándares requeridos por los diversos visitantes que se allegan, principalmente, a las localidades del interior provincial.

Es una tipología de servicios muy valorada por las familias y/o grupos de amigos, que constituyen un importante segmento entre los visitantes de Salta.

### OBSERVACIONES

**Inversión estimada:** de acuerdo a la propuesta prevista.

## GLAMPINGS DE ALTA MONTAÑA

### OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo diversificar el rubro alojamiento. Ampliar el número de plazas disponibles. Brindar respuesta a una creciente demanda por el producto.

### DESCRIPCIÓN

La palabra glamping viene de la combinación de glamour y camping. Se trata de una nueva oferta de alojamientos que proponen los campings. Básicamente, significa un estilo de camping con encanto y con servicios de alto confort en un alojamiento relativamente sencillo y normalmente en contacto con la naturaleza.

Lugares sugeridos de emplazamientos relacionados a la alta montaña: San Antonio de los Cobres, Tolar Grande y/o Cachi. Por su ubicación (más de 3.500 msnm.), el emplazamiento debe estar enfocado en potenciar la experiencia en ambientes de altura y minimizar las percepciones climatológicas.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 800.000.
- Impacto regional. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto de inversión estimada, no incluye los costos de adquisición y/o alquiler del terreno.

## HOSTERÍAS

### OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo diversificar el rubro alojamiento. Ampliar el número de plazas disponibles. Brindar respuesta a una creciente demanda por el producto.

### DESCRIPCIÓN

Se plantea la construcción de nuevas hosterías, que se mantengan fieles a la arquitectura de la zona, no se contrapongan con el entorno natural, mantengan un sentido de estética y vanguardia tecnológica, aseguren al visitante una experiencia auténtica y confortable, e incorporen tecnologías que colaboren con el ahorro energético.

Una hostería es un establecimiento turístico donde se brinda alojamiento y alimento a quienes abonan por el servicio. Desarrollándose principalmente dentro de un ambiente de carácter rural o tradicional. En general, las hosterías tienen un ambiente menos formal que los hoteles y a menudo son atendidos por sus propios dueños.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** inversión de acuerdo a la propuesta prevista.
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidades positivas en la zona.

# GASTRONOMÍA



## PEÑAS FOLKLÓRICAS

### OBJETIVO

Generar espacios que promuevan el desarrollo de artistas, incentive la preservación de la cultura y tradiciones de la región.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto plantea la construcción de peñas folklóricas que prevean la incorporación de ballets folklóricos, bandas en vivo y vinos locales durante la operatividad del mismo. Dispongan de un espacio predefinido para hacer partícipe a los comensales del folklore nacional y el acondicionamiento del establecimiento a las condiciones de la arquitectura del lugar.

Esta inversión puede realizarse en las distintas localidades turísticas de la provincia, especialmente en aquellas que cuenten con una oferta de alojamien-

to interesante, que asegure la presencia de turistas que pernocten.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

Uno de los pedidos más recurrentes de los viajeros es el de la presencia de actividades nocturnas, destacando este tipo de emprendimientos como uno de las principales.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 100.000.
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona
- El monto estimado no toma en cuenta los costos de adquisición y/o alquiler del local.

## ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE DIVERSIFIQUEN LA OFERTA

### OBJETIVO

Dotar al mercado de las diferentes localidades de la Provincia de Salta con una variedad más amplia de productos.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto prevé la creación de establecimientos que combinen lo moderno con el estilo propio de cada localidad, brinden un servicio de calidad y prioricen la utilización de productos locales.

La actividad gastronómica en Salta, permite elegir entre una gran variedad de productos, los cuales se adaptan a los diferentes gustos, perfiles, necesidades y expectativas de los turistas dentro de un mismo destino.

Nuevas tendencias relacionadas a la comida vegetariana o vegana, son oportunidades para diversificar la oferta gastronómica. Al igual que sumar

propuestas nocturnas, situación muy requerida por los turistas.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

El proyecto busca ampliar la oferta gastronómica existente con nuevos emprendimientos y/o modernizando los actuales bajo un concepto que revalorice la gastronomía auténtica, incorpore productos de cercanía y aproveche los productos regionales, buscando generar nuevas propuestas en las distintas localidades.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 75.000
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto de inversión estimada, no toma en cuenta los costos de adquisición y/o alquiler del local.

## BAR / CONFITERÍA

### OBJETIVO

Dotar al mercado con una variedad más amplia de productos. Generar un atractivo para quienes transiten por las distintas localidades de la Provincia de Salta. Promover espacios de reunión y distracción juvenil.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla la creación de un espacio moderno que brinde un servicio de calidad en la localidad que se desarrolle.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

En la actualidad, existe una oferta del servicio, pero la misma no cubre la totalidad de los estándares requeridos por los diversos visitantes que se allegan, principalmente, a las localidades del interior provincial. Este tipo de servicios son muy requeridos en todas las localidades que tengan un número relevante de plazas hoteleras.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 75.000.
- Apto para franquicias.
- El monto estimado de inversión, no incluye los costos de adquisición y/o alquiler del local.

## CASA DE TÉ

### OBJETIVO

Dotar al mercado de las diferentes localidades de la Provincia de Salta con una variedad más amplia de productos.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto prevé la creación de un establecimiento que combine lo tradicional con lo moderno, brinde un servicio de calidad, priorice el aspecto bromatológico, disponga de una variedad de desayunos y meriendas y, haga uso de los frutos de la zona.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

La Provincia de Salta cuenta con una gran variedad de espacios apacibles y tradicionales distribuidos a lo largo de todo su territorio. Ello, sumado a la creciente demanda turística, potencia a las alternativas de inversión que consideren brindar un servicio de estas características dentro de un exuberante entorno natural.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 50.000
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto estimado de inversión, no considera los costos de adquisición y/o alquiler del local.

## HELADERÍA ARTESANAL

### OBJETIVO

Dotar al mercado de las diferentes localidades de la Provincia de Salta con una variedad más amplia de productos.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

Los helados artesanales son los elaborados con ingredientes naturales, seleccionados por el artesano en forma personal y directa. Se confeccionan diariamente y se venden en un muy corto lapso de tiempo. Pueden contener lácteos, cremas, frutas frescas, frutos secos, azúcares, huevos, chocolates, coco, etc.

Es el producto mismo el que define el sabor; es decir, no es un helado con gusto a..., sino un helado de.... En síntesis, es un producto genuino. En pequeñas producciones, sin almacenamiento. No se utilizan aglutinantes químicos ni colorantes artificiales.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 50.000
- **Impacto:** desarrollo local. Genera externalidad positiva en la zona.
- Apto para franquicias.
- El monto estimado, no considera los costos de adquisición y/o alquiler del local.

## MERCADOS GASTRONÓMICOS

### OBJETIVO

Poner en valor a los mercados gastronómicos de las diferentes localidades de la Provincia de Salta.

### DESCRIPCIÓN

La búsqueda de experiencias gastronómicas únicas es una tendencia global. Se propone el desarrollo de espacios gastronómicos amplios, diseñados a modo de "ferias o mercados" para experimentar distintos tipos de comida en ambientes casuales, pero bien organizados y ambientados.

En estos espacios se pueden combinar puestos gastronómicos con espacios de bebidas, productos locales, artesanías auténticas y/o propuestas de espacios recreativos.

El diseño del predio puede variar y acomodarse tanto a las necesidades locales como a las de la demanda.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** de acuerdo a la propuesta prevista.

# ACTIVIDADES RECREATIVAS



## PARQUE DE AVENTURA

### OBJETIVO

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

El proyecto contempla la creación de un parque de aventuras: recinto delimitado y controlado, donde los participantes pueden realizar varios circuitos lúdico-deportivos de dificultad creciente, en íntimo contacto con el medio natural, poniendo a prueba la habilidad y equilibrio del participante. Pudiendo desarrollar una gran variedad de acti-

vidades acordes al entorno natural en el que se lo emplace, así por ejemplo en la zona de yungas se pueden llevar a cabo actividades de puentes tibetanos, tirolesas, troncos de equilibrio, y redes de abordaje entre otros.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** Inversión de acuerdo a la propuesta prevista. Para el diseño de estas instalaciones, aparte de los procedimientos de cálculo evaluados por el proyectista, se deben respetar las normas de seguridad internacionales.

## COMPLEJO RURAL

### OBJETIVO

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero. Explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla la creación de establecimientos que desarrollen actividades en un entorno rural, guiado por personal capacitado para garantizar la seguridad de los visitantes.

La amplitud de las actividades factibles de ser llevadas a cabo es tan extensa como los ambientes en los que se desarrolle el proyecto. De manera tal que se permita experimentar a los turistas en actividades como el ordeño de vacas, pastoreo, cosecha de alimentos, transformación de alimentos (elaboración de pan casero, simbado de empanadas, etc.), costumbres populares, poda de viñedos, vendimia, explicación de las diferentes variedades de vinos, visita a bodega para observación de la elaboración

de los vinos y mostos, talleres de reproducción vegetal (en el cual se introduzca a los clientes en las técnicas de semillado, trasplante, estaquillado, etc.), huerta ecológica, taller de flor seca, taller de aromaterapia y cosmética natural, labores artesanales (ejemplo el mimbre), entre otros.

### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

El servicio, actualmente no se encuentra explotado ni difundido en su totalidad.

Las localidades en donde se pretenda realizar este tipo de emprendimientos, se sugiere pertenezcan a un ambiente netamente rural y cuenten con predios acondicionados para el desarrollo de la actividad turística.

### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 150.000, de acuerdo a la propuesta prevista.
- **Impacto:** desarrollo local. Impacto regional. Genera externalidad positiva en la zona.
- El monto estimado, no contempla los costos de adquisición y/o alquiler del terreno.

## EXCURSIONES EN 4X4 Y CUATRICICLOS

### OBJETIVO

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de las diversas localidades de la Provincia de Salta. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla el ofrecimiento de servicios de excursiones guiadas en 4x4 y/o cuatriciclos que promuevan la generación de circuitos de calidad, el ofrecimiento de seguridad, comodidad, atención personalizada para los usuarios del servicio y respeto por los recursos naturales y arqueológicos, operando principalmente sobre caminos de hue-

llas o rutas ya existentes. En las áreas protegidas provinciales no está autorizada la modalidad "Off Road".

#### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

La actividad es factible de ser llevada a cabo a lo largo de gran parte del territorio provincial. Ello se debe a que la Provincia de Salta cuenta con una gran variedad de circuitos turísticos, de los cuales algunos no se encuentran aún explotados en su to-

talidad; como sucede por ejemplo en la región de la Puna, donde el emprendimiento puede incorporarse a los circuitos de: Volcán Lullailaco, Volcán Quehuar, Viaducto La Polvorilla, Salinas Grandes, Termas de Pompeya entre otros.

#### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** inversión de acuerdo a la propuesta prevista.

## CABALGATAS GUIADAS

#### OBJETIVO

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

#### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla el ofrecimiento del servicio de excursiones guiadas a caballo, que promuevan la generación de circuitos de calidad, el ofrecimiento de seguridad, comodidad, atención personalizada

para los usuarios del servicio y respeto por los recursos naturales y arqueológicos.

#### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

A lo largo de todo su territorio, la Provincia de Salta cuenta con circuitos aún no explotados en su totalidad por esta modalidad de turismo.

#### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 10.000, de acuerdo a la propuesta prevista.

## CICLISMO

#### OBJETIVO

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

#### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla el ofrecimiento del servicio de cicloturismo, que promueva la generación de circuitos de calidad, el ofrecimiento de seguridad, comodidad, atención personalizada para los usuarios

del servicio y respeto por los recursos naturales y arqueológicos.

#### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

A lo largo de todo su territorio, la Provincia de Salta cuenta con circuitos aún no explotados en su totalidad por esta modalidad de turismo.

#### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 7.500, de acuerdo a la propuesta prevista.

## SENDERISMO, TREKKING & MONTAÑISMO

#### OBJETIVO

Ampliar la oferta de actividades recreativas. Difundir los paisajes y el patrimonio natural de la localidad. Servir como complemento de los sectores gastronómico y hotelero.

#### DESCRIPCIÓN

El proyecto contempla el ofrecimiento de los servicios de senderismo, trekking y montañismo, que promueva la generación de circuitos de calidad, el ofrecimiento de seguridad, comodidad, atención personalizada para los usuarios del servicio y respeto por la cultura local, los recursos naturales y arqueológicos. Siendo posible incorporar como

servicios complementarios a dichas actividades los servicios de glampings y lodge para las paradas, servicios de porteadores y demás servicios que tiendan a mejorar la experiencia de los usuarios.

#### CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

A lo largo de todo su territorio, la Provincia de Salta cuenta con circuitos aún no explotados en su totalidad por esta modalidad de turismo.

#### OBSERVACIONES

- **Inversión estimada:** desde USD 5.000, de acuerdo a la modalidad elegida.

# SERVICIOS CONEXOS



## SERVICIOS CONEXOS

### OBJETIVOS

Dotar al mercado de las diferentes localidades de la Provincia de Salta de los servicios complementarios necesarios, para fortalecer al “Sector Turístico”, y satisfacer la amplitud de necesidades de los diferentes actores involucrados.

### DESCRIPCIÓN

Se denomina servicios conexos a todos aquellos servicios que son necesarios para garantizar la “Calidad, Confiabilidad, Sostenibilidad y Seguridad” de un destino turístico. Entre estos, se puede incluir a los servicios de: cabinas telefónicas, bancos, comercios y supermercados, servicios de emergencia, farmacias, cobertura a telefonía móvil e internet, servicios de transporte, museos, centros de interpretación, teatros, cines y galerías entre otros.

Una de las características de los servicios conexos, es que el público objetivo (sobre el cual se direcciona su oferta) no está compuesto exclusivamente por los turistas. El servicio ofertado, tiende a cubrir una carencia detectada en una determinada comunidad, facilitar el modo de vida, brindar una respuesta a los nuevos paradigmas de consumo y complementar la oferta de productos o servicios que componen al mercado, para mejorar el funcionamiento del mismo.

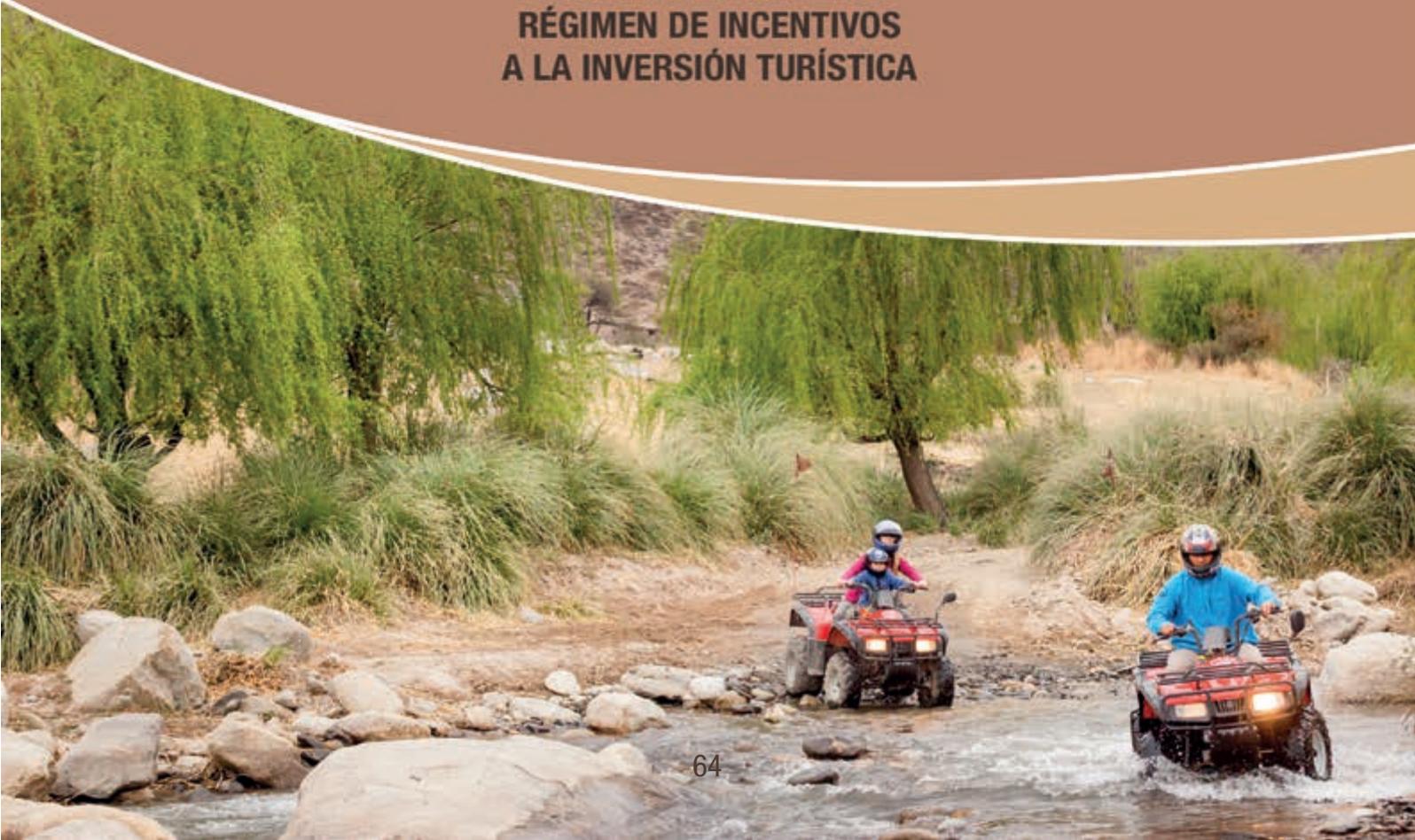
Las posibilidades de incursionar en este sector, son tantas como las necesidades de las personas que forman parte de la comunidad.





## **ANEXO II**

**RÉGIMEN DE INCENTIVOS  
A LA INVERSIÓN TURÍSTICA**



## Ley de Promoción y Estabilidad Fiscal para la Generación de Empleo

La ley, que beneficia al sector turístico junto a otros sectores estratégicos, estipula beneficios financieros y estabilidad fiscal para las empresas radicadas en Salta: exención de algunos de los tributos provinciales; certificados de crédito fiscal por un monto de hasta el 40% de las inversiones a realizar y el apoyo de la Provincia para la obtención de créditos ante entidades bancarias y financieras, públicas o privadas, entre otras. Además brinda seguridad jurídica a los emprendimientos con estabilidad fiscal a 10 años y se faculta al Poder Ejecutivo a otorgar subsidios de tasas de hasta 5% a los créditos productivos que se oferten en la Provincia.

Prevee además la unificación del Registro Público de Comercio con la Inspección General de Personas Jurídicas: así y para dar más celeridad, se facilita la inscripción de sociedades y se incorpora la figura de la sociedad por acciones simplificada, novedosa herramienta para la constitución de patrimonios comerciales. Empresarios y trabajadores deben ir a mediación antes de recurrir a la Justicia. También fomenta al comercio y compra local: se crea el programa Prefiera Producto Salteño para incentivar la producción y comercialización de productos elaborados en Salta. Para ello se pondrá en marcha subsidios de comisiones de tarjetas de crédito; apoyo a misiones comerciales; eximición como agentes de retención de impuestos provinciales, entre otras medidas.

### Exención Impositiva:

- Exención de algunos de los tributos provinciales existentes o que se creasen, con exclusión de las Tasas Retributivas de Servicios.

### Otros Beneficios:

- Ceder en comodato, por períodos de hasta veinte (20) años, o locar a precio de fomento, bienes de dominio del Estado Provincial.  
- Asistencia técnica, administrativa y económica-financiera a través de los organismos competentes.  
- Apoyo de las gestiones tendientes a la obtención de créditos.  
- Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas radicadas en la Provincia de Salta gozarán de estabilidad fiscal, no pudiendo ver incrementada su carga tributaria

en el ámbito provincial, en los términos de la Ley Nacional 27.264, extendiendo dichos beneficios desde el 1 de enero de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2027.  
- Otorgamiento de "Certificados de Crédito Fiscal".

### RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, CULTURAL, DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL Y ARTES ESCÉNICAS.

(DECRETO 8086/2018)

#### Objetivos:

- a) Promover el desarrollo del turismo y la cultura provincial, a través de inversiones que potencien y/o aceleren la concreción de las metas definidas en los planes estratégicos del sector.
- b) Impulsar un desarrollo turístico y cultural equilibrado en toda la Provincia en miras a que los beneficios de la actividad turística y cultural sean capitalizados por todos los habitantes.
- c) Estimular la actividad privada para el desarrollo, la innovación, modernización y diversificación de la oferta, la infraestructura y los servicios turísticos como así también los culturales.
- d) Propender a la interconexión de los circuitos provinciales, regionales y nacionales.
- e) Consolidar circuitos que fortalezcan el turismo interno, las actividades culturales y los derivados de ella.
- f) Estimular estudios, investigaciones, planes, programas de sustentabilidad e innovación turística, centros educativos vinculados al sector turístico, innovaciones tecnológicas y toda otra actividad que contribuya al desarrollo del turismo.
- g) Establecer dentro del territorio de la Provincia zonas, actividades y servicios prioritarios para la promoción turística.
- h) Promover toda actividad que, en general, contribuya al desarrollo del turismo y asegure la generación de nuevas fuentes de trabajo.
- i) Promover el desarrollo de la industria audiovisual y las artes escénicas en el ámbito de la Provincia.
- j) Promover el turismo de reuniones, mediante el fomento de servicios vinculados a ferias, congresos y convenciones.
- k) Promover la creación de espacios para la cultura y el desarrollo de actividades culturales en todo el ámbito de la Provincia.
- l) Generar nuevos puestos de trabajo registrados y de calidad.

# LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO NACIONALES



## Línea 700 – Carlos Pellegrini

Crédito a bajo costo para MIPyMES. Con tasas subsidiadas por la Secretaría de Turismo de la Nación. Para instalaciones, Refuncionalización de establecimientos, eficiencia energética y energías renovables (y otros).

También inmuebles para alojamiento turístico.

[www.bna.com.ar/Home/CreditoCarlosPellegrini](http://www.bna.com.ar/Home/CreditoCarlosPellegrini)

## Nación Emprende:

Es un conjunto de acciones y herramientas destinadas a las MICROEMPRESAS y EMPRENDEDORES con el objeto de financiar a todos los sectores de la economía, promoviendo el desarrollo local, la creación de empleo, la formalización de actividades y la inclusión financiera en todo el país. Con tasas subsidiadas por la Secretaría de Turismo de la Nación.

[www.bna.com.ar/Empresas/NacionEmprende/Financiamientos](http://www.bna.com.ar/Empresas/NacionEmprende/Financiamientos)



El Consejo Federal de Inversiones ofrece financiar proyectos nuevos o existentes que fortalezcan el desarrollo de las actividades productivas regionales en los rubros: Industriales, Agropecuarias, Minería, Turismo y Servicios a la producción. Con tasas subsidiadas por la Secretaría de Turismo de la Nación.

[www.creditos.cfi.org.ar/1/22/Creditos](http://www.creditos.cfi.org.ar/1/22/Creditos)



Financia proyectos de inversión y la adquisición de bienes de capital muebles, registrables o no, en el marco de una decisión de inversión, destinados a las distintas actividades económicas.

Sector: Industria, Minería, Agropecuario, Comercio, Servicios y Construcción.

Comprende también el financiamiento de proyectos de reconversión y modernización productiva de los distintos sectores económicos que mejoren la competitividad en los mercados doméstico y externo.

[www.bice.com.ar/es](http://www.bice.com.ar/es)



**Fondo Semilla:** Financia a cualquier persona que quiera obtener financiamiento y capacitación para comenzar su negocio afines a la actividad productiva en los rubros: maquinaria, equipos, mobiliario, mejora o refacción de lugar de trabajo, gastos de certificaciones, patentes, marcas, materia prima, mano de obra y servicios de profesionales.

[www.produccion.gob.ar/programas/fondo-semilla](http://www.produccion.gob.ar/programas/fondo-semilla)

## LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO PROVINCIALES

# EMPRENDE TURISMO

Se trata de un fondo de Aportes no Reembolsables (ANR) para otorgar donaciones a emprendedores turísticos. El mismo busca incentivar y apoyar el surgimiento o el fortalecimiento de pequeños emprendimientos turísticos locales relacionados a la prestación de servicios turísticos y a los nuevos productos en desarrollo.

[www.turismosalta.gov.ar/contenido/2090/programa-emprende-turismo](http://www.turismosalta.gov.ar/contenido/2090/programa-emprende-turismo)



Incuba-Salta Turismo es un centro de fortalecimiento a emprendedores turísticos que tiene como finalidad: el desarrollo del negocio brindando asistencia técnica profesional a los nuevos emprendedores y/o empresarios que requieren de acompañamiento y asesoramiento para la mejora de su servicio turístico por medio de la elaboración e implementación de un Plan de Negocios.

[www.turismosalta.gov.ar/contenido/102/inversiones-turisticas-salta](http://www.turismosalta.gov.ar/contenido/102/inversiones-turisticas-salta)

Son Aportes no Reembolsables (ANR) destinados a financiar proyectos que visibilicen iniciativas de índole cultural y turística en toda la Provincia de Salta las cuales procuren un impacto social en su entorno. Se pueden presentar proyectos en las siguientes líneas: Turismo, Audiovisual, Patrimonio Cultural, Regularización de Bibliotecas, Artes Visuales, Manifestaciones Artesanales, Industrias Culturales e Integración Regional.

[www.fondociudadano.gob.ar](http://www.fondociudadano.gob.ar)



## MARCO REGULATORIO

### Reglamentación Nacional:

- Ley 25.997 Nacional de Turismo Argentino.

### Reglamentación Provincial:

- Ley 7.045 Provincial de Turismo.
- Decreto Provincial N° 2.461/00 reglamentario de la ley de Turismo 7.045.
- Reglamentación Turismo Activo/Aventura.
- Reglamentación para habilitación de empresas de Alquiler de Autos.
- Registro Provincial de Guías de Turismo.
- Reglamentación de Alojamientos.
- Reglamentación de Turismo Rural Comunitario.
- Registro Enoturismo.

Para descargar leyes y normativas:





DESCARGA LA GUÍA COMPLETA  
DE OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN  
EN EL SECTOR TURÍSTICO



**MINISTERIO DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTES DE SALTA**  
SECRETARÍA DE TURISMO - SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD

Buenos Aires 93  
(A4400FDA) Salta Capital - Argentina

Tel: +54 0387 4310950 / 640  
competitividad@turismosalta.gov.ar

[www.turismosalta.gov.ar](http://www.turismosalta.gov.ar)

 Visit Salta

 Saltaturismo

 VisitSalta