

SIEMPRE TE
ESTAMOS
ESPERANDO



Resultados de
un trabajo de todos.

Salta
ARGENTINA
Tan linda que enamora.



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

Salta
ARGENTINA
Tan linda que enamora.

Resultados de un trabajo de todos.

12/2007 - 12/2019

Salta
ARGENTINA
Tan linda que enamora.





INTRODUCCIÓN

I - ENTORNO POLÍTICO Y ESTRATÉGICO

Salta... tan linda que enamora

Una mirada estratégica sobre el territorio

Una mirada estratégica sobre la actividad

Visión, misión y valores

Un liderazgo participativo y de puertas abiertas

Una gestión proactiva

Instrumentos para la gestión

Turismo, Objetivos de Desarrollo Sostenible y responsabilidad social

II - MIRADA DE CONJUNTO

El turismo como sistema abierto y complejo

La trascendencia del conocimiento

Conectividad aérea

Legislación

Compromisos y contribuciones del sector privado

III - LA POLÍTICA EN ACCIÓN

Turismo y cultura: un maridaje natural

Gestión integral del desarrollo territorial

La accesibilidad en todos sus modos

Un portafolio de productos variado y dinámico

El arte de promocionar

La mirada del otro

IV - MIRANDO AL FUTURO

Desafíos en carpeta

Tendencias y prospectiva

INTRODUCCIÓN

Salta es una provincia en la cual la actividad turística es joven. Hitos significativos, como la institucionalización a través de la creación de la primera área de turismo en el gobierno provincial, la primera ley de promoción turística o la inauguración del teleférico al cerro San Bernardo (uno de los grandes íconos turísticos) tienen menos de 90 años.

Entre aquellas primeras acciones y el presente han quedado zanjados los debates sobre si la Provincia podía ser un destino turístico y, sobre todo, por qué quería serlo. Con la ley 7045 del año 1999 podría afirmarse que se termina el debate. Salta quiere ser una provincia en la cual el turismo tenga un rol importante en su matriz económica y muestra, ya no sólo con un texto legal de fomento sino con inversiones concretas, que está en camino de serlo.

De allí en más la dinámica fue acelerada. Desde la Secretaría de Turismo se elabora el Plan Maestro que, con sus contenidos estratégicos y operativos, permite tramitar y lograr un primer crédito BID, el cual se aplicó a grandes obras de infraestructuras turísticas y de apoyo a la actividad.

El sistema de diálogo entre el sector público y privado avanza y se afianza, lo que facilita encontrar respuestas locales al por qué ser un espacio turístico y, especialmente, a establecer caminos sobre cómo ir lográndolo.

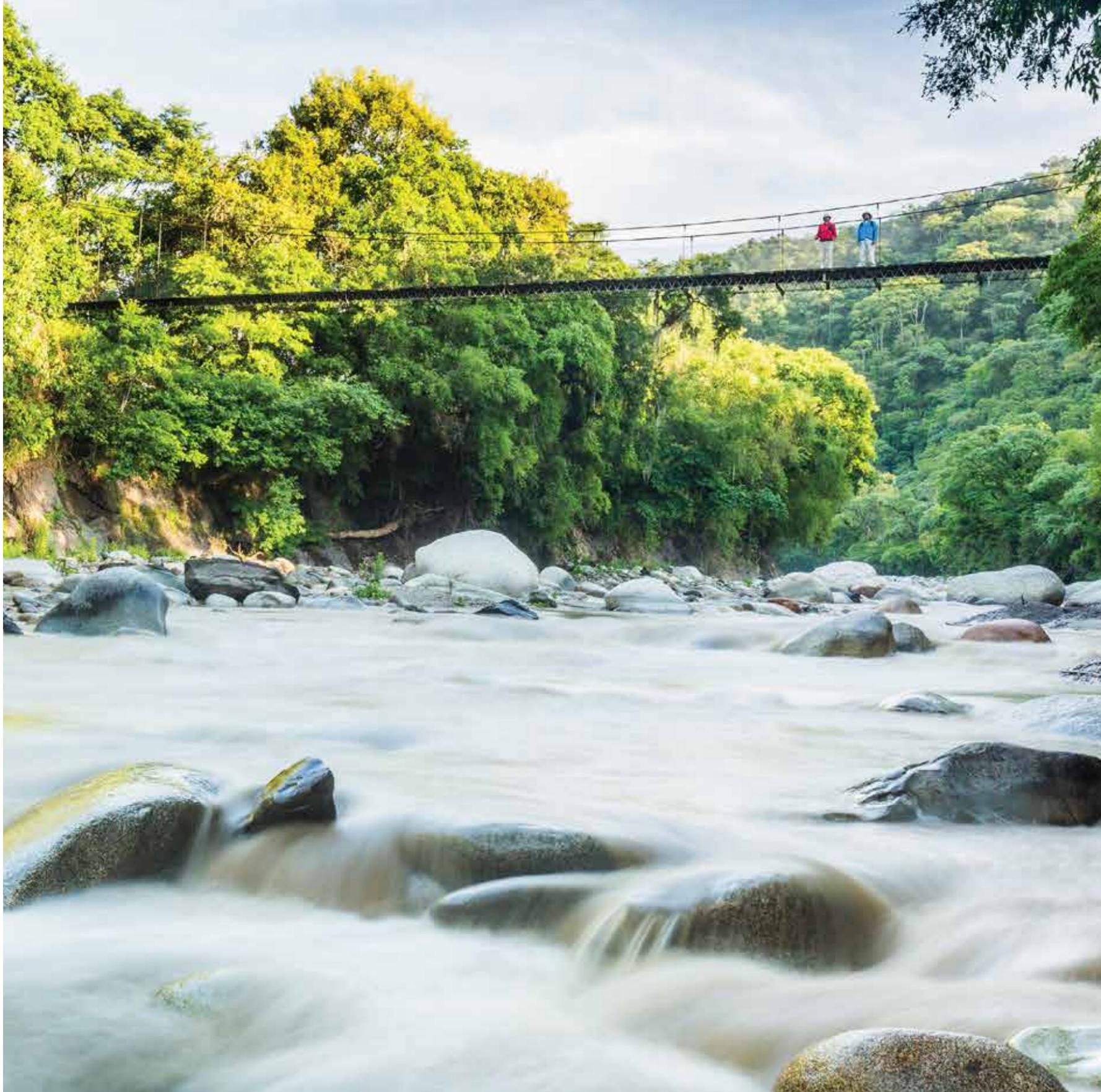
El trabajo en equipo se consolida. Se concreta el 1º Cabildo de Intendentes (2008), el cual representó un cambio profundo en la lógica de cómo desarrollar la actividad. Lo hizo desde una nueva pregunta: ¿para quiénes se desea que estén destinadas las gestiones turísticas, especialmente las del ámbito público? Se elabora el Plan Estratégico de Turismo de Salta (conocido como Salta SI +) donde tanto en su concepción como en todas las acciones que jalonan el devenir turístico de los últimos 12 años, se reflejó la muy clara modificación metodológica y de modelo referencial del desarrollo de la actividad establecida en ese Cabildo.

A partir de disponer de este Plan, la Provincia firma el segundo préstamo directo con el Banco Interamericano de Desarrollo, a través del cual se obtiene financiación para los programas y proyectos de dicho plan.

El presente documento contiene los tópicos y miradas más relevantes que han llevado a que la provincia de Salta sea hoy una referencia turística nacional y regional, tanto por su liderazgo en términos de crecimiento de todos los indicadores vinculados con la actividad, como especialmente por haberlo logrado desde una política de equilibrio territorial, inclusión, respeto, creación de instrumentos de apoyo para todos los niveles socio-culturales-económicos que se dan cita en su vasta geografía; a partir de un liderazgo participativo y una gestión de puertas abiertas. También un análisis de los datos que verifican el posicionamiento logrado en la actualidad y un apartado especial con aquellos temas a considerar para avanzar hacia un futuro de pleno desarrollo.

Cada iniciativa que facilitó los logros fue pensada desde el por qué concretarla, cómo hacerlo, y las respuestas tenían que darse considerando, en el centro de la escena, a quienes debían ser los destinatario principales de sus beneficios.





I - ENTORNO POLÍTICO Y ESTRATÉGICO

SALTA... TAN LINDA QUE ENAMORA



Salta es tierra bendecida desde los tiempos sin horas,
más un legado español que al visitante enamoran.

Salta es misterio y Pachamama. Tierra fértil, vida y cobijo. Cautivante e inabarcable. Enigmática, y cuando parece que se la conoce y alcanza, se esconde tras un velo que invita.

SALTA..., TAN LINDA QUE ENAMORA.

Una realidad que está por sobre el eslogan de campaña que se transformó en una definición del territorio y sus gentes, sus celebraciones y tradiciones, y que se refleja en las retinas y fotos de los viajeros tanto como en el alma de los salteños.

El turismo ha sido, y es, la oportunidad para revitalizar internamente esos sentimientos de arraigo a la tierra y compartirlos, al mismo tiempo que se fue transformando en una de las actividades sociales, culturales y económicas más importante.

El gobierno provincial, en paralelo con el sector privado y la comunidad, han sido, y son, dinamizadores activos de las potencialidades, posibilitando un desarrollo humano y territorial integral, integrado e integrador.

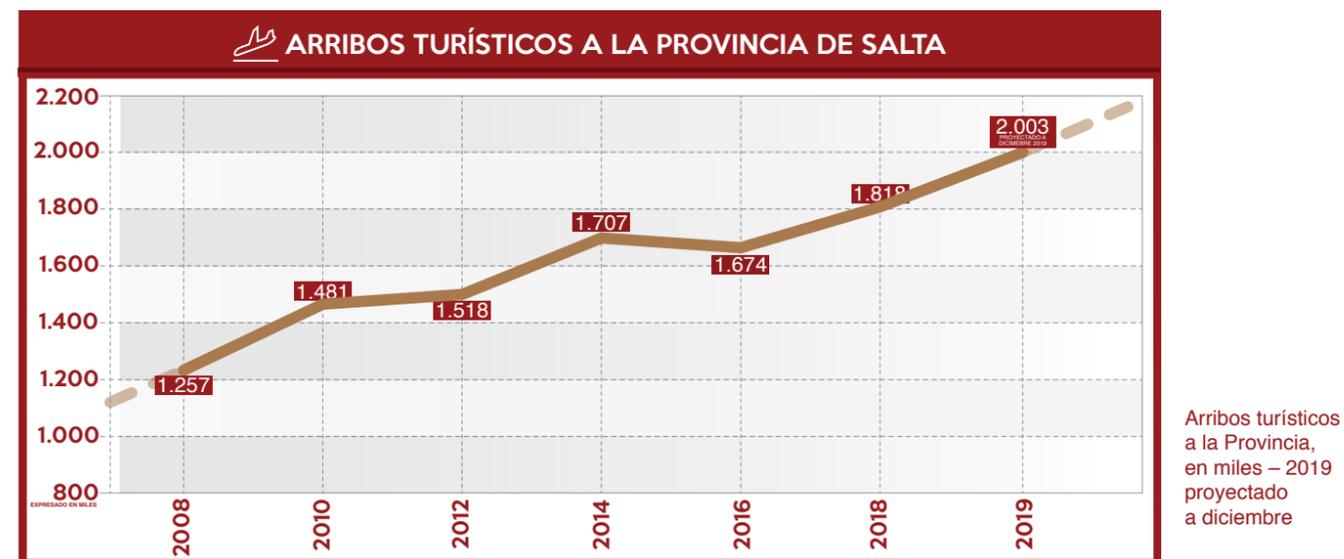
Este accionar provincial permite desarrollar el turismo a través de modelos de sustentabilidad, liderando la actividad en la Región Norte y siendo referencia ineludible en el país.

Lo hace de manera integrada y conectada con el mundo merced a políticas deliberadas que se vuelven realidades palpables, agregando valor local a los recursos naturales y culturales, a la par que defendiendo las raíces e identidades.

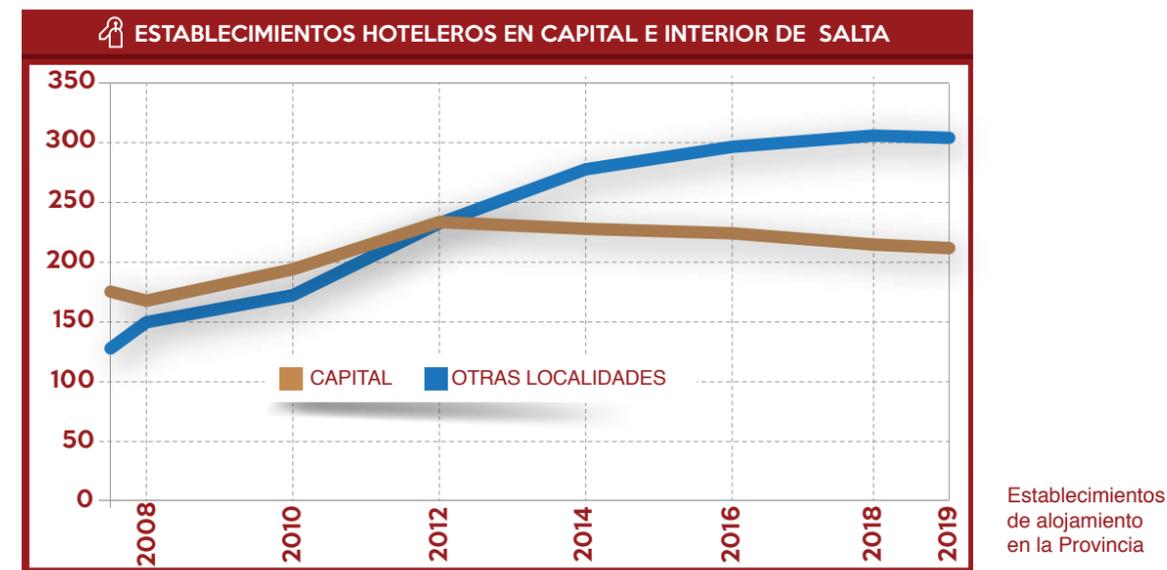


Algunos números ayudan a comprender cómo este accionar se vuelve pernoctes, ingresos y trabajo¹.

Salta pasó de 338.000 arribos turísticos del año 1996 a 1.817.968 en el 2018, con un proyectado de 2.000.000 para el año 2019.



De 121 establecimientos de alojamiento turístico que había registrados en el año 1998 pasó a 526 a octubre del 2019, con una dispersión territorial que muestra un equilibrio espacial entre todos los municipios, especialmente a partir del año 2012.



¹- Salvo indicación especial, todos los datos estadísticos y gráficos surgen de las diferentes áreas del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la Provincia. Respecto a los links y códigos QR, los mismos han sido verificados al mes de octubre de 2019.

Asimismo, Salta ha logrado posicionarse como el 2º destino nacional con mejor recordación publicitaria. Así lo refleja el trabajo encomendado por el Ministerio de Cultura y Turismo:



Respecto a los avances en la conectividad aérea, el siguiente cuadro muestra lo logrado a la fecha.



#10 YEARS CHALLENGE

En cuanto al impacto del turismo en el empleo, los análisis realizados desde la Dirección General de Estadísticas de la Provincia de Salta muestran que, a julio de 2019, la actividad genera más de 50.000 empleos en las diferentes ramas, directas e indirectas, relacionadas con el turismo. En lo atinente al impacto económico, los datos del período 2013-2019 (proyectado a diciembre) indican que el ingreso total por turismo, para Salta habrá sido de más de 1.500 millones de dólares.

LA FÓRMULA DETRÁS DE ESTOS NÚMEROS SE LLAMA **GESTIÓN.**

Una gestión preocupada por lo que estos resultados significan en el bienestar de las personas. Una gestión que prioriza el cómo y el para quiénes mucho más que las estadísticas.

En síntesis, una gestión que trabaja para el desarrollo refuerce y visibilice las capacidades y potencialidades de las personas y recursos de todo el territorio salteño, por sobre datos de inversiones, arribos o pernoctes, y que hace que el turismo genere sonrisas.

Salta se vive desde los sentidos, tanto para los turistas como para los habitantes.

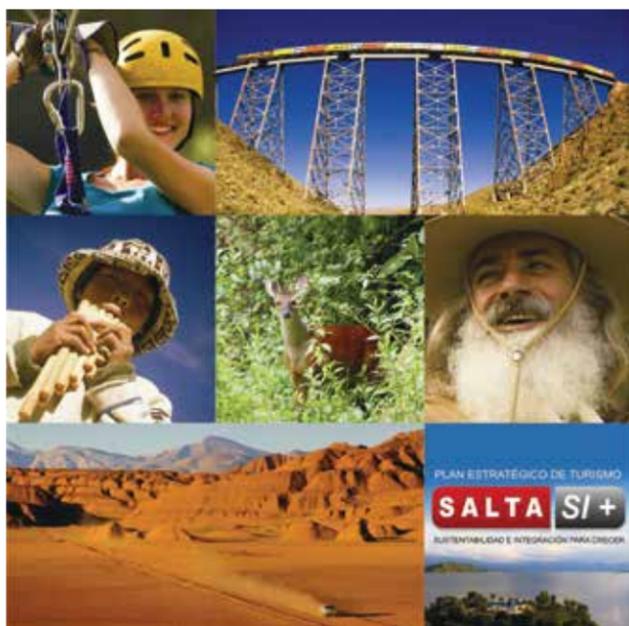
SE TRATA DE UNA GESTIÓN QUE, DE MANERA CONSCIENTE Y DELIBERADA, PROMUEVE LOS TALENTOS, CON FUERTES APOYOS A LAS PERSONAS, DE MANERA QUE LAS CAPACIDADES SURJAN PARA UN APROVECHAMIENTO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS Y UNA VIDA MÁS PLENA.



La dinámica y flexibilidad con la cual se avanzó en la implementación de los proyectos del Plan mostraron la conveniencia de plantear la creación de dos nuevas unidades territoriales de gestión.

Una, basada en la determinación de promover el desarrollo desde lo local, encontrando en Cabildos de Intendentes y programas con los municipios, los sustentos políticos y operativos para que se vaya concretando.

Otra, la cual está dando sus primeros pasos, referida a la creación y consolidación de microrregiones espacialmente definidas por tres características: algún recurso patrimonial dominante que se comparte entre distintos municipios; características sociales e identitarias que hacen que los pobladores se sientan comprendidos en ese espacio mayor; y la capacidad de cada municipio de aportar a la diversidad de propuestas y/o asumir diferentes roles que benefician al conjunto.



El documento referido a la identificación de municipios priorizados y microrregiones refleja este avance estratégico que muestra una gestión flexible y que se va adaptando a los progresos en el desarrollo territorial.

UNA MIRADA ESTRATÉGICA SOBRE LA ACTIVIDAD

Desde la creación de la primera área formal de turismo a nivel provincial hasta el presente, y con las diferentes denominaciones y niveles jerárquicos que tuvo dentro de los gobiernos provinciales, el organismo viene ejerciendo un liderazgo político, social, económico y cultural.

Lo ha hecho a sabiendas que uno de los factores de éxito del posicionamiento turístico logrado, reconocido por dirigentes actuales y anteriores de distintas organizaciones privadas vinculadas a la actividad, se encuentra en la capacidad de generar y sostener instancias de diálogo participativo y respetuoso entre los sectores públicos y privados.

Ello redundó en promover esa misma capacidad de diálogo respetuoso entre instituciones del quehacer empresarial, educativo, sindical y también dentro de los diferentes estamentos del organismo público de turismo provincial, como uno de los pilares estratégicos para el desarrollo turístico.

Paralelamente, esta vocación de apertura y diálogo se expresó a través de los distintos programas de fortalecimiento de la gestión municipal, de manera que las características e identidades locales también encontrasen ámbitos formales para expresar sus pareceres, promover sus intereses y defender sus valores.

Así como la mirada estratégica sobre el espacio permitió alcanzar el rol de nodo referencial en el norte argentino, la mirada y gestión estratégica respecto a la actividad turística viene logrando que la misma se vuelva factor de desarrollo humano y territorial basado en valores de respeto, complementación y diversificación.



VISIÓN, MISIÓN Y VALORES

A partir de los diálogos constructivos y multisectoriales, Salta llegó a acordar una mirada hacia el futuro deseable en términos turísticos, la que expresa a través de la siguiente frase, inserta en el Plan Salta SI +, con la mirada puesta en el año 2020:

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

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

Posteriormente el Organismo Provincial de Turismo estableció la política de calidad de la misma, la cual es periódicamente revisada.

Dicha política contiene 4 secciones: una genérica, la visión (tomada del Plan SALTA SI +), la misión del organismo provincial de turismo, y la última, referida a los valores a considerar y respetar sobre los cuales se basa la gestión del Ministerio.

POLÍTICA DE CALIDAD

Para llevar adelante las políticas y estrategias turísticas de la Provincia de Salta, la Secretaría de Turismo de la Provincia de Salta se compromete a:

- 1. Fomentar a la cultura, el turismo y al deporte como actividades que generan desarrollo y ayuda a la protección y difusión de los recursos provinciales.**
- 2. Impulsar el crecimiento ordenado y sustentable de las actividades culturales, turísticas y deportivas mediante la acción conjunta del estado provincial, municipios, el estado nacional y las entidades del sector privado en el orden provincial.**
- 3. Promover la presencia activa del destino Salta en el mercado turístico.**
- 4. Promover la promoción de cada una de las disciplinas deportivas.**
- 5. Promover el acceso a las diversas manifestaciones de la cultura popular, facilitando su difusión.**
- 6. Fomentar las acciones de mejora continua de los servicios culturales, turísticos y deportivos con el fin de contribuir con la satisfacción de las expectativas de la comunidad y de los visitantes.**
- 7. Planificar, ejecutar y controlar los procesos del sistema de gestión de la calidad a fin de mejorar continuamente su eficacia y cumplir los requisitos.**

VISIÓN

Ser un destino turístico próximo, líder en la Argentina y en la región y uno de los principales destinos ecoturísticos a nivel mundial. Un destino sustentable, equilibrado e innovador en su desarrollo y en su marketing turístico.

MISIÓN

Llevar adelante las políticas y estrategias turísticas de la Provincia de Salta, coordinando su accionar con el sector público y privado.

Valor	Evidencia
Vocación de servicio	Compromiso de las autoridades y el personal en el logro de objetivos con foco en el usuario.
Trabajo en equipo	Integración en las reuniones, comisiones de trabajo y desarrollo y articulación de los actores vinculados a los procesos de la Secretaría. Participación del personal en planes de mejora.
Cultura de la calidad	Compromiso con el cumplimiento y la superación de las expectativas de los usuarios internos y externos. Selección e implementación de estándares de excelencia.
Liderazgo de puertas abiertas	Atención a las demandas, recepción y respuesta de reclamos y sugerencias internas y externas, reuniones participativas para la evaluación y toma de decisiones.
Flexibilidad	Capacidad de anteponernos rápidamente a las circunstancias, los cambios y a las personas, ratificando los objetivos y metas de la Secretaría. Capacidad de adaptación durante una situación específica.
Ética	Honestidad en la ejecución de las tareas y prácticas responsables.

Fuente: Política de Calidad de la Secretaría de Turismo

UN LIDERAZGO PARTICIPATIVO Y DE PUERTAS ABIERTAS

Los valores que conforman la política de calidad del Ministerio implican una forma de concebir y desarrollar la gestión. En la práctica ello implica un hecho resaltado de manera muy particular por los dirigentes de las diferentes instituciones privadas que aglutinan al empresariado turístico, y que se expresa a través de un liderazgo participativo y de puertas abiertas.

Esta estrategia se refleja en el accionar de un verificable trabajo en equipo, el cual facilita la continuidad de los programas, proyectos y actividades aún con cambios de personas, funcionarios e incluso de gobernantes.

Si algo resalta es que existe un norte común, acompañado de un mismo discurso, o como se suele decir, “todos usan el poncho de la misma manera”. En consonancia con ello, el accionar cotidiano implica la creación de organismos y un sistema de trabajo mancomunado. Algunos de estos modos de gestión se verifican a través de los siguientes hechos:

- **La creación del Consejo Asesor de Turismo (Ley 7045/99 de Turismo, art. 7, inc. b).**
- **El Inprotur, organismo creado en el año 2009, modifica su conducción en el año 2018 e incorpora un Directorio del que participan dirigentes de diferentes instituciones privadas, miembros del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes y representantes de los municipios. Su función es llevar adelante el plan estratégico y operativo anual de promoción internacional, nacional y regional. Al mismo tiempo ejecuta la estrategia de imagen de la marca “Salta Argentina”, el marketing para los mercados internacionales y realiza investigaciones en los mercados emisores internacionales, así como sobre sus tendencias.**
- **La planificación se vuelve descentralizada y las opiniones de las autoridades municipales, emprendedores de toda la Provincia y empresarios del sector privado encuentran reales canales de opinión.**
- **Representantes de las principales entidades empresariales salteñas participan en las mesas de las instituciones nacionales relacionadas con la actividad, en particular en la CAT, FAEVyT, FEDECATUR y en el Equipo País.**
- **La necesaria conformación de comités locales en los municipios que participan del Programa Lugares Mágicos.**
- **La legislación se moderniza escuchando a referentes de distintos sectores, y así se logran la ley de guías, la reglamentación de alquileres turísticos temporarios, la de hoteles boutiques, turismo rural comunitario o la modernización del sistema de registros de prestadores de turismo activo.**

- **Las líneas de crédito e incentivo se adecuan a los requerimientos del sector. Tal el caso de la línea destinada a la adquisición de bienes de uso e innovación tecnológica gastronómica, que se instrumenta a través de la Cámara Hotelera, Gastronómica y Afines de la Provincia de Salta.**

- **Los programas de apoyo a emprendedores turísticos que prevén donaciones, aportes no reembolsables y/o asistencia técnica a proyectos turísticos de interés.**

- **La Dirección de Registro y Control de Servicios turísticos trabaja articuladamente con distintos organismos. Este hecho, que no ocurre en ninguna de las otras provincias de la Región Norte, se verifica en particular en los Tribunales Arbitrales (articulación Nación, Provincia y Municipio) y en la Mediación (articulación Ministerio de Gobierno, Justicia y Derechos Humanos y Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes). Ambas iniciativas buscan darle una respuesta rápida al turista, solucionando o intentando solucionar cualquier inconveniente que pudiera tener en la Provincia.**

TRIBUNALES ARBITRALES DE CONSUMO TURÍSTICO

A través de un convenio de adhesión de la Provincia de Salta al Convenio Marco de Cooperación y Asistencia técnica entre el Ministerio de Turismo de la Nación, la Subsecretaría de Defensa del Consumidor de la Nación, el Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, y la Secretaría de Defensa del Consumidor de la Municipalidad de Salta, se firma el Protocolo de Procedimiento y Funcionamiento para el Arbitraje de Consumo Turístico para la Provincia de Salta, en el año 2010.

En el año 2018 el Gobierno de la Provincia de Salta modernizó y unificó su sistema de promoción de inversiones privadas a través de la sanción y reglamentación de la Ley 8086 de Promoción y Estabilidad Fiscal para la Generación de Empleo, donde entre los sectores priorizados está el turismo.

CENTRO DE MEDIACIÓN TURÍSTICA COMUNITARIO Y GRATUITO

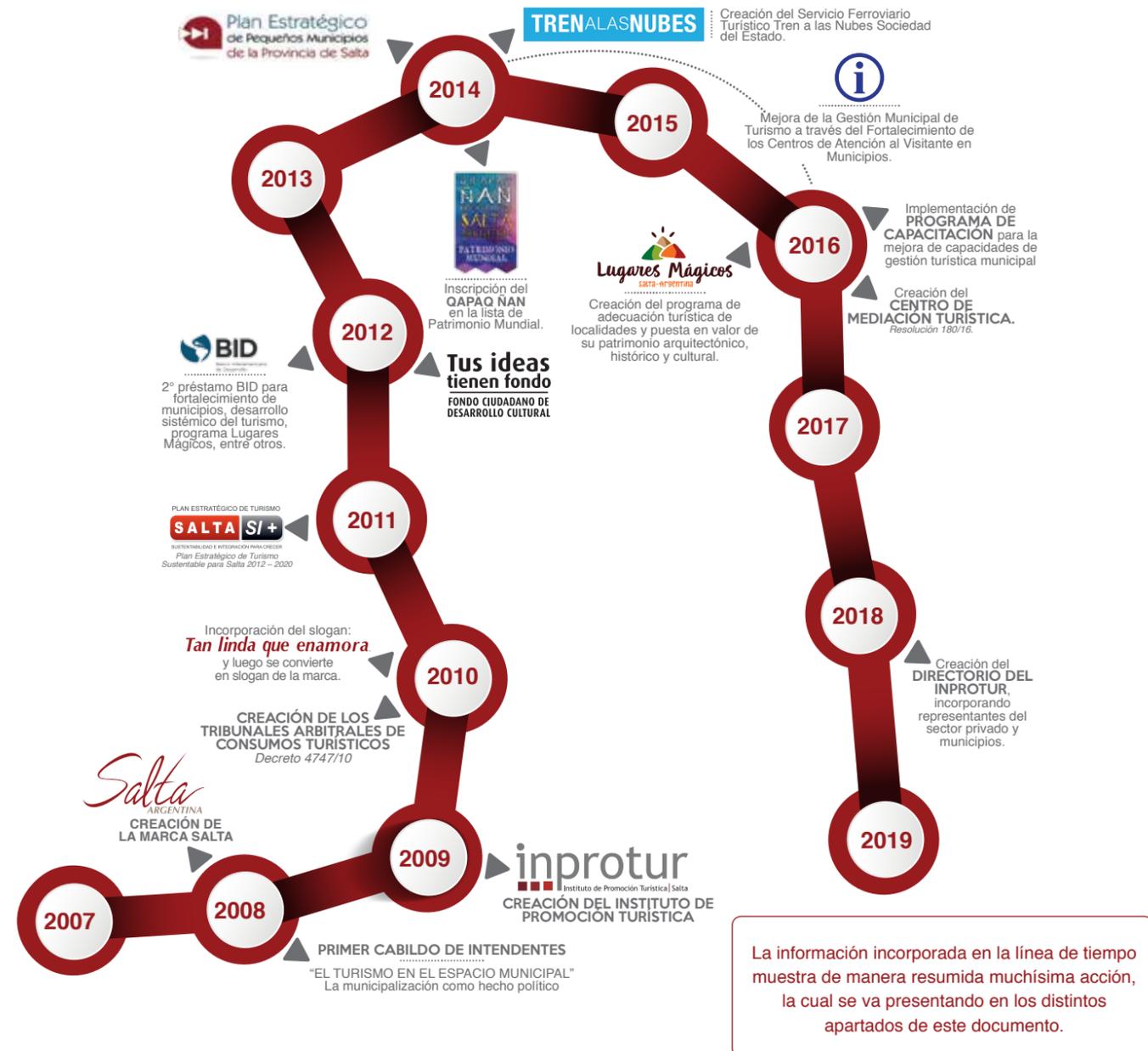
A través de un convenio de colaboración con la Secretaría de Métodos Alternativos de Resolución de Conflictos, dependiente del Ministerio de Gobierno, Justicia y Derechos Humanos de la Provincia de Salta, se crea (año 2016) el Centro de Mediación Turístico, Comunitario y Gratuito de la Secretaría de Turismo del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes. Éste ha sido el primer centro de mediación turístico de la República Argentina. Los mediadores, formados y capacitados, pertenecen a la planta del organismo.



UNA GESTIÓN PROACTIVA

La sumatoria de los pensamientos estratégicos referidos al territorio, la actividad, los valores y la calidad se sustenta en gestiones proactivas que permiten comprender el porqué del liderazgo que la Provincia sostiene en materia turística.

Un liderazgo enfocado en los procesos, con asignación de recursos cognitivos y económicos en pos de un desarrollo permanente, cualquiera sea el grupo humano de interés del cual provengan las iniciativas.



INSTRUMENTOS PARA LA GESTIÓN

Algo que distingue la gestión del turismo salteño es la capacidad que vienen demostrando, desde los sectores público y privado, de generar documentos y otros instrumentos técnicos. Los mismos están destinados a clarificar procesos y a constituirse en contenedores de la historia, volviéndose parte de la ética de la gobernanza del destino turístico.

Los documentos aportan a la continuidad, permitiendo a quienes se van incorporando, conocer los fundamentos sobre los cuales se construyeron los instrumentos de gestión. Aportan a la posibilidad de medir resultados, a la vez que coadyuvan a facilitar las mejoras innovadoras que la dinámica de la actividad requiere.



Ello confluye en que el liderazgo logrado se sustenta tanto en las políticas de puertas abiertas, diálogos intersectoriales y referidos a la calidad, como también en una ética de las producciones logradas mediante el uso de fondos públicos. Estos documentos son la reserva informativa que vuelve patrimonio de los salteños lo realizado por los funcionarios y empleados públicos.



DOCUMENTOS TÉCNICOS

Para descargar los documentos técnicos publicados, ingresa a nuestro sitio web: turismosalta.gov.ar

TURISMO, OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años. Para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y personas como usted.²

Así se expresa en la página de las Naciones Unidas, y un destino turístico como Salta, que tiene planteada la visión de futuro y defiende los valores antes descriptos, no puede estar ajeno a este llamado.

Todos estos objetivos hacen a la agenda turística salteña desde antes que hayan sido enunciados por la ONU, y pueden descubrirse en cada uno de los planes, programas, proyectos, documentos técnicos y acciones vinculadas con la gestión de las capacidades naturales, patrimoniales y humanas.

En sintonía con ello, la política de responsabilidad social es parte de la cultura de la calidad y de las obligaciones asumidas por el organismo provincial de turismo.

Utilizado generalmente para referir a empresas, también los Estados (nacional, provinciales y municipales) deben asumir su cuota de responsabilidad social, y así lo entiende el Gobierno de Salta y la política activa del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ES UN TÉRMINO QUE REFIERE A LOS COMPROMISOS, OBLIGACIONES Y DEBERES QUE POSEEN LOS INTEGRANTES DE UNA SOCIEDAD, YA SEAN PERSONAS INDIVIDUALES COMO ORGANIZACIONES, CON LAS CONTRIBUCIONES QUE PUEDEN REALIZAR EN POS DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y LA PROTECCIÓN DEL AMBIENTE.



Lo hace promoviendo, apoyando y/o concretando diferentes programas, tales como los que, a modo de ejemplos, se mencionan a continuación:

- Programa “Turismo, comunidad y ambiente”, que lleva a cabo la Dirección de Capacitación, a través del cual, y por medio de diferentes acciones (campañas, prácticas, concursos, juegos, etc.) se busca que los niños, jóvenes y comunidad en general se sensibilicen y adquieran actitudes y aptitudes positivas que contribuyan al respeto por el patrimonio integral. De esta manera, también aportan a la mejora de la hospitalidad, calidad y competitividad de Salta como destino turístico y, en particular, al cuidado ambiental.

EL PROGRAMA COMUNIDAD Y AMBIENTE SE LLEVA ADELANTE DESDE EL AÑO 2002. DESDE EL AÑO 2008 A JULIO DE 2019 SE HAN REALIZADO 502 ACCIONES FORMATIVAS, DE LAS QUE PARTICIPARON MÁS DE 98.000 NIÑOS Y JÓVENES QUE FUERON SENSIBILIZADOS EN 31 DE LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA.

- Programa de Eficiencia Energética. Es una acción conjunta del Ministerio de la Producción, Trabajo y Desarrollo Sustentable de Salta y el Consejo Federal de Inversiones. El Programa prevé relevamientos y diagnósticos del consumo energético en empresas, así como también la elaboración de propuestas de mejora de la eficiencia, costo de implementación y análisis financiero de las inversiones necesarias.

- Aplicación de las directrices de medio ambiente en la ciudad de Salta. En una primera etapa, y a través de acciones concertadas con la Municipalidad de esta ciudad, se está llevando adelante un trabajo para el sector gastronómico, en particular en los polos de las calles Balcarce y Güemes.

- Certificación ISO 14001. Más de 40 empresas del rubro turístico participaron del programa para la certificación ambiental con validez internacional ISO 1400. Se trata de emprendimientos de las yungas, en el norte, el Valle de Lerma, los Valles Calchaquíes y en la ciudad capital. Para ese logro, las empresas recibieron servicios de consultoría para adecuar e implementar procedimientos en temáticas ambientales. 25 de ellas cumplieron con los objetivos propuestos por la certificación provincial Ecosello y, posteriormente, 10 de ellas obtuvieron el certificado internacional.

La acción forma parte del programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia, que es financiado por el BID.

II - MIRADA DE CONJUNTO

EL TURISMO COMO UN SISTEMA
ABIERTO Y COMPLEJO



La referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se inserta en una política y gestión que hace de la mirada sistémica su núcleo de referencia. Para el turismo, que se concreta dentro de un sistema abierto, de múltiples actores, redes verticales, horizontales y transversales, esta forma de gestionar es entendida por el gobierno provincial como imprescindible.

Gracias a ello, el gobierno de Salta planifica y actúa considerando los valores e intereses sociales, tanto del presente como del futuro y las variables macropolíticas y macroeconómicas que dan seguridad y permanencia al contexto; ajusta sus políticas y acciones de carácter más local, a través de las cuales se organiza y especialmente se fomenta el desarrollo de las potencialidades de cada localidad, región y persona; e incluye y acciona sobre los factores locales que pueden generar restricciones particulares (conectividad, logística, educación, etc.).

LOS AVANCES Y EL DESARROLLO LOGRADO POR LA PROVINCIA DE SALTA EN MATERIA TURÍSTICA SÓLO FUERON POSIBLES MERCED A ESTA CONCEPCIÓN INTEGRAL, INTEGRADORA Y DE SISTEMA, CONFORMANDO UN CORPUS DONDE LOS ODS, LA MIRADA ESTRATÉGICA SOBRE LA ACTIVIDAD Y EL TERRITORIO, LA PLANIFICACIÓN, LA ACCIÓN ARTICULADA CON LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIAS Y EDUCATIVAS FACILITARON, ENTRE OTRAS CUESTIONES, SER LA ÚNICA PROVINCIA EN LOGRAR 2 CRÉDITOS DIRECTOS DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO DESTINADOS A OBRAS Y ACCIONES QUE HACEN AL DESARROLLO TURÍSTICO. TODO ELLO ENMARCADO EN UNA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE LA POBREZA.

LA GESTIÓN DEL TURISMO REQUIERE DE ACUERDOS MULTISECTORIALES, Y SI BIEN EN LA PROVINCIA EXISTE UN MINISTERIO AL QUE LE CABE LA RESPONSABILIDAD DE LLEVAR ADELANTE LA POLÍTICA TURÍSTICA SALTEÑA, LO HACE A TRAVÉS DE UNA COMPRESIÓN GLOBAL DEL SISTEMA.



LA TRASCENDENCIA DEL CONOCIMIENTO

La capacidad turística de un destino se mide en parte por sus recursos, en parte por sus formas de comunicación; pero esencialmente por la capacidad humana puesta de manifiesto en cada oferta. En este sentido, Salta viene demostrando que aplica políticas proactivas también en el campo del conocimiento.

Lo hace a través de una política que implica una ética del conocimiento, como parte de un gobierno abierto.

El Plan Integral de Capacitación Turística, resumen operativo de dicha política y que se concreta a través de diferentes programas, incluye acciones de capacitación, formación, sensibilización y divulgación, se asienta en tres aspectos que hacen a la creación de capacidad turística:

- **El desarrollo profesional del capital social vinculado a la actividad.**
- **El conocimiento, la valoración, promoción y preservación del patrimonio turístico.**
- **Una amplia y deliberadamente deseada participación de la comunidad en los beneficios que genera la actividad.**

El logro de buenos resultados se asienta en un sólido y consistente sistema de articulaciones entre diferentes actores de la oferta y la demanda, de manera que la promesa que se realiza a través de la promoción y comunicación refleje aquello que luego los turistas efectivamente encontrarán.

PLAN INTEGRAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA

“Hacia la profesionalización y competitividad del destino Salta”.

Es un plan integral, consensuado y flexible, orientado a la búsqueda de la excelencia, calidad y competitividad del destino. Se ejecuta a través de programas tendientes a la mejora, modernización y optimización de los servicios y de las acciones que hoy cumple el sector en Salta.

Su elaboración se asienta en un monitoreo permanente de las necesidades, tanto del personal del Ministerio como de los diferentes actores del sector privado y académico, para lo cual se realizan, de manera metódica, encuestas, mesas consultivas y una medición constante de los resultados de las acciones de capacitación. También se investiga sobre las tendencias de las propuestas educativas, metodologías y espacios de enseñanza y sobre los entornos laborales en el sector turístico.

En la práctica los programas que se van incorporando al Plan han incluido acciones tales como:

- **Viajes de instrucción para informantes turísticos.**
- **Viajes de instrucción para referentes de turismo municipal.**
- **Programas de becas.**
- **Clínicas de trabajo.**
- **Foros colaborativos.**
- **Propuestas de actualización docente y capacitación para los alumnos del nivel superior.**
- **Diseño de nuevos espacios para el relato de experiencias formativas.**
- **Uso de nuevas tecnologías de formación: e-learning y sistemas de evaluación.**
- **Viajes instructivos para el sector empresarial al extranjero.**
- **Ciclos de conferencias.**
- **Encuentros FuTur Salta.**
- **Puentes en la educación turística.**
- **Mesas colaborativas público-privado.**
- **Mesas público-público.**
- **Convenios de colaboración con el sector educativo.**



LEGISLACIÓN

Una actividad con tantas interrelaciones, interacciones y mutaciones como es el turismo requiere de una legislación cada vez más abarcativa y multifacética, a la vez que tiene que cuidar ser ordenadora antes que cargada de definiciones. Orientar sin cercenar posibilidades.

Salta ha logrado avanzar notablemente a través de un sistema legal a través de un andamiaje que brinda seguridad a los consumidores, protección al patrimonio integral y reglas claras a los emprendedores e inversores. Lo hace también mediante una permanente actualización atendiendo los cambios en el entorno social, de costumbres y de servicios que van apareciendo y/o mutando.

LEGISLACIÓN DE APOYO AL DESARROLLO TURÍSTICO

REFERIDAS A SERVICIOS TURÍSTICOS

- | | | | |
|--|--|--|--|
| Ley
5.155
Adhesión a la ley de alojamientos turísticos
1980 | Decreto
1.764/05
Reglamento del servicio de alquiler de autos sin chofer
2005 | Ley
7.404
Ley provincial de guías de turismo
2006 | Resolución
444/09
Reglamentación de requisitos para prestadores de turismo alternativo
2009 |
| Resolución
177/11
Registro de prestadores relacionados con la Ruta del Vino
2011 | Decreto
4.764/11
Reglamentación de Hoteles Boutique
2011 | Ley
7.673
Actualización de la ley provincial de guías de turismo
2011 | Resolución
195/13
Reglamentación para el turismo rural comunitario en la provincia de Salta
2013 |
| Expediente
16-107764/2015-0
Redacción y suscripción del Código Ético de Mutua Colaboración entre los Actores del Turismo Rural Comunitario, autoridades del Ministerio de Cultura y Turismo y representantes de comunidades campesinas y de pueblos originarios
2014 | Resolución
216/17
Registro único de turismo activo, alternativo o de aventura
2017 | Resolución
1.220/18
Reglamentación de alojamientos turísticos temporarios
2018 | |

REFERIDAS AL TURISMO COMO ACTIVIDAD PRODUCTIVA

- | | | | |
|--|--|---|---|
| Ley
6.064
Ley de promoción turística. Modificada por la ley 7281/06
1983 | Ley
6.891
Fondo Provincial de Inversiones
1996 | Ley
7.045
Ley provincial de turismo Turismo, actividad socioeconómica de interés provincial y prioritaria para el Estado
1997 | Ley
8.086
Ley de promoción y estabilidad fiscal para la generación de empleo
2018 |
|--|--|---|---|

REFERIDAS A LA PROTECCIÓN DE LOS TURISTAS

- | | |
|---|---|
| Decreto
4747/10
Creación de los Tribunales Arbitrales de Consumos Turísticos
2010 | Resolución
180/16
Creación del Centro de Mediación Turística
2016 |
|---|---|



COMPROMISOS Y CONTRIBUCIONES DEL SECTOR PRIVADO

Lograr el posicionamiento y ser un destino turístico referencial para todo el país requiere de una dosis amplia de aportes y acciones, tanto del sector público como desde el sector privado.

Trabajar unidos, disponer de líderes locales, transformar el potencial paisajístico, cultural y humano en circuitos y productos turísticos. Nada de ello sería posible si el empresariado y los emprendedores estuviesen ausentes.

Esta presencia empresarial se ve reflejada tanto en las distintas instancias de propuestas y planificación como de participación directa en organismos de acción conjunta, en los cuales la presencia del sector privado adquiere el carácter de decisoria e incluso, en algunos casos, de gestión.

Al decir de uno de los dirigentes del sector, el buen trabajo coordinado entre los sectores público y privado ha obligado a éstos a profesionalizarse y a innovar, creando productos con raíz local, difíciles de copiar por su esencia y no globalizables.

Al mismo tiempo que las diferentes entidades empresariales participan con propuestas y acciones, también el sindicato de trabajadores del turismo se muestra proclive a participar en acciones que hacen al desarrollo de la actividad.

NOTICIA DE SALTA



El Gobierno junto al sector privado y sindical definieron un calendario de capacitación

Fecha: 14/04/2018
Noticia de: [Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes](#)

El objetivo es mejorar la prestación de los servicios y la profesionalización de los recursos humanos de las empresas del sector turístico.

El Gobierno provincial junto al sector privado y sindical firmaron un convenio de colaboración en el que se definió un calendario común de capacitación que se implementará durante este año, en busca de mejorar el aprovechamiento de los recursos, la optimización de sus resultados y la construcción de la competitividad del "Destino Salta".

El convenio fue rubricado por el ministro de Cultura, Turismo y Deportes, **Juan Manuel Lavallen** con los presidentes de la Cámara de Turismo, Carlos Eckhardt; de la Asociación de Agentes de Viajes de Salta, Gustavo Di Mecola; de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina, Filial Salta, Martín Colombo; de la Asociación de Prestadores de Turismo Alternativo de Salta, Francisco Siciliano; de Salta Convention & Visitors Bureau, Daniel Astorga; y el secretario General de la Unión de Trabajadores del Turismo Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina Salta, Alejandro Mansilla. En representación de la Cámara Hotelera y afines de Salta estuvo presente Judith Cohen.

En la oportunidad Lavallen expresó agradeció al sector privado y sindical por su colaboración y por ser parte de esta iniciativa. "Lo que nosotros buscamos es lograr conseguir una calidad articulada de todos los que hacemos turismo en la Provincia", puntualizó.

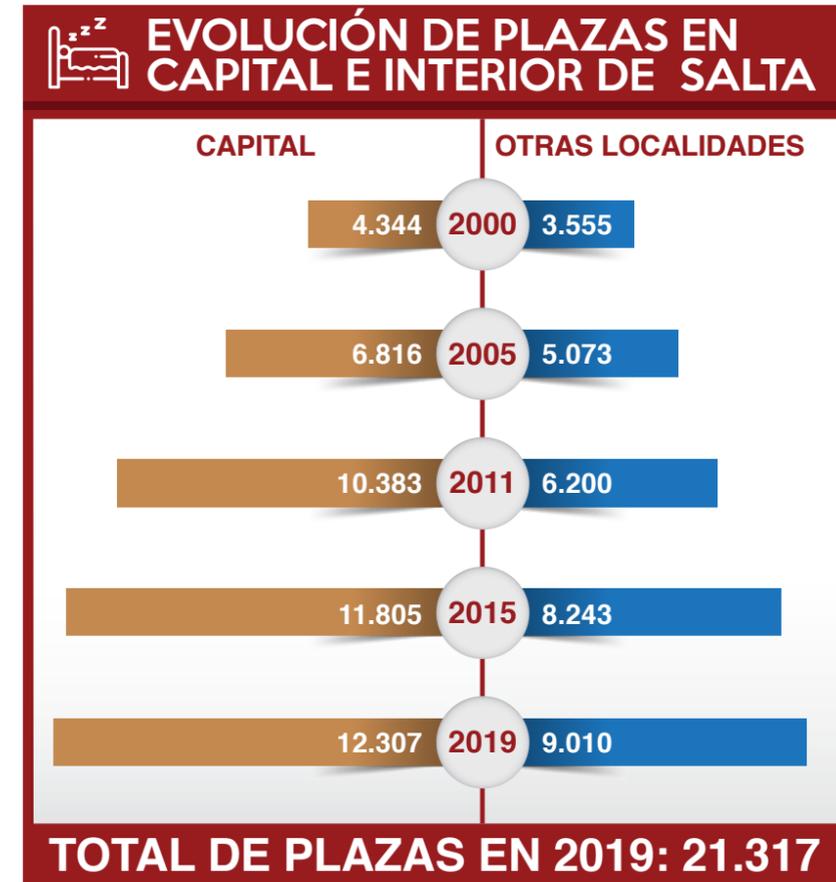
Por su parte el presidente de la Cámara de Turismo manifestó "vamos a trabajar en forma mancomunada con la coordinación del Ministerio para que las capacitaciones lleguen a sus destinatarios y logremos entre todos profesionalizar al sector en todas sus formas".

En tanto el secretario General de UTHGRA dijo luego de agradecer al Gobierno de la Provincia por esta iniciativa, expresó que "nos comprometemos





El compromiso del sector privado con la actividad y el destino puede observarse al analizar la serie de incremento de las plazas de alojamiento. La serie 1998 – 2019 muestra que las inversiones privadas en este rubro permitieron pasar de 6.523 a 21.317 plazas, esto es, un incremento del 227 %, lo cual hace de Salta la provincia con mayor cantidad de plazas de alojamiento de la Región Norte.



Algo similar se refleja en el dato de la cantidad de noches promedio de pernocte en la Provincia, que se ubica en el orden de las 2.24 noches para toda ella. El resultado logrado sólo ha sido posible por la combinación de atracciones y actividades, muchas de las cuales dependen de la inversión y el accionar del sector privado.



A octubre de 2019 el sector privado está conformado por 526 alojamientos de diferentes categorías, incluyendo los registrados como de alquiler temporario. Estos establecimientos implican una oferta de 21.317 establecimientos, diseminados por todo el territorio provincial. También están registrados 375 guías de turismo, 182 agencias de viajes, 31 rentadoras de autos sin chofer y 41 prestadores de turismo alternativo.

El compromiso empresarial se expresa también a través de la búsqueda de mejora, tanto de las ofertas turísticas en general como de los emprendimientos en particular. Algunos ejemplos dan cuenta de este hecho, tomando datos de distintos años para mostrar que esta actitud respecto a la mejora es una constante del sector privado.

- **Año 2012:** se implementaron 12 programas de calidad enfocados a mejorar la competitividad y la calidad, con más de 226 emprendimientos que participaron. De ellos, más de 100 fueron destacados en diversos rubros.

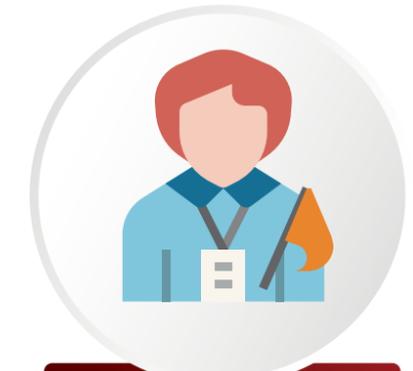
- **Año 2018:** un total de 1.443 personas participaron de los 58 cursos organizados por el Ministerio referidos a gestión empresarial.

- **Desde 2008 a 2019:** en total, 291 empresas fueron distinguidas en temas de calidad y sustentabilidad, especialmente por su participación en programas que se inscriben en el Sistema Argentino de Calidad Turística.

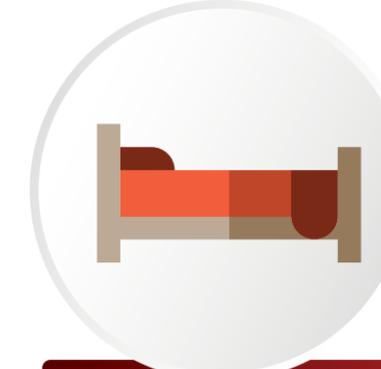
- **Del 2008 al 2019:** 745 empresas participaron de programas de calidad y sustentabilidad.



41
prestadores de
turismo alternativo



375
guías de turismo



526
alojamientos



182
agencias de viajes



31
rentadoras de
autos sin chofer

Estos establecimientos implican una oferta de 21.317 plazas, diseminados por todo el territorio provincial. También están registrados 375 guías de turismo, 182 agencias de viajes, 31 rentadoras de autos sin chofer y 41 prestadores de turismo alternativo.