

Fecha de Inicio del Plan: 15 de Abril de 2013

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO LOCAL DEL MUNICIPIO DE TARTAGAL - SALTA

Informe Final

“Plan de Desarrollo Turístico

Estratégico y Sustentable de Tartagal”

Consultoría Turismo: Lic. Mariana Prone



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA.

Ministerio de Gobierno
Secretaría de Planificación



PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO LOCAL DEL
MUNICIPIO DE TARTAGAL

DOCUMENTO TÉCNICO 4:
EJE DE DESARROLLO EN TURISMO



INDICE

| | |
|---|-----------|
| INDICE | 3 |
| Indice de Tablas | 4 |
| 1.- INTRODUCCION | 6 |
| 2.- DESARROLLO DEL PLAN TURISTICO | 9 |
| 2.1.- VISION | 9 |
| 2.2.- MISION..... | 9 |
| 2.3.- OBJETIVOS | 10 |
| 2.4.- ESTRATEGIAS..... | 11 |
| 3.- PROGRAMAS Y PROYECTOS | 12 |
| UDG Área Protegida del Sector Serrano..... | 14 |
| FICHA DE PROGRAMA: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS | 15 |
| FICHA DE PROYECTO: ECOTURISMO - TURISMO NATURALEZA..... | 18 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES | 35 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO AVENTURA | 45 |
| UDG Área Protegida del Chaco | 53 |
| FICHA DE PROYECTO: ECOTURISMO – TURISMO NATURALEZA | 54 |
| UDG Corredor Bioétnico..... | 61 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO COMUNITARIO..... | 62 |
| UDG Ciudad Pluriétnica..... | 91 |
| FICHA DE PROGRAMA: CREACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS | 92 |
| FICHA DE PROYECTO: CREACION DEL ÁREA DE TURISMO DE LA CASA DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS..... | 95 |
| FICHA DE PROYECTO: PARQUE DE AGUA Y ENTRETENIMIENTO..... | 118 |
| FICHA DE PROYECTO: RUTA GASTRONÓMICA | 125 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO CULTURAL DE FIESTAS POPULARES..... | 133 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO DE ESPECIAL INTERES..... | 138 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO CULTURAL RELIGIOSO | 144 |
| FICHA DE PROGRAMA: SERVICIOS TURÍSTICOS..... | 153 |

| | |
|---|------------|
| FICHA DE PROYECTO: CREACIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO | 156 |
| UDG de la Producción Sustentable..... | 164 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO RURAL..... | 165 |
| FICHA DE PROYECTO: TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES | 170 |
| Programas y proyectos Transversales | 177 |
| FICHA DE PROGRAMA: PROMOCIÓN DEL DESTINO..... | 178 |
| FICHA DE PROYECTO: PLAN DE MARKETING..... | 181 |
| FICHA DE PROYECTO: SEÑALIZACIÓN DE CORREDORES Y ATRACTIVOS..... | 198 |
| FICHA DE PROGRAMA: FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL | 205 |
| FICHA DE PROYECTO: FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PÚBLICO | 208 |
| FICHA DE PROYECTO: FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PRIVADO..... | 221 |
| 4.- INDICADORES DE MONITOREO Y EVALUACIÓN | 230 |
| 5.- GRAFICOS DE PROYECTOS | 239 |
| 6.- CONCLUSIONES | 244 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 246 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Matriz de Turismo. Elaboración propia | 7 |
| Tabla 2. Propuesta de platos con productos locales. Elaboración propia. | 129 |
| Tabla 3. Alimentos de pueblos Originarios. Melisa Tejerina-Consultora Social..... | 130 |
| Tabla 4. Propuesta de calendario anual de eventos. Elaboración propia..... | 136 |
| Tabla 5. Fichaje de Proyectos Sociales. Elaboración propia..... | 151 |
| Tabla 6. Matriz de Productos/Mercados Meta. Elaboración propia | 185 |
| Tabla 7. Temporadas turísticas. Elaboración Propia. | 187 |

INTRODUCCIÓN

1.- INTRODUCCION

Coincidente con la finalización de este trabajo, en el mes del turismo, este año la Organización Mundial del Turismo (OMT), dedica el Día Internacional del Turismo (27 de septiembre) al “Turismo y Desarrollo Comunitario”.¹ Con este lema se quiere destacar el potencial del turismo para dar oportunidades a nivel local, haciendo que las personas participen activamente en las decisiones que pueden beneficiar a sus comunidades, con el turismo como un vehículo del desarrollo sostenible.

Este mensaje no podría ser más oportuno para tomarlo y ratificarlo como política de desarrollo turístico para Tartagal y todo el Norte Verde de la Provincia. Destacar el valor de sus comunidades y brindarles herramientas para que consigan una mejor calidad de vida, bien vale cualquier tipo de esfuerzo.

Cabe destacar que la región Norte Verde cuenta con uno de los atractivos más valorados en el Plan Salta SI + y que es de jerarquía internacional como la Reserva de Biosfera de Yungas que, en conjunto con la diversidad cultural, proponen un escenario turístico único de gran potencial.

Tartagal debe asumir su rol estratégico en su contexto regional y su emplazamiento en principales vías de comunicación internacional. Su diversa población y su potencial económico, dado desde la época del esplendor petrolero, la determinan como una tierra de muchas posibilidades y desafíos.

En este Informe se propone la Visión, Misión, Objetivos, Ejes Estratégicos y las Propuestas específicas del Plan Estratégico y Sustentable de Turismo, procurando su articulación con los otros ejes de trabajo y entre las distintas Unidades de Gestión.

Como resultado de este ejercicio se arribó al siguiente esquema:

- 5 Unidades de Gestión (UDG)

¹ El Día Internacional del Turismo se celebra con el propósito de divulgar y sensibilizar acerca del valor social, cultural, político y económico del turismo.

- 5 Programas en distintas UDG
- 2 Programas Transversales
- 18 Proyectos turísticos

| Eje de Desarrollo | Unidad de Gestion | Programa | N° | Proyectos | Carácter | Calendarización | | |
|-------------------|---------------------------------------|------------------------------------|----|--|---------------|-----------------|---------|---------|
| | | | | | | 3 años | 10 años | 15 años |
| TURISMO | UDG Area Protegida del Sector Serrano | Desarrollo de productos turísticos | 1 | Ecoturismo-Turismo Naturaleza | Transformador | | | |
| | | | 2 | Turismo de observación de aves | Transformador | | | |
| | | | 3 | Turismo aventura | Prioritario | | | |
| | UDG Area Protegida del Chaco | Desarrollo de productos turísticos | 4 | Ecoturismo-Turismo Naturaleza | Transformador | | | |
| | UDG Corredor Bioétnico | Desarrollo de productos turísticos | 5 | Turismo etnico comunitario | Prioritario | | | |
| | | | 6 | Creación del Área de Turismo de la Casa de los Pueblos Originarios | Transformador | | | |
| | UDG Ciudad Pluriétnica | Creación de Atractivos turísticos | 7 | Parque de agua y entretenimiento | Prioritario | | | |
| | | | 8 | Ruta Gastronómica | Prioritario | | | |
| | | | 9 | Turismo cultural de fiestas populares | Transformador | | | |
| | | Desarrollo de productos turísticos | 10 | Turismo de especial interés | Prioritario | | | |
| | | | 11 | Turismo cultural religioso | Prioritario | | | |
| | | | 12 | Creación de empresas de servicios turísticos | Transformador | | | |
| | UDG de la Producción Sustentable | Desarrollo de productos turísticos | 13 | Turismo rural | Transformador | | | |
| | | | 14 | Turismo de observación de aves | Prioritario | | | |
| | Programas y proyectos Transversales | Promoción del Destino | 15 | Plan de marketing | Transformador | | | |
| | | | 16 | Señalización de corredores y atractivos | Prioritario | | | |
| | | Fortalecimiento Institucional | 17 | Fortalecimiento Sector Público | Transformador | | | |
| | | | 18 | Fortalecimiento Sector Privado | Prioritario | | | |

Tabla 1. Matriz de Turismo. Elaboración propia

A su vez, los 18 Proyectos propuestos fueron analizados según el método de valoración multi criterio, propuesto en el Plan Estratégico Territorial (PET) a nivel nacional. Este método analiza cada proyecto desde todos los puntos de vista de las consultorías, y les adjudica una valoración numérica que pretende disminuir la subjetividad y los clasifica en Transformadores, Prioritarios y Complementarios.

Como expectativa personal espero aportar al menos un grano de arena al turismo de Tartagal, esperando que el mismo florezca y de sus frutos en un mediano y largo plazo.

DESARROLLO DEL PLAN DE TURISMO

2.- DESARROLLO DEL PLAN TURISTICO

2.1.- VISION

Teniendo en cuenta la visión regional propuesta por MCYT que dice

“La industria turística se ubicará como instrumento más de dinamización de la economía de la Región Norte Yungas; generando beneficios directos e indirectos para el desarrollo humano. Será una actividad con altos estándares de calidad, con gran variedad de productos integrados y competitivos, con alto impacto en el bienestar local, permitiendo un uso eficiente de los recursos naturales y culturales.

El conjunto de empresas será altamente profesional y coexistirán empresas grandes, medianas y pequeñas, siempre bajo el desarrollo de un Turismo Responsable y la teoría de la Coo-petencia Regional. El turismo será el vehículo de excelencia para la integración de la Región y promoverá oportunidades para la participación local directa, procurando en todo momento que el turista experimente una hospitalidad auténtica mezclado con un fabuloso acervo de atracciones naturales y culturales bien conservadas. ”

Teniendo en cuenta estas premisas, las cuales se comparten, se propone como **visión turística** de este Plan, la siguiente:

“Tartagal será un Municipio Pluriétnico teniendo en cuenta los pueblos originarios de esta tierra así como todas las corrientes migratorias de otras partes del mundo.

Su potencial turístico estará dado por la sumatoria de los recursos propios y regionales, actuales y potenciales, con una consolidación de sus empresas turísticas y emprendedores, así como un fuerte trabajo público y privado para dar sustentabilidad al destino turístico”

2.2.- MISION

La Misión turística regional propuesta por MCYT es:

“Intervenir en las iniciativas de gestión turístico regional, mediante actividades continuas de planeamiento compartidas, impulsando el desarrollo de ofertas integradas en sentido de Coo-petencia, fomentando la operación integral y regional de los servicios turísticos, articulando acciones de diferentes instancias y de niveles de gobierno de la Región”

Como desprendimiento, la misión turística de Tartagal será:

“Destacar sus atractivos naturales y culturales, materiales e inmateriales, brindándoles marcos de conservación y puesta en valor, generando puestos de trabajo directos e indirectos, así como autogestión en proyectos asociativos/cooperativos y alcanzando una fuerte competitividad en las empresas locales con servicios diversificados y de calidad. Todo ello acompañado por una comunidad receptiva, altamente concientizada en la importancia y beneficios de la actividad.”

2.3.- OBJETIVOS

Los objetivos acordes a la Visión y Misión serán:

- Desarrollar oferta turística basada en sus atractivos turísticos auténticos y originales, procurando su uso sustentable y responsable.
- Aportar a través del turismo a la protección adecuada de su Patrimonio Natural y Cultural.
- Generar fuentes de trabajo directas e indirectas relacionadas al turismo en todo el municipio Tartagal.
- Dinamizar la economía local a través del derrame que provoca el gasto turístico en el Destino.
- Desarrollar las herramientas necesarias para desarrollar un destino ecoturístico generando una gestión pública-privada sustentable en los ambiental, económico, cultural y social.

- Captar segmentos de mercado de demanda turística compatibles con un el destino.
- Desarrollar una imagen de destino “verde”, “sustentable” y “pluriétnico” desde el punto de vista promocional, congruente con la oferta turística
- Desarrollar circuitos y productos turísticos acorde a los recursos turísticos de la zona, priorizando la integración regional y la creación de atracciones y servicios de apoyo a lo largo de todos los corredores.
- Estimular la creación de empresas turísticas hoy inexistentes, especialmente aquellas dedicadas a la comercialización
- Revalorizar el patrimonio intangible de la población local, conservar sus costumbres, tradiciones y valores
- Dotar al destino de la infraestructura necesaria para elevar la calidad de vida de los habitantes del lugar y brindar un mejor servicio a los visitantes.
- Capacitar y concientizar a la comunidad tartagalense en la importancia y beneficios que trae aparejado el turismo
- En cuanto a la ciudad de Tartagal, brindar al turista la imagen de una ciudad pujante, agradable desde el punto de vista urbanístico y receptiva en cuando a su comunidad.

2.4.- ESTRATEGIAS

La estrategia general de la región Norte Yungas es

“Desarrollar la Región de tal forma que desde sus componentes estructurales y funcionales se equipare al Concepto de Cluster entendido este como un ámbito geográfico integrado de potencialidad turística que se orienta a un conjunto de consumidores efectivos y potenciales, con una integración horizontal y vertical de servicios, generando una oferta determinada de diferentes productos turísticos y ecoturísticos”

Ésta se logrará a través de:

- Estrategia Ordenamiento de la Oferta
- Estrategia de Fortalecimiento de la Oferta
- Estrategia Puesta en Marcha de las Potencialidades Productivas del Turismo
- Estrategia de Posicionamiento y Diversificación de Mercados
- Estrategia de fortalecimiento institucional

3.- PROGRAMAS Y PROYECTOS

A continuación se desarrollarán los Programas y Proyectos específicos de la Consultoría Turismo.

Los Programas propuestos son 5:

- 1) Desarrollo de productos turísticos
- 2) Creación de Atractivos turísticos
- 3) Creación de Servicios Turísticos
- 4) Fortalecimiento Institucional
- 5) Promoción del Destino

PROGRAMAS Y PROYECTOS

UDG Área Protegida del Sector Serrano



FICHA DE PROGRAMA:

DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS

N° 1



PROGRAMA PERTENECIENTE A LA UDG

Área Protegida del Sector Serrano

Corredor Bioétnico

Ciudad Pluricultural

Producción Sustentable

Área Protegida del Chaco

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

DESCRIPCION

Los Productos Turísticos son la sumatoria de los atractivos y servicios de un espacio turístico determinado que interactúan entre sí conformando la oferta turística del destino, la que es comercializada por los operadores turísticos.

Los productos turísticos pueden tener distintas tipologías, las cuales se adaptan según las potencialidades del destino. La oferta varía desde actividades en la naturaleza, propuestas culturales o relacionadas al turismo de negocios.

Para el Municipio de Tartagal se han pre seleccionado 6 tipos de productos turísticos (con sus variedades correspondientes), lo que no implica que sean los únicos y que, en todo caso, dependerá de la aparición de prestadores de turismo especializados.

Ellos son:

- Ecoturismo-Turismo Naturaleza
- Turismo aventura
- Turismo étnico comunitario
- Turismo de especial interés
- Turismo cultural
- Turismo rural

OBJETIVOS

- Proponer ideas innovadoras que generen un desarrollo turístico local basados en la sustentabilidad de sus recursos turísticos.
- Diversificar la oferta turística del destino y articularla con las del resto de la Región

- Preservar y poner en valor el patrimonio turístico del Municipio a través de productos turísticos atractivos y competitivos.
- Proponer la creación de atracciones, instalaciones turísticas y emprendimientos que generen mano de obra local y un derrame económico al turismo en la zona.
- Favorecer a través de turismo, nuevas alternativas especialmente para jóvenes y comunidades de pueblos originarios.
- Favorecer la inclusión social de grupos marginados que puedan generar autoempleo y reconocimiento.

PROYECTOS PERTENECIENTES AL PROGRAMA

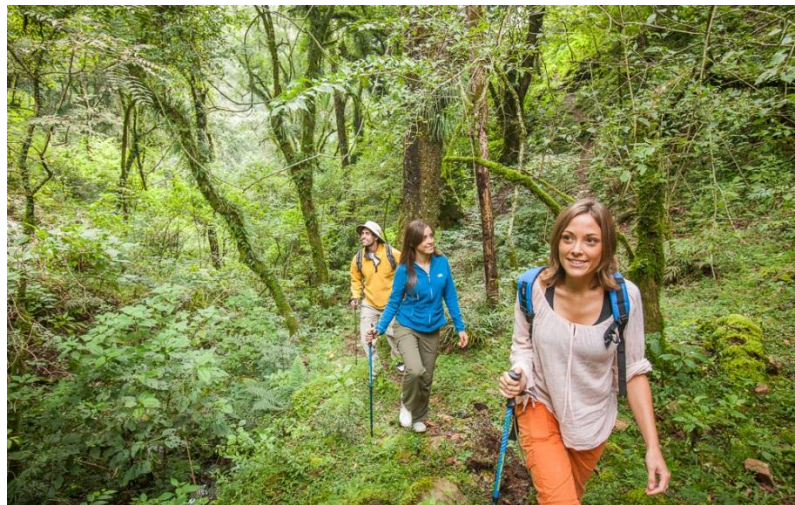
| Proyectos del Programa |
|---------------------------------------|
| Ecoturismo-Turismo Naturaleza |
| Turismo de observación de aves |
| Turismo aventura |
| Turismo étnico comunitario |
| Turismo de especial interés |
| Turismo cultural de fiestas populares |
| Turismo cultural religioso |
| Turismo de observación de aves |
| Turismo rural |
| Ecoturismo-Turismo Naturaleza |



FICHA DE PROYECTO:

ECOTURISMO - TURISMO NATURALEZA

Nº 1



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Area Protegida de Sector Serrano.

COORDINACION

Este proyecto requerirá el trabajo conjunto de las siguientes Instituciones: Municipio de Tartagal, Prestadores de turismo alternativo, Congregación de Franciscanos (Yariguarenda), Ministerio de Cultura y Turismo y Ministerio de Medio Ambiente y Producción Sustentable.

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Visión del Plan Salta Si+ de Salta como “un destino turístico próximo, líder en la argentina y en la región y uno de los principales destinos ecoturísticos a nivel mundial”
- Eje de desarrollo de productos de MCYT bajo el nombre de “Salta Natural”
- Tendencia turística que crece día a día, turistas más responsables más comprometidos con los destinos.
- Turismo como actividad compatible a Áreas Protegidas.
- Revalorización del bioma Yungas, de gran diversidad, con niveles de protección a distintos niveles.
- Senderos delineados y preexistentes en lugares como Yariguarenda.
- Necesidad de diversificar la oferta turística en Tartagal y dotarla de mayores equipamientos.
- Existencia de caminos de acceso (caminos petroleros y acceso pavimentado a Yariguarenda) hacia el paisaje de yungas.
- Complemento de este Proyecto con otros como la declaración de Áreas Protegidas (eje ambiental) y observación de aves. Al respecto cabe señalar que desde el Ministerio de Ambiente y Producción Sustentable se analiza la creación de un nuevo espacio de preservación y conservación del ecosistema en las serranías de Tartagal, que sumaría a las 19 áreas protegidas de Salta.

La intención es fomentar la preservación del medio ambiente, sin impedir el desarrollo energético en la provincia. La iniciativa tiene previsto que el territorio se extienda por 25.000 hectáreas aproximadamente, la cual resguardaría la población del guacamayo verde en la única zona de la Argentina donde se encuentran.

Objetivos:

- Crear un nuevo producto turístico para Tartagal acorde a las demandas turísticas actuales
- Revalorizar y poner en valor el paisaje de yungas
- Complementar las actividades de las futuras áreas protegidas
- Generar conciencia turística en visitantes y habitantes de Tartagal acerca de la conservación de este ambiente
- Generar en torno al turismo de naturaleza nuevas fuentes laborales a nivel local

DESTINATARIOS

Ecoturistas, amantes del contacto con la naturaleza, investigadores y observadores de aves.

LOCALIZACIÓN

Área Serrana del Oeste de Tartagal / Especial interés desde la accesibilidad y circuitos pre existentes, paraje de Yariguarenda.

PROCEDIMIENTOS

El objetivo es desarrollar un producto para Ecoturistas de Intereses Especiales y Naturistas que gustan de experiencias con naturaleza prístina, para estudiarla de forma sistemática o para disfrutarla, vivirla y contemplarla. La idea es incentivar el desplazamiento para tener una experiencia viva y genuina con la naturaleza pura en un marco de gran biodiversidad.

Este proyecto apunta a sentar las bases para el desarrollo de:

- Senderos de Interpretación en modalidad de trekking y/o mountain bike
- Centro de Interpretación de la Naturaleza
- Capacitación a prestadores de turismo especializados
- Desarrollo de otros productos turísticos: Safari fotográfico 4x4 y tirolesa/rapel
- Proyectos especiales de ecoemprendimiento



Foto: tirolesa en Veracruz-México



Foto: referencia Parque Nacional Chaco

a) Senderos de interpretación:

El trekking es una de las modalidades más compatibles con el medio ambiente. Son múltiples sus variantes y grados de dificultad pero seguramente es una de las actividades que pueden realizar desde niños hasta mayores.

Los circuitos de trekking propuestos tendrán las siguientes características:

- Se realizarán en ecosenderos previamente identificados, relevados y señalizados.
- La señalización se integrará al entorno y brindará información precisa (señales de orientación, precaución o interpretación).
- Además de ser una actividad física/deportiva muy saludable, es un espacio educativo y formador de conciencia ambiental.

Para su desarrollo se realizarán las siguientes acciones:

- Capacitación de guías especializados
- Relevamiento y documentación científica de las especies de flora y fauna de los senderos
- Confección de folleto con mapas de circuitos y recomendaciones
- Habilitación de guías de interpretación ambiental por sendero
- Señalización y equipamiento base de los senderos

Senderos de Yunga en Yariguarenda:

Toda el área alrededor del Santuario fue declarada Reserva Ambiental Municipal. Desde el Santuario se pueden realizar dos trekking que se internan por senderos en medio de las yungas:

1) Sendero a la Peña Sagrada:



Fotos: inicio de Sendero a Peña Sagrada

El sendero comienza detrás del Santuario en la parte izquierda.

- Duración del recorrido: 40 minutos aproximadamente (paso continuo).
- Altura sobre el nivel del mar: Inicio a 440 m.s.n.m.
- Estado actual: El sendero se encuentra en muy buenas condiciones, es transitable. Terreno firme, en algunas partes con pendientes se cuenta con barandas de madera.
- Grado de dificultad: Media



Foto: vista desde un mirador

- Actividades: Durante el Sendero se puede hacer el Via Crucis, las 14 Estaciones están muy bien marcadas con carteles de imágenes. La distancia aproximadamente entre Estaciones es de 100 metros de caminata cada una hacia la cima del cerro, que queda a 650 m.s.n.m. y a 1.500 metros de distancia del Santuario.



Fotos: estaciones de Via Crucis

Otras modalidades: trekking + rappel/tirolesa

- Puntos de interés:

- 1) Mirador a 10 min. del inicio del sendero. Buenas vistas de la vegetación circundante.



Foto: vistas de la vegetación circundante

- 2) Mirador a 35 min. donde se observa la Peña Sagrada, donde según cuenta la leyenda allí apareció la Virgen. Este cerro cuenta con 800 metros de altura.
- 3) Última estación del Vía Crucis a 40 min. Aquí finaliza el Sendero, la gente deja velas, ofrendas y hay un libro de peticiones y agradecimientos a la Virgen de la Peña.



Foto: Cruz ubicada al final de sendero

- Observaciones: El Bioma reinante es el de Yungas, lo que aporta un verde intenso a todo el recorrido.



Foto: vista de tachos de basuras sobre sendero

- Equipamiento para la actividad:
 - Binoculares
 - Bastones de trekking
 - Sogas y amarres para tirolesa y rapel/Cascos, guantes y otros elementos de seguridad
- Cartelería:
 - 1 Cartel de bienvenida con altimetría del circuito
 - 1 Cartel explicativo del ambiente yungas
 - 5 Carteles referidos a flora: especies, características de tamaño, hojas, troncos, frutos, usos, etc. Algunas de las especies representativas: roble salteño, cedros, peteribí, nogal, palo jabón, timbó, sauce criollo, viraró, cebil, urundel, palo blanco, tarco, guayaibí, horco cebil, tipa amarilla, laurel, palo bobo, chalchal, maría preta, palo barroso, palo borracho, aguay, tabaquillo, ceibo, maroma, entre otros (además de un gran número de especies trepadoras, lianas y apoyantes).

- 5 Carteles referidos a la fauna: especies, adaptación y camuflaje en el ambiente, especies amenazadas, etc.
- 5 Carteles especializados en aves de la zona: familia, especie, nombre científico, nombre vulgar presencia, movimiento migratorio, observabilidad, reproducción, plumaje, otros.
- Miradores: al menos dos, a mitad del recorrido y hacia el final.
- Cestos de basura con tapa e integrados al paisaje: 5 unidades

2) Sendero El Chorro:

El Sendero se inicia a la derecha del Templo.



Foto: vistas del sendero

- Duración del recorrido: 20 minutos aproximadamente (paso continuo).
- Altura sobre el nivel del mar: En el inicio nos encontramos a 440 m.s.n.m.
- Estado actual: El sendero está marcado por el uso frecuente pero no está señalizado.
- Grado de dificultad: Baja
- Actividades: Al llegar al final del recorrido (20 min) hay piletones naturales sobre la roca y embalsados con piedras.



Foto: vistas de los piletones naturales

Siguiendo 5 minutos más se llega a El Chorro, es una caída de agua de 8m aproximadamente con agua durante todo el año. El lugar invita al relax y la contemplación.



Fotos: vista de El Chorro

Modalidades:

Trekking en ecosendero

Trekking + baños en el río + rappel en chorro de agua

Trekking nocturno

- Observaciones: Durante el recorrido no hay miradores, sin embargo la abundante vegetación resulta muy atractiva, se escucha el intenso canto de pájaros, es un sendero plano salvo la última parte que se asciende levemente para llegar al Chorro.



Foto: vistas de la avifauna, tucán y urraca

- Equipamiento para la actividad:
 - Binoculares
 - Sogas y amarres para rapel/Cascos y otros elementos de seguridad
- Cartelería:
 - 1 Cartel de bienvenida con altimetría del circuito
 - 1 Cartel explicativo del ambiente yungas
 - 3 Carteles referidos a flora: especies, características de tamaño, hojas, troncos, frutos, usos, etc
 - 3 Carteles referidos a la fauna: especies, adaptación y camuflaje en el ambiente, especies amenazadas, etc.
 - 5 Carteles especializados en aves de la zona: familia, especie, nombre científico, nombre vulgar presencia, movimiento migratorio, observabilidad, reproducción, plumaje, otros.

- Cestos de basura con tapa e integrados al paisaje: 5 unidades

b) Tirollesa/rapel:

Esta actividad comenzó como una técnica auxiliar de la escalada, pero con el tiempo se empezó a practicar por sí misma. Se trata de descender una pared vertical disfrutando de la adrenalina que genera la idea de estar suspendido a distintas alturas. A través de una cuerda se deja deslizar el cuerpo, controlando la velocidad del descenso por medio de un sistema de fricción-freno.

Se recomienda crear en ambos senderos antes mencionados pequeños equipamientos consistentes en los cables de acero tensados, plataformas de ascenso y descenso, arneses, frenos y equipos de seguridad.

c) Proyectos especiales de ecoemprendimientos

En la modalidad de Ecoturismo existen otros proyectos complementarios para Tartagal pero que dependerán exclusivamente de la disponibilidad de terrenos privados y detección de inversionistas que deseen llevarlos a cabo. Si bien son complementarios pero fundamentales para el desarrollo del concepto de Ecoturismo en este Destino. Aquí se proponen dos:

1) Alojamiento Verde

Existe una demanda de ecoturistas que buscan alojamiento con estilos propios del lugar, que sean diferentes y que encuentren en ellos un valor agregado que sume a su “experiencia turística”. Dicho elementos pueden estar incluidos en el servicio del personal, la decoración y ambientación del hotel o la gastronomía local (ver proyecto Ruta Gastronómica).

Estos hoteles deben insertarse en el paisaje utilizando materia prima local como maderas, techos de paja, piedras, etc. Muchas veces son los mismos hoteles los que, dentro de sus predios o alrededores preparan los senderos y acompañan a los turistas con distintas actividades.

Estos turistas optan por alojamientos comprometidos con el medio ambiente y el uso de prácticas sustentables como reciclaje de residuos, reutilización de efluentes,

optimización del lavado de ropa blanca, uso responsable de la energía eléctrica, entre tantos otros. Por ello es oportuno trabajar sobre certificaciones de etiquetas verdes o calidad turística.

2) Spa Natural

El turismo de spa y bienestar es la modalidad de turismo cuya motivación principal es el cuidado del cuerpo, ya sea por motivos de salud o simplemente por el deseo de mejora física, descanso, pudiendo estar combinado con otras modalidades.

Este emprendimiento se relaciona a la construcción de un spa integrado al paisaje, en lugares con buenas vistas y posibilidad de integrar cursos naturales de agua. Estos spas destacan por la posibilidad de brindar privacidad en contacto con la naturaleza

Se proponen:

- Tratamientos de relajación y masajes
- Cursos de yoga y técnicas alternativas de relax
- Tratamientos de bellezas con productos tropicales (frutas, plantas, semillas, cortezas, etc)
- Medicina natural aborigen
- Jacuzzi en espacios externos y techados
- Piscina climatizada
- Sauna seco y húmedo
- Espacio de lectura
- Bar de productos naturistas



Foto: Natura Resort Bali

d) Centro de Interpretación de la Naturaleza

Este proyecto será desarrollado por el eje ambiental, sin embargo ello se propone su localización en el paraje Yariguarenda para aprovechar las excelentes condiciones del camino de acceso y cercanía a los dos senderos de interpretación previamente desarrollado.

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| ECOTURISMO - TURISMO NATURALEZA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Relevamiento de circuito de trekking | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y fabricación de cartelera, barandas y miradores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Colocación de los mismos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación a Prestadores de turismo alternativo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Habilitación de Prestadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño arquitectónico de centro de interpretación de Yungas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de contenido de centro de interpretación de Yungas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Construcción del CI y su contenido | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y fabricación de material de apoyo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inauguración de senderos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inauguración de CI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y tendido de cables para tirolesa / canopy en lugares que así lo permitan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estudio de disponibilidad de tierras para inversiones turísticas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anteproyectos de inversiones de Hotel Verde y Spa Natural | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Carteles de los Senderos/Miradores / Cestos de Basura / Otros
- Edición de guías y folletos especializados
- Curso para guías locales y prestadores de turismo alternativo
- Inversión privada: equipamiento para trekking y avistaje, alojamiento y spa verde, equipamiento para tirolesa/rappel, etc.

RECURSOS HUMANOS

Se propone incorporar o capacitar a un personal municipal ya asignado en el producto de ecoturismo, esta persona será la responsable del desarrollo, gestión, promoción y apoyo al sector privado especializado en la materia.

En cuanto a los emprendimientos privados, si bien los prestadores de turismo alternativo son unipersonales una agencia receptiva especializada puede emplear al menos 4 persona.

Un eco hotel de baja escala de 10/15 habitaciones-30 plazas necesita al menos de 10 empleados (Gerente General; Pisos: 3 mucamas; Recepción: 3 recepcionista y 1 franquero; Restaurante y cocina: 1 mozo y 1 cocinero; Mantenimiento/Jardinero: 1 persona)

Un eco spa natural necesita al menos de 6 empleados (Dueño/propietario; 2 masajistas; 1 cosmetólogo; 1 nutricionista; 1personal de limpieza)

Cantidad de cursos:

1 año de capacitación para guías/turismo alternativo. Cursos de dos días intensivos cada 15 días.



FICHA DE PROYECTO: **TURISMO
DE OBSERVACIÓN DE
AVES**

N° 2



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Area Protegida de Sector Serrano.

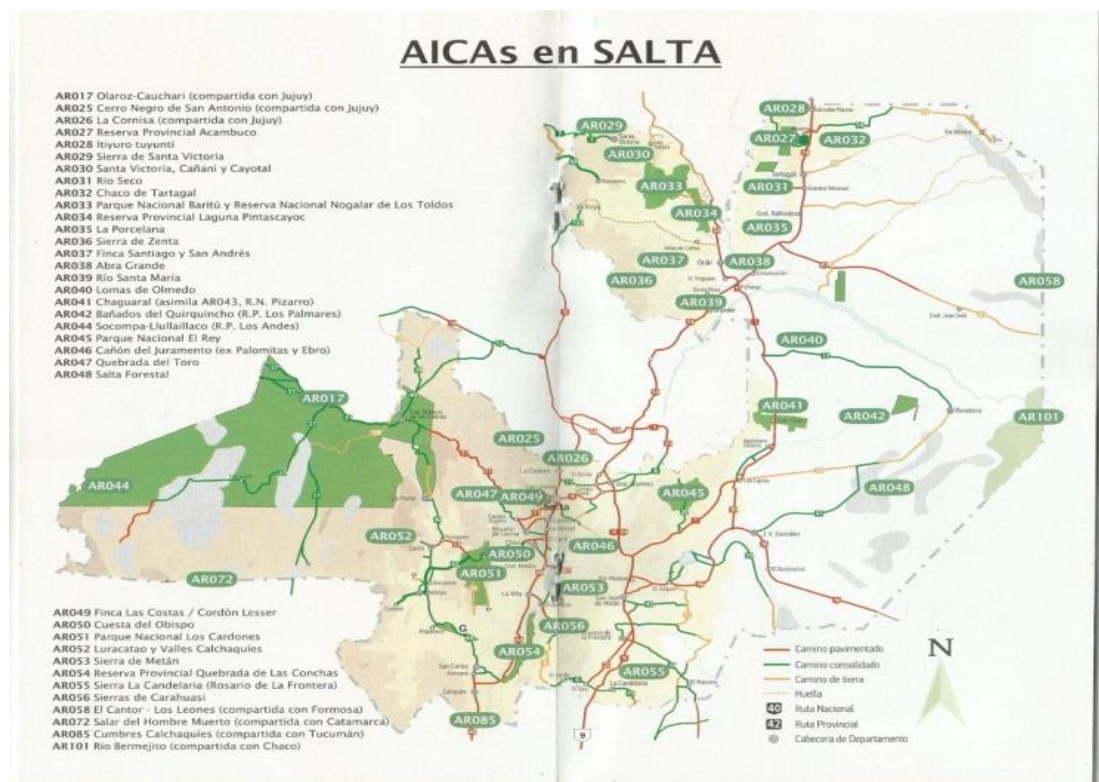
COORDINACION

Municipalidad de Tartagal/ MCYT /prestadores de turismo alternativo

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Existencia de ecoturistas de Intereses Especiales y Naturistas que gustan de experiencias con la naturaleza, ornitólogos específicos y aficionados a la observación de aves.
- En la micro-región se encuentra un Reserva Provincial (Acambuco) y 5 AICAs (Áreas Importantes para la Conservación de la Aves), integrando un total de 252.000 hectáreas.



- La riqueza biográfica del Departamento la convierte en el hábitat de 360 especies de aves, que representa el 54 %, del total de especies de aves de la Provincia.
- Las Región presenta especies globalmente amenazadas y endemismos muy marcados que lo convierte en un sitio clave o Hot Spot.
- El Área concentra 11 Especies Globalmente Amenazadas, entre las que figuran el Ganzo del Monte, El Aguila Coronada, el Aguila Solitaria, El Aguila Poma y Guacamayo Verde.
- Necesidad y posibilidad de articular este producto a nivel regional. Un corredor interesante es el que articula Campo Largo, Alto Macueta, Río Carapari, Limonsito, Embalse de Itiyuro y su articulación a través de rutas de enlace 34 y 81 con Campo Duran y AICA 06 Chaco del Tartagal “Siguiendo la Senda de Guacamayo Verde”
- Por su parte, otra travesía interesante es el circuito circular entre Tartagal, Aguaray, Lagunas las Catas, Acambuco, San Pedrito, y Campamento Vespucio. “La senda del Yaguarete”
- Ambiente de gran biodiversidad con cantidad variada de aves, gran oportunidad con el proyecto de creación de Area Protegida.
- Para el registro de Aves Argentina, que figura en dicho inventario las Yungas han sido identificadas como un área de endemismos de aves a escala global y en Salta encuentran su mayor expresión. A este grupo pertenecen aves como el fíofio plumizo (*Elaenia strepera*), el chululú cabeza rojiza (*Grallaria albigula*), el picaflor frente azul (*Eriocnemis glaucopoides*), el loro alisero (*Amazona tucumana*), el vencejo pardo (*Cypseloides rothschildi*) y la pava de monte alisera (*Penelope dabbeni*), el churrín de Zimmer (*Scytalopus zimmeri*) entre otras especies registradas para esta área.

Objetivos:

- Diversificar oferta turística en Tartagal y dotarla de mayores equipamientos.
- Preservar la rica avifauna de la zona y todos los corredores de las yungas.
- Generar nuevas fuentes de trabajo especializada como guías de avistaje de aves
- Formar en la temática a recurso humano de la zona
- Acompañar el progresivo posicionamiento que la provincia está adquiriendo en el mercado de observación de aves para lo cual se desarrollarán acciones de promoción conjunta
- Optimizar las inversiones y equipamientos turísticos de la zona con un nuevo producto turístico y generar nuevas instalaciones de ser necesario.

DESTINATARIOS DE LA PRODUCCIÓN

Este producto está destinado a ecoturistas de Intereses Especiales y Naturistas que gustan de experiencias con la naturaleza prístina que incluye segmentos de ornitólogos específicos y naturistas que gustan combinar observación de aves con actividades al aire libre.

Según datos estadísticos, son millones los observadores de aves en todo el mundo, solo en EEUU, según datos de la National Survey of Fishing Huntig, and Wildlife Associated Recreation (NSFW 2006), existen 71 millones de personas que dedican su tiempo de ocio a observar la naturaleza en libertad, que genera gasto de hasta 45 mil millones de dólares, en equipamiento, transporte y otros rubros. En Reino Unido, 2,8 millones de adultos mayores de 16 años practican la actividad (The Birdwachers, Real Societe of the protección of bird – 2005). Otro indicador de importancia e incremento de la ornitología, en el mundo son los diferentes partners de Bird Life Internacional; la federación mundial dedicada a la conservación de la biodiversidad y

protección de las aves de gran prestigio, que registra más de 3 millones de socios, entre los que figuran países como Alemania con 420.000 asociados, Holanda 125.000; Bélgica 62.205; Israel 60.000; Suiza 57.000; Japón 47.000; Italia 42.000; Francia 35.000, entre muchos otros, lo que demuestra el incremento permanente de la actividad de Observación de Aves.

LOCALIZACIÓN

Senderos de ecoturismo y otros

PROCEDIMIENTOS

El avistaje de aves es la contemplación visual y auditiva de las aves silvestres en determinada temporada del año, evitando interferir en el ciclo de vida de las mismas y/o ecosistema. Requiere provisión de equipos y del guiado de un profesional.

El objetivo es incentivar el desplazamiento para tener una experiencia viva con la gran diversidad de especies endémicas que tiene la región. En especial la difusión se centrará en la promoción de especies únicas.

Este proyecto se desarrollará de la siguiente manera:

1) Capacitación a guías turísticos especializados:



La especificidad del producto obliga contar con guías altamente capacitados (ver ítem Cursos) para posteriormente poder habilitarse como prestadores de turismo

alternativo. Se sugiere asegurar un cupo determinado para jóvenes de pueblos originarios y así proveerles nuevas herramientas de inserción laboral.

2) Senderos de aves con señalética y Centro de Interpretación



Fuente: centro de turismo ornitológico de la Gola-Islas Baleares-España

El diseño de rutas y puntos de observación y miradores camuflados se montarán sobre los senderos ecoturísticos preexistentes y antes mencionados (Sendero Virgen de la Peña y Sendero El Chorro).

La cartelería destinada a observación de aves contará con la descripción de las aves de la zona según: familia, especie, nombre científico, nombre vulgar presencia, movimiento migratorio, observabilidad, reproducción, plumaje, otros. Algunas de las aves representativas: águilas selváticas, guacamayo verde, pavas de monte, loro alisero, el surucúa o aurora, el burgo, el tucán y aves asociadas a los ríos de montaña como el mirlo de agua.



Foto: Cartelería aviario Temaiken-Buenos Aires



Foto: Centro de Rescate, Rehabilitación y recría de Faura Silvestre “Güira Oga”-Puerto Iguazú

Se sugiere contar con dos miradores camuflados, uno en un sendero transversal al sendero principal internado más en las yungas (lugar a determinar) (Sendero Virgen de la Peña) y otro en el área de los piletos o Chorro (Sendero El Chorro)

Asimismo el punto de partirá será el mismo Centro de Interpretación de la Reserva Ambiental propuesta. Cabe mencionar que actualmente los alrededores de Yariguarenda fueron declarados Reserva Municipal pero no cuenta con Plan de Manejo. En cuanto a las aves, se propone que este Centro, cuente con un área especialmente destinada a ellas.

3) Plan de marketing especializado y material de observación de aves del Norte verde

El Plan de marketing especializado se acoplará al plan de marketing del destino y al plan de marketing del MCYT.

Se sugiere:

- Participar en encuentros y ferias especializadas. Realizar alianza con COAS (Centro de Observación de Aves Salta)
- Envío de material a prestadores de turismo especializados en Europa, Estados Unidos, Canadá y Japón
- Armado de programas específicos que incluyan: excursión, alojamiento, picnic o almuerzos en comunidades aborígenes, cenas en restaurantes de la Ruta gastronómica y día de spa natural.
- Teniendo en cuenta que desde el punto de vista ornitológico, constituye una zona transicional entre el Chaco y el piedemonte en el espacio entre la cuenca de los ríos Bermejo y Pilcomayo, se pueden armar programas de distinta duración combinando el avistaje de aves de zona yungas y chaco o la salida a distintos pisos altitudinales de la selva de yungas.
- Creación de un personaje mascota “Guacamayo Verde” para realizar presentaciones y proyectos de concientización y educación a niños en particular y toda la población en general. Talleres con comunidades originarias para compartir saberes acerca de las aves.



Foto: Fundación Loro Parque – Tenerife-España

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| OBSERVACION DE AVES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación a guías | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y fabricación de cartelería, barandas y miradores | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Habilitación de Prestadores | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Construcción de miradores camuflados | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y fabricación de material de apoyo | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inauguración de senderos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inauguración de CI | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Concientización del recurso ave en Tartagal "Guacamayo Verde" | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plan de marketing | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Firma de convenios y alianzas con COAS y otros organismos | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Curso de Capacitación
- Cartelería de Sendero
- Centro de Interpretación
- Plan de promoción especializado: guías y asistencia a ferias, desarrollo de web especializada

RECURSOS HUMANOS

Guías especializados en observación de aves que se capacitarán en destino y se habilitarán como prestadores de turismo alternativo (al menos 4 en la primera etapa)

Cantidad de cursos:

6 meses de formación, 2 días (16 horas) cada 15 días. Sistemática de Aves (familia, morfología, características relevantes, ciclo de vida, etc), aves endémicas, Guía de aves de Argentina, Turismo de observación de aves, Interpretación Ambiental, Primeros Auxilios, Técnicas de guiado, Legislación en Turismo Aventura y Diseño de Producto y Marketing. Esta capacitación debe complementarse con al menos 6 salidas de campo de día completo.

Realización de talleres con comunidades originarias.



FICHA DE PROYECTO:

TURISMO AVENTURA

N° 3



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Área Protegida del Sector Serrano.

COORDINACION

Municipalidad de Tartagal y prestadores de turismo alternativo

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- Necesidad de diversificar la oferta turística de Tartagal
- Segmento de turistas que gustan de deportes al aire libre y/o con cierto grado de dificultad
- Disponibilidad de espacios ya utilizados para la práctica de deportes tales como enduro
- Acciones promocionales de Salta sostenidas en el tiempo y relacionadas al segmento de aventura
- Existencia de Asociaciones como AAETAV y ADOPTA que estimulan y asesoran a los emprendedores de turismo alternativo y realizan investigaciones y capacitaciones especializadas.
- Existencia de Proyectos como los Centros de Aventura Modelo, financiados a través del Proyecto BID 2385 / OC-AR que fortalecerá este producto en la provincia en general y del Norte Verde en Particular
- Posibilidad de complementar este producto con la oferta regional Norte Verde

Objetivo:

- Diversificar la oferta turística de Tartagal posicionándola como un punto de aventura importante en el escenario provincial
- Potencial los recursos naturales disponibles para el uso de actividades turísticas sustentable y compatibles con el mismo

- Generar nuevas fuentes de trabajo especializadas
- Satisfacer las expectativas de turistas activos que buscan actividades con adrenalina e insertas en la naturaleza
- Desarrollar los equipamientos o instalaciones necesarias para llevar adelante este tipo de actividad
- Procurar la instalación del Centro de Aventura en Tartagal para desarrollar su posicionamiento en la materia a nivel Norte Verde.

DESTINATARIOS

Turistas nacionales y extranjeros que gusten de la aventura. Clubes de bikes, montañistas, senderismo, running y enduristas.

LOCALIZACIÓN

A lo largo de todo el corredor / Existen circuitos predeterminados como el Circuito de la carrera Suns´s Race.

PROCEDIMIENTOS

El turismo aventura, según definición de MCYT, es el tipo de turismo que implica viajes cuya motivación principal es la práctica de actividades turísticas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales de un modo sustentable con la actitud y compromiso de conocer, respetar, difundir y participar del patrimonio natural y cultural del sitio visitando. La idea es tener una experiencia viva de adrenalina y aventura en un medio geográfico prístino y de gran diversidad.

Este producto se basará en distintas actividades como el mountain bike, el 4x4, trekking, montañismo, escalada en roca, rappel, tirolesa, entre otras. Si bien todas se

inscriben dentro del “turismo activo”, se ha contemplado por aparte la actividad de trekking por su alta compatibilidad con el producto de ecoturismo antes mencionado.

a) Mountain bike:

Se realiza con fines deportivos y turísticos en bicicletas con ciertas características especiales como ejes con cambios de velocidades, cuadros de materiales livianos, suspensión, entre otras, se realiza con fines principalmente deportivos y turísticos.

Se sugieren dos circuitos: uno en caminos de ripio de empresas petroleras y otro sobre el circuito de Suns's Race. Ambos son de fácil acceso, cercanos a la ciudad, sin embargo el prestador habilitado deberá gestionar los permisos correspondientes de circulación en dichos terrenos.

La inversión necesaria consistirá en:

- Bicicletas totalmente equipadas con cascos, bandas refractarias, equipos de mecánica ligera y cámaras de recambio.
- Trailers para traslados de bicicletas hacia puntos de salida
- Folletería con mapa del circuito, Punto de partida/Lugar Destino, Tipo recorrido / distancia km/tiempo aproximada en bicicleta.
- Señalización turística y stops/merenderos sobre los caminos
- Contratación de seguros



Foto: mountain bike en la Selva Misionera

b) Cabalgatas

Desarrollo de paseos a caballos por fincas privadas en senderos de montaña. Se sugiere desarrollar tres circuitos: de 2 horas, de medio día y día completo con almuerzo incluido.

La inversión necesaria consistirá en:

- Caballos mansos en buen estado sanitario con montura y equipo completo. Elementos de seguridad como cascos.
- Punto de recepción con estacionamiento, SUM para charla técnica, ensillado y galería/comedor para almuerzo campero. Se sugiere un lugar rústico y bien ambientado con sanitarios en excelentes condiciones.
- Contratación de seguros.



Foto: cabalgata en Costa Rica

c) Centro de Aventura

Un apartado especial merece el Proyecto “Centro de Aventura” que contará con financiamiento BID pero el cual todavía no cuenta con un punto de anclaje específico en la región Norte Verde. En dicho proyecto se incluye la elaboración de:

- (i) Estudio de Mercado Nacional e Internacional del Turismo Aventura;
- (ii) Plan Estratégico de Turismo Aventura, el cual propondrá y desarrollará el Plan de Gestión de Centros de Aventura distribuidos en toda la Provincia.
- (iii) Adquisición de materiales y construcción de dos Centros de Aventura Modelo (CAM) y senderos de aventura
- (iv) Adquisición de equipamiento de turismo aventura para los CAM.

Transversalmente se proponen:

- (v) Plan de Capacitación a actuales y potenciales empresarios y emprendedores de turismo aventura bajo parámetros internacionales para asegurar su profesionalización, actualización y calidad en sus servicios.
- (vi) Plan de Marketing específico que plantee las mejores estrategias de abordaje de los mercados de interés.

(vii) Plan de Monitoreo de Impacto Ambientales de actividades de Turismo Aventura y los Centros de Aventura Modelo

Dentro de los Centros de Aventura, además de ser escuelas de formación de operadores turísticos/guías especializados en la materia, se crearán circuitos de multiaventura con la posibilidad de llevar a cabo circuitos de supervivencia o circuitos para distintas edades. Las alternativas varían entre circuitos de obstáculos, canopy, resistencia, etc. Este marco proveerá la posibilidad de realizar eventos de running u otros de temática similar.

Cabe mencionar que desde el Ministerio de Cultura y Turismo se ha mencionado el interés por desarrollar este tipo de Proyectos por parte del Ejército Argentino, lo cual es sumamente atractivo teniendo en cuenta el inmenso predio y know how correspondiente para hacerlo.²

CALENDARIZACIÓN. FECHA DE INICIO. DURACIÓN DE CADA ETAPA.

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------|--|--|--|
| TURISMO AVENTURA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 3° Año | | | |
| Taller Sensibilización de la actividad | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mentoría a emprendedores potenciales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y montaje de circuitos y equipamiento (Mountain Bike/cabalgatas/otros) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Habilitaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plan de promocion | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estudios de prefactibilidad de CAM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Montaje CAM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio actividades CAM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Inversión privada
- Señalización de circuitos
- Material promocional

² No se ha podido constatar tal información, al respecto se solicitó intermediación con la Directora Claudia Sánchez y algún responsable en la materia del Ejército pero no se pudo concretar.

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

- Prestadores de turismo alternativo
- Asesoría de Instituciones como ADOPTA/AAETAV
- Personal del Centro de Aventura

Cantidad de cursos:

- Taller de sensibilización hacia la actividad
- Mentoría a emprendedores con potencial
- Curso anual de ADOPTA/AAETAV

UDG Área Protegida del Chaco



FICHA DE PROYECTO:
**ECOTURISMO – TURISMO
NATURALEZA**

Nº 4



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Creación de Productos turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Área Protegida del Chaco

DENOMINACIÓN DE LOS EJECUTORES. MARCO INSTITUCIONAL

Ministerio de Ambiente y Producción Sustentable y Unidad de Gestión de esta Área Protegida. Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal.

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS, FINALIDADES

Justificación:

- Bioma Fitogeográfico de Chaco (Chaco Semiárido al Este y Umbral al Chaco al Oeste) representativo de la llanura chaqueña, si bien esta degradado con posibilidad de recuperación en algunos sectores, lo que se vería potenciado bajos marcos de protección ambiental.
- Proyecto de creación de Área Protegida en la Unidad de Paisaje del Chaco (Eje ambiental)
- Necesidad de dotar a esta Unidad de Gestión de mayores atractivos traducibles a productos turísticos.
- Posibilidad de localizar el proyecto de Centro de Interpretación en Tonono, acorde y complementariamente a Proyectos de otros ejes de este Plan.
- Creciente demanda de eco turistas y dentro de ellos amantes de la naturaleza, la aventura, científicos y observación de aves.

Objetivos:

- Generar nuevos puestos de trabajo, principalmente guías locales y servicios básicos de turismo (alojamiento y gastronomía)
- Aportar a la conservación del bioma de Chaco e incorporar actividades turísticas compatibles con el ambiente.
- Generar corrientes turísticas a la zona, hoy inexistentes teniendo especial cuidado en los indicadores de sustentabilidad turística.

DESTINATARIOS

Demanda de eco turistas y dentro de ellos amantes de la naturaleza, la aventura, científicos y observación de aves.

LOCALIZACIÓN

Localidad de Tonono

PROCEDIMIENTOS

Este Proyecto contempla la creación de un Centro de Interpretación Ambiental, un Senderos de Interpretación, capacitación a Guía Locales, apoyo a la cadena de comercialización, y evento anual de supervivencia.

a) Centro de Interpretación Ambiental

Este espacio estará destinado a informar, concientizar, preservar e interpretar la importancia de la Región Fitozoogeográfica de Chaco. Constituirá el paso obligado de todos los turistas que lleguen a la zona y desde allí planear distintas excursiones y paseos por bosques nativos recuperados, áreas productivas o visitas a pueblos originarios.

En este lugar se podrán contratar guías locales oriundos del lugar para conocer la zona.

En cuanto a su estética arquitectónica, integrada al entorno y contenido de la muestra, se sugiere cuente con un lenguaje común al Centro de Interpretación Ambiental del área Protegida Serrana.

Este Centro de Interpretación estará equipado con:

- Área de exposición / interpretación ambiental dividido en Chaco Árido y Semiárido. Contará con equipamiento tecnológico para facilitar la transmisión

de conocimiento tales como pantallas táctiles, plasmas, proyecciones en distintas superficies o volúmenes, audios envolventes, otros. Se contará con gigantografías aplicadas a paneles con nichos para descubrir información, banners, paredes, pisos, otros. Nichos o vitrinas expositivas en el caso de contar con elementos de la flora y fauna o elementos culturales, documentos históricos, enseres de labranza, etc.

- Juegos Interactivos: En cuanto a la estrategia de comunicación a niños se dispondrá de juegos como disfraces y zapatos con huellas para caracterizar animales como corzuelas, pumas, ñandú; tubos con semillas y frutos del monte con explicación de su aplicación; panales de abejas gigante para explicar el proceso de elaboración de la miel; etc
- Sala Multifunción: este espacio estará destinado a capacitación, reuniones varias, proyecciones, exposiciones temporarias, etc.
- Vivienda y oficina para los guardaparques: este Centro será a la vez lugar de residencia y trabajo administrativos de las personas asignadas para la Reserva.
- Recepción, venta de artesanías y miel: se estimulará la venta de objetos artesanales, especialmente aquellos relacionados a la flora y fauna del lugar como mini tallas de animales, collares de semillas, objetos con plumas decorativas, etc.

Las etapas específicas de ejecución de este proyecto incluirán:

- Búsqueda de terrenos disponibles
- Búsqueda de financiamiento
- Proyecto ejecutivo de exterior e interior del centro de interpretación
- Ejecución del mismo

b) Senderos de Interpretación

Una vez creada el Área protegida y delineada las distintas actividades y condiciones de uso, se sugiere implementar dos recorridos interpretativos de la flora y fauna del lugar.

Se propone para la primera etapa de dos Senderos de distinta duración. El primero de ellos será de 1 hora y el segundo de 2 horas y media. Algunas sugerencias pueden incluir un sendero sobre las márgenes del Río Itiyuro y el otro internado en el monte en combinación con zonas productivas.

Cada sendero contará con un cartel principal de bienvenida y carteles de interpretación. Otros carteles ubicados cada 40 minutos de recorrido o paradas estratégicas recordarán las pautas de comportamiento y prohibiciones específicas.

Se sugiere que la señalización del sendero sea de madera o bien chapa ploteada pero siempre con postes de madera de especies foráneas que se hayan sacado a fin de reutilizar los troncos. En lugares donde el espacio y presupuesto lo permitan se recomienda construir pasarelas elevadas para asegurar la regeneración de la flora y el movimiento de los animales sin interrumpir su ciclo de vida habitual.

En puntos intermedios se sugiere crear espacios con sombra y merenderos para brindar mayores servicios a los visitantes.

c) Capacitación a Guía locales:

Esta capacitación será destinada a jóvenes de comunidades originarias y criollos de la zona para que puedan encontrar nuevas fuentes laborales. Se focalizará en conocimientos de todos los aspectos geográficos del área y la región, conservación ambiental, turismo y técnicas de guiado, desarrollo local sustentable. A su vez, se propone complementar esta capacitación con aquella destinada a guías especializados de avistaje de aves.

d) Cadena de comercialización:

Este aspecto se focalizará en contactar operadores de turismo activo (ecoturismo, aventura, avistaje de aves, 4x4, etc) interesados en la zona, se realizará a través de la generación de material especializado, sitio web y viajes de familiarización.

Como complemento se propone la creación de un evento anual de Carrera de Supervivencia y Orientación para deportistas entrenados y que consiste en correr en un circuito (puede tener distinta duración) en la que se pone a prueba el estado físico, mental y emocional del participante. Estas carreras por lo general son de tipo non stop (sin paradas) con un tiempo límite de llegada, también puede incluir correr de noche, atravesar ríos vertientes, medanales, enfrentar altas temperaturas, o incluso sortear obstáculos.

Se sugiere contar con el esponsoreo de canal multimedia de deportes extremos o similar para asegurar su difusión y llegada a nivel internacional.

Dentro del desarrollo de servicios turísticos complementarios se sugiere la inversión en Camiones panorámicos adaptados (grandes ventanas, butacas de viaje, techos reforzados para equipaje y personas que deseen sacar fotos, etc) que le confieren mayor atractivo y aventura, como así también la posibilidad de usarlos para montar campamentos transitorios con servicio de almuerzo en plena naturaleza.

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------|--|
| ECOTURISMO-CENTRO DE INTERPETACION AMBIENTAL CHACO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 3° año | |
| Centro de Interpretación Ambiental | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Senderos de Interpretación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación a Guía locales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de la cadena de comercialización | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evento anual de supervivencia | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Construcción del Centro de Interpretación
- Señalización Turística
- Material promocional
- Evento anual de supervivencia
- Vehículos especiales/aeronaves

RECURSOS HUMANOS

- Guardaparques
- Jóvenes de pueblos originarios/criollos (guías)
- Operadores de turismo

Cantidad de cursos:

- Capacitación intensiva a guías de turismo locales de dos años de duración

UDG Corredor Bioétnico



FICHA DE PROYECTO:

TURISMO COMUNITARIO

Nº 5



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Area Corredor Bioetnico.

COORDINACION

Grupos de turismo comunitario.

Los grupos de turismo comunitario se auto gestionan y necesitan de personería jurídica, la que asume la responsabilidad de la gestión y comercialización del mismo.

Teniendo en cuenta el Diagnóstico de este Plan Estratégico y la urgencia de llevar adelante primeramente otros proyectos propuestos por la Consultoría Social, que brindará el marco necesario para asegurar el desarrollo de la zona, este proyecto queda proyectado para el largo plazo.

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Se entiende por “Turismo Rural Comunitario (TRC)” a aquel en el cual la población rural, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras de carácter colectivo, ejercen un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. El TRC no sustituye a las actividades tradicionales de trabajo, sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades y complementar así las economías de base familiar (Resolución del Ministerio de Cultura de Salta, N° 195/2013 art. 3).

Se entiende por “Emprendimiento Turístico Comunitario (ETC)” a la persona jurídica de carácter asociativo, que presta servicios turísticos en ámbitos rurales, gestionados de manera comunitaria, y que cuenta desde el momento de su gestación con el aval formal de la organización de base de la comunidad que la integra (art. 8, Resolución 195/13).

Justificación:

- Municipio con mayor registro de etnias y pueblos originarios de la Provincia.

- Innumerables comunidades con importante concentración de personas, muchas de ellas artesanas y con conocimiento profundo de la naturaleza, de la cual suele/solía abastecerse para cubrir sus necesidades.
- Necesidad de aportar nuevas herramientas/soluciones a su estado actual de aislamiento/marginación y necesidades básicas insatisfechas.
- Complementación con el Proyecto Casa de los Pueblos Originarios que marcara el puntapié inicial para el desarrollo de actividades en las distintas comunidades. Este proyecto contará con financiamiento internacional (BID) - Préstamo BID 2835/OC-AR
- Existencia de reglamentación (modelo a nivel nacional) de turismo comunitario.
- Existencia de Proyecto de Análisis de Cadena de Valor de Turismo comunitario y elaboración de plan estratégico y operativo por Región - Préstamo BID 2835/OC-AR
- Existencia de RATRuC - Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, es una iniciativa de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, bajo la coordinación de la Dirección de Desarrollo de la Oferta, enmarcado dentro del Programa de Espacios Turísticos del Ministerio de Turismo de la Nación. La Misión del Programa radica en “contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo, sustentado en sus principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando la sostenibilidad económica, el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas.”
- Posibilidad de generar nuevas alternativas laborales, especialmente para jóvenes y mujeres.
- Asegurar el acercamiento entre pueblos originarios y turistas como un hecho de entendimiento e intercambio cultural.

DESTINATARIOS

Todas las comunidades de pueblos originarios de Tartagal y la Región

Turistas extranjeros y nacionales. Ecoturistas comprometidos con los destinos y comunidades con las que se contacta cuando viaja. Este tipo de turistas son personas en su mayoría de estratos sociales medio y elevado, con un nivel de ingreso, estudios, y una sensibilidad ambiental superior al promedio de su país de origen. Su edad oscila entre los 35 y 50 años, con una presencia de mujeres ligeramente superior a la de los hombres (entre 53 y 55 %) y una distribución de sus vacaciones anuales en varios viajes.

También turismo educativo y turismo solidario, que es aquel en el que el turista llega a un destino para vivir una experiencia de ayuda humanitaria.

LOCALIZACIÓN

Se propone desarrollar este tipo de turismo en comunidades del corredor Bioétnico y de la Ciudad Pluricultural, aunque en esta etapa de elaboración de proyectos es imposible identificar las mismas ya que estas surgen de procesos participativos y de consenso entre los integrantes.

PROCEDIMIENTOS

Como se adelantara el turismo comunitario es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados.

Los posibles Emprendimiento Turístico Comunitario (ETC) (persona jurídica de carácter asociativo que presta servicios turísticos en ámbitos rurales, gestionados de manera comunitaria, y que cuenta desde el momento de su gestación con el aval formal de la organización de base de la comunidad que la integra) sugeridos son:

- **Alojamiento Turístico Comunitario:** tipo de establecimiento con un mínimo de cuatro habitaciones, dotadas de baño (privado o a compartir), que pueda ofrecer los servicios de alimentación, administrado por la comunidad y que se encuentre localizado en un entorno rural.
- **Alojamiento Turístico Familiar Comunitario:** tipo de establecimiento con un mínimo de una habitación para turistas y un máximo de tres, dotada de baño - privado o a compartir-, que pueda ofrecer los servicios de alimentación, administradas por la familia anfitriona y avalada por la comunidad, y que se encuentre localizada en un entorno rural.
- **Actividades Turísticas** brindadas por integrantes de las comunidades anfitrionas, destinados a ofrecer servicios turísticos y/o poner en valor al patrimonio Cultural y Natural.
- **Servicios de alimentos y bebidas** provistos en comedores familiares y comunitarios rurales, donde los involucrados en esta prestación deberán exhibir que han recibidos las capacitaciones correspondientes mediante la acreditación de dichas capacitaciones.
- **Exposición y venta de artesanía genuina** en los espacios destinados a tal fin, quedando terminantemente prohibida la reventa de artesanías de origen y elaboración industrial.

En cuanto a los servicios específicos sugeridos para el Corredor se propone:

- Transporte turístico doble tracción (puede relacionarse al Proyecto de Transporte Comunitario y/o el desarrollo de Unidades de menor capacidad exclusivas para turismo)

- Ruta del Chaguar, programa de día completo que consistiría en recolección de chaguar en el monte, procesos de machacado de la fibra, hilado, teñido y tejido.
- Ruta la Naturaleza nos alimenta: programa relacionado al uso de la flora y fauna del monte, recolección de frutos, hierbas y madera del monte, conocimiento de elementos de caza tradicional, los animales del monte, reconocimiento de huellas, madrigueras, pelajes, etc. Se propone la recepción de los turistas en algunas comunidades que puedan proveer de platos elaborados con estos alimentos.
- Visita a escuelas de carpintería y artesanos para ver el trabajo en vivo y venta de productos (relacionado a Proyecto Casa de los Pueblos Originarios)
- Escuela de música y taller de luthiers
- Calendario de ceremonias ancestrales

En cuanto a la puesta en marcha de este proyecto se deberá realizar:

- Sensibilización hacia la actividad
- Detección y Organización de Pueblos Originarios con deseos de participar. Se sugiere relevar e identificar las Comunidades según recomendaciones de la RATuRC.
- Definición de los servicios turísticos a brindar y posterior desarrollo de los planes de negocio correspondientes.
- Acompañamiento para la ejecución de los Proyectos detectados.
- Inscripción en el Registro Único Provincial de los Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario (MCYT)
- Capacitación en servicio turístico

- Gestión comunitaria del turismo: manejo de ingresos, fondo comunitario, sistema de redistribución equitativa, central de reservas, evaluación individual y comunitaria, código de conducta, reglamento operativo, capacidad de carga, señalización turística, libro y gestión de quejas.

En cuanto a la identificación de cada grupo de turismo comunitario los datos mínimos a recabar serán los que se desarrollan a continuación en base a metodología propuesta por **Red Argentina de Turismo Rural Comunitario**.

- 1) Croquis de ubicación.
- 2) Mapa de actores locales

| Actores | Tipo de organización y alcance: | Líneas de trabajo. Acciones | Organización y Contacto | Visión acerca del turismo | Relaciones entre actores. Conflictos reales y potenciales |
|---------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------|--|
| | | | | | |

- 3) Ambiente natural: descripción de sus características principales, del paisaje y estado de conservación
- 4) Comunidad. Aspectos generales

| | | | | | |
|---------------------------------|--|--------------|--|-----------|--|
| Nombre de la o las comunidades | | | | | |
| Domicilio legal de la comunidad | | | | | |
| Coordenadas GPS | | | | | |
| Provincia | | Departamento | | Municipio | |
| Vías de acceso y Accesibilidad | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--------------|--|---|--------------------------------|----------|-----------|--|
| Rutas y caminos de acceso a la comunidad. Registrar el recorrido y kilometraje a pueblos y ciudades más cercanas. | | | | | | | |
| Altitud sobre nivel del mar | | Distancia a la capital provincial (km; horas) | | | | | |
| Medios de transporte utilizados para llegar | Bus (S/N) | | Detallar empresa, contacto, horarios y precios. Origen y destino. | | | | |
| | Otro..... | | Detalles. Contactos. | | | | |
| Vías de acceso. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | | | |
| Tenencia de la tierra | | | | | | | |
| Posesión | | En aparcería | | Posesión comunitaria indígena | | | |
| Arrendatario | | Tenencia | | Propiedad comunitaria indígena | | | |
| Propiedad individual | | En sucesión | | En mediería | | Otra: ... | |
| Observaciones sobre la tenencia (juicios pendientes, conflictos, necesidades de la comunidad, contactos) | | | | | | | |
| Superficie comunitaria (has) | Zona poblada | | Uso productivo (monte, cerros, ríos) | | | | |
| Superficie promedio si la tenencia es individual (has) | | Vivienda y agricultura | | | Pastoreo | | |
| Tenencia de la tierra. | | | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|
| Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | |
| Población | | | | | |
| Cantidad familias en la comunidad | | Habitantes en la comunidad | | Cantidad de menores de 18 años | |
| Salud y Educación | | | | | |
| Datos de la escuela más cercana (nombre y número, datos del directivo y de contacto en lo posible) | | | | | |
| Datos del colegio secundario más cercano (nombre y número, datos del directivo y de contacto en lo posible, orientación curricular) | | | | | |
| Ubicación del centro de salud más cercano (distancia a la comunidad, cantidad de persona, existencia de radio de comunicación) | | | | | |
| Datos del hospital más cercano (distancia a la comunidad, datos del director o contacto, disponibilidad de ambulancia y radio comunicación) | | | | | |
| Observaciones técnicas y de la comunidad, sobre los temas educación y salud (necesidades, condicionantes, enfermedades y plagas a considerar, campañas de prevención, etc): | | | | | |
| Salud y educación. | | | | | |
| Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | |
| Agua para consumo y riego | | | | | |
| La comunidad tiene agua potable en las viviendas? | | La red de agua para consumo es pública, privada o comunitaria? | | Fuente agua consumo: pozo, vertiente, río? | |
| Observaciones técnicas respecto al agua de consumo (calidad, agua dentro de la casa o afuera, necesidades, tipo de manejo del agua, responsables del tema) | | | | | |

| | | |
|--|---|--|
| Agua de riego. Comentarios respecto a su disponibilidad, infraestructura (canales, acequias), necesidades y tipo de manejo en la comunidad. | | |
| Agua potable y de riego. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | |
| Economía. Producción agropecuaria y artesanal | | |
| Cultivos más comunes en la comunidad. Especie y destino (venta, subsistencia o trueque). Media de superficie familiar. | Ganadería mayor y menor. Especies más comunes. Tipo de pastoreo. Destino para la venta, trueque o subsistencia. Media del tamaño de rebaño familiar. | |
| Producción orgánica o con técnicas BPA buenas prácticas agrícolas (químicos de bajo impacto). Describir. Detallar si hay certificaciones y quién avala. | | |
| Producción agropecuaria tradicional. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | |
| Lugares o eventos de venta de la producción. Ferias y lugares de trueque (fechas y lugar). Productos comunes de intercambio | | |
| Describir brevemente un calendario productivo de la comunidad (agro-ganadero y artesanal) | | |
| Economía. Artesanías | Cantidad de artesanas y artesanos: N° artesanos tejedores: N° artesanos cesteros: N° artesanos ceramistas: | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | N° artesanos en cuero: N° artesanos en madera: N° artesanos plateros: N° artesanos en piedra: N° artesanos dulceros y en conservas: N° artesanos de vino y licores: N° artesanos mixtos o diversos: | | |
| | Productos que se realizan en la comunidad: Tejido en lana en telar y bastidor: Tejido a dos agujas: Tejido con fibras vegetales: Cerámica sin moldes: Cerámica con moldes: Artesanías en cuero: Artesanías para el gaucho: Trabajos en madera: Cestería vegetal y collares: Platería: Trabajos en piedra: Artesanías mixtas: Dulces y conservas: Vino, licores y bebidas: Otras: | | |
| Producción artesanal tradicional. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | |
| Saneamiento | | | |
| La comunidad tiene una red cloacal ? | | La mayoría de las familias tiene baño o letrina ? | |
| Comentar aspectos sobre el tratamiento de la basura (ubicación, diferenciación de orgánicos y no orgánicos, reciclado, existencia de recolección pública, uso de | | | |

| | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|
| cestos públicos, experiencias) | | | | | |
| Saneamiento ambiental. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | |
| Electricidad | | | | | |
| Observaciones tema electricidad. Existencia de una red domiciliaria SI/NO (fuente: generador, conexión a red pública, turbinas) o paneles solares individuales. Relación oferta/ demanda de energía tema conservar los alimentos, medicinas y otras. | | | | | |
| En caso de no tener electricidad en las viviendas. Comentar modos de conservar los alimentos y las medicinas. Y otro detalle al respecto. | | | | | |
| Electricidad. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | |
| Vivienda tradicional o mayoritaria de la comunidad | | | | | |
| Material del techo (paja, madera, chapa, losa, cemento) | | Material del piso (tierra, cemento, baldosas) | | Material de las paredes (caña, barro, adobe, bloque, ladrillo) | |
| Vivienda familiar. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | |
| Equipamiento e Infraestructura comunitaria (marcar y detallar estado general) | | | | | |
| Salón de usos múltiples/ reunión | | Radio o teléfono comunitario o semi-público | | Canales y acequias de riego | |
| Caminos y sendas mantenimiento propio | | Movilidad animales | | Corrales | |
| Computadora y equipos informáticos | | Celulares plan o empresa semejante | | Salón de venta artesanías | |

| | | | | | |
|---|--|------------------------------|--|----------|--|
| Parador o posada | | Oficina o casilla de ingreso | | Otro ... | |
| Equipamiento e Infraestructura comunitaria. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formulación de proyecto. | | | | | |

5) Comunidad. Aspectos culturales e históricos

| Etnia o Nación originaria de la comunidad | Lengua local (sí/no y describir cuál) | Etnias o Naciones originarias en el territorio | Otras lenguas originarias en el territorio | | |
|---|---------------------------------------|--|--|--------|-----------|
| | | | | | |
| Algunos comentarios sobre la historia oral de la comunidad (fundación, origen geográfico, migraciones, construcciones más antiguas, costumbres, luchas): | | | | | |
| Expresiones culturales. Marcar las decididas a compartir con el turismo (Sí/No). Época del año en la que se realiza | | | | | |
| Tipo | Marcar | Meses/año | Tipo | Marcar | Meses/año |
| Elaboración de artesanías | | | Ceremonias astronómicas | | |
| Modos y medios de construcción tradicional | | | Música | | |
| Festividades a la Tierra | | | Carnaval | | |
| Fiestas ganaderas | | | Bailes tradicionales | | |

| | | | | | |
|----------------------|--|--|----------------|--|--|
| Fiestas agrícolas | | | Juegos típicos | | |
| Fiestas patronales | | | Otros: | | |
| Sitios arqueológicos | | | Otros: | | |

Observaciones sobre las **expresiones culturales de la comunidad y el turismo** (condiciones de la comunidad a tener en cuenta, detalles de épocas del año ó calendario anual de actividades y otras):

Actividades y materiales realizados respecto al rescate cultural de la comunidad. Marcar.

| | | | | | | | |
|---------------------------------|--|-------------------------|--|-------------------------|--|--------------------------------|--|
| Charlas en la escuela y colegio | | Charlas en la comunidad | | Rescate de la lengua | | Materiales escritos o visuales | |
| Rescate sitios | | Señalizaciones sitios | | Recuperación vestimenta | | Rescate de música | |
| Valoración gastronomía | | Ceremonias comunitarias | | Otro ... | | Otro ... | |

Observaciones sobre las **actividades** que realiza la comunidad sobre la valoración y rescate de la cultura:

Valoración patrimonio cultural.

Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular

| | |
|---|--|
| proyecto. | |
| Género | |
| <p>Comentarios sobre las actividades y roles que involucran a la mujer y/o el varón (pastoreo, hilado, tejido, pesca, recolección de frutos, ir a reuniones, participar en misas y celebraciones religiosas, siembra, cosecha, venta de productos, ir al pueblo a comprar insumos, cocinar, atender la visita en la casa, buscar agua):</p> <p>Tareas exclusivas de la mujer:</p> <p>Tareas de los varones:</p> <p>Tareas compartidas:</p> | |
| <p>Observaciones respecto a género, a considerar, en la gestión del turismo:</p> | |
| <p>Género.</p> <p>Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto.</p> | |

- 6) Comunidad. Organización tradicional o mayor
- 7) Turismo Rural Comunitario. Sobre la Organización general, que ofrece u ofrecerá.
- 8) Turismo Rural Comunitario. Aspectos comerciales de la Organización oferente.

| | |
|---|--|
| <p>Contacto comercial (central de reservas) de la organización de TRC. Nombres de responsables actuales y su vigencia en el cargo. Datos institucionales o personales (aclarar): teléfono/s, correo postal, web, mail.</p> | |
| <p>Estado de habilitación de la oferta de TRC ante el organismo provincial o municipal de turismo u</p> | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| otro. Si/No/En trámite y tipo de habilitación. | | | |
| Seguros de responsabilidad civil y accidentes. Si/No, Aseguradora, tipo de seguro. O empresa intermediaria (agencia viajes) asume riesgos. Detallar. | | | |
| Cuenta bancaria de la organización (S/N) de uso comercial | | Banco, sucursal, tipo de cuenta, titulares, CBU, N° cuenta. | |
| Aspectos formales de la organización de TRC para su comercialización. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto. | | | |
| Capacitaciones recibidas. Si/No; Nombre docente, institución y año | | | |
| Introducción al turismo /conciencia ttca. | | Marketing o diseño o elaboración precios | |
| Atención alojamiento | | Gastronomía | |
| Turismo aventura | | Eco-turismo | |
| Artesanías en lana o hilo | | Artesanías cerámica o cestería | |
| Bromatología de alimentos | | Medio ambiente | |
| Primeros auxilios o seguridad | | Turismo rural o T. cultural | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| Guiados y diseño de circuitos | | Artesanías cuero o madera | |
| Otra.... | | Patrimonio cultural | |
| Observaciones respecto a las capacitaciones recibidas | | | |
| Capacitaciones a la organización de TRC y la comunidad para su oferta turística. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto. | | | |
| Eventos participados de promoción y venta. Si/No; Nombre evento, institución apoyo y año | | | |
| Feria local de artesanías | | Feria nacional de artesanías | |
| Feria provincial de artesanías | | Feria regional de turismo | |
| Otro ... | | Feria nacional de turismo | |
| Otro ... | | Otro ... | |
| Observaciones respecto a los eventos de promoción participados (balance general, aprendizajes, feriantes de la comunidad que participaron) | | | |
| Herramientas de Promoción y Difusión. Marcar. Detallar y comentar apoyos recibidos, costos asumidos. | | | |
| Folletos. Individual o comunitario? | | Página web propia. Individual o comunitaria? | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| Etiqueta propia de las artesanías. Individual o comunitaria? | | Campaña virtual o gráfica. Responsable. Detalles(blog viajes, Facebook, portales) | |
| Banner y grafías. Individual o comunitaria? | | Participación en folletos y promociones gubernamentales | |
| Oficina propia. Lugar, atención, mantenimiento. | | Participación en folletos y promociones de agencias de viajes | |
| Existencia de Logo y marca propia | | Otra ... | |
| Evaluación sobre los modos de promoción. Eficiencia costo beneficio de cada inversión. | | | |
| Experiencias con medios de prensa. Detallar los medios (nacionales, regionales, locales), sus contactos, años de difusión. Evaluar el impacto y repercusión de cada uno. | | | |
| Herramientas y eventos para promoción y difusión de la oferta de TRC. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto. | | | |
| Comercialización de la oferta y productos | | | |
| Venta directa de la oferta turística en comunidad o pueblo. Lugar? | | Venta indirecta de la oferta turística con agencias de viajes. Cuáles? | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| Época año? Quién? | | Cuánto de comisión? Acuerdos formales? | |
| Venta directa de la oferta turística en la ciudad. Dónde? Quién? | | Venta directa de artesanías. Dónde? Quién participa? | |
| Venta directa de la oferta turística por Internet. Web? Redes sociales? | | Venta indirecta de artesanías. A quiénes? Dónde? Flete? Comisión? | |
| Otro ... | | La comunidad ofrece servicios de terceros? Vende turismo fuera de su territorio? | |
| Comercialización de la oferta de TRC. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto. | | | |
| Manejo de la Oferta TRC: a través de paquetes integrales o servicios aislados | | | |
| Oferta de servicios aislados según demanda. Describir los modos quién ofrece, si hay plazos o limitaciones, dónde se decide. | | | |
| Oferta de paquetes integrales a medida o paquetes cerrados. Describirlos. Cómo se organizan, quién participa y | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|-----------------------------|---|---------------------------------|------------------|--|--|
| cómo se decide. | | | | | | | |
| Observaciones respecto a la comercialización. Balance general, aprendizajes, comuneros involucrados. | | | | | | | |
| Perfil local de la demanda | | | | | | | |
| Cantidad total de viajeros | | Período / años considerados | | Cantidad total de viajeros 2009 | | | |
| Cómo y dónde conocen la oferta local de TRC? | Anotar detalles de contacto. Páginas web, libros de viajes, agencias, oficinas de información turística, comercios aliados, boca a boca, eventos de promoción, medios de comunicación masivos y especializados (escritos, virtuales, radios, televisión): | | | | | | |
| Describir si hay estacionalidad (a modo de ejemplo cuantificarla para 2009) | | | Procedencia mayoritaria de los viajeros | Provincias de origen: | | | |
| | | | | Países de origen: | | | |
| Transporte más utilizado por los turistas para llegar a la comunidad. | Bus público | | Remis local | | Auto-stop | | |
| | Vehículo agencia c/guía | | Vehículo alquilado | | Vehículo propio | | |
| | Anotaciones y observaciones sobre la movilidad de los turistas. Anotar contactos: | | | | | | |
| Tipo conformación de los grupos más comunes de turistas (marcar sólo 3) | Grupos 10 a 15 p. | | Personas solas | | Parejas con hijo | | |
| | Grupos 15 a 20 personas | | Parejas sin hijos | | grupos 3 a 4 p. | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|----------|--|
| | | Delegación 20 a 60 p. | | Otro ... | | Otro ... | |
| | | Observaciones respecto a tipo de grupos de viajeros: | | | | | |
| Profesiones u oficios más comunes de los turistas. | | | | | | | |
| Rangos de edad más comunes | | Otras informaciones de interés. | | | | | |
| La comunidad elabora estudios de demanda? Describir herramientas y experiencias. Anexar archivos en caso de posibilidad. Anotar responsable local del registro. | | | | | | | |
| Recorridos más comunes de los turistas días antes y después de estar en la comunidad. Desde dónde vienen y hacia dónde van. Qué hacen antes y después? Describir opciones más comunes. | | | | | | | |
| Quejas o recomendaciones más comunes de los turistas, sobre la oferta de TRC y la zona. | | | | | | | |
| Motivaciones y actividades que más les gustó de la comunidad. Describirlas algunas. | | | | | | | |
| Precios y costos de servicios y productos | | | | | | | |
| Detallar modo de elaborar y decidir los precios de los productos y servicios | | | | | | | |
| Precio/s del alojamiento. Detallar incluye o no desayuno. Diferenciar si hay categorías o precios distintos. | | | | Precio/s de almuerzo, merienda y cena. Detallar incluye o no bebida. Diferenciar si | | | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | hay categorías o precios distintos. | |
| Precio/s del guiado. Detallar incluye o no snack. Diferenciar si hay categorías o precios distintos. Detallar sino, precio por circuito, por turista. | | Precio/s de productos y artesanías incluidos en la oferta turística. Detallar. | |
| Precio/s de otros servicios. Detallar. | | Precio/s de otros servicios. Detallar. | |
| Oferta de TRC con descuentos o promociones especiales (grupos, menores de edad, estudiantes, voluntarios). Describir las experiencias y decisiones tomadas. | | | |
| Montos o % de los gastos administrativos internos, un fondo comunitario y ganancia para agencias de viaje x mes o año. Detallar montos y modo de aplicación. | | | |
| Montos destinados a impuestos y otros gastos fiscales x año o mes (alquileres, personal, telefonía, Internet, ganancias, AFIP, etc.) | | | |

| | |
|--|---|
| Precios de servicios y productos de la oferta de TRC. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto. | |
| Gestión comunitaria del turismo | |
| Manejo de fondos del turismo. Responsable, elaboración de balances públicos, toma de decisiones. | Existencia de fondo comunitario. Responsable, destino y de dónde se obtiene (a partir de un % ganancias?) |
| Central de reservas o contacto único. Describir el manejo de la información y de las reservas o la demanda real. | Existencia de un Sistema de ingresos equitativos. Detalles cómo funciona. Responsable si lo hay. |
| Instancias de evaluación grupal sobre la gestión del turismo. Tipos de reuniones y modo de toma de decisiones. Indicadores. | Instancias de evaluación comunitaria sobre la gestión del turismo. Tipos de reuniones y modo de toma de decisiones. Indicadores. |
| Existencia de un Código de Conducta o Convivencia (S/N). Anexar en caso positivo. | Existencia de un Reglamento operativo de trabajo o Manual del emprendedor del TRC. Anexar en caso positivo. |
| Señalizaciones informativas y senderos en la comunidad como modo de control de la actividad. Existencia, cantidad, materiales, contenidos, ubicaciones. Utilidad. | Existencia de Capacidad de Carga turística de la oferta de TRC. Describir cómo se obtuvo, cómo se respeta y quién monitorea. |
| Existencia de Libros de registro de pasajeros. Libros de opinión o quejas. Quién lo/s tiene, dónde se registran los datos, quién evalúa o monitorea. | Existencia de un Código ambiental y cultural de la comunidad. Detalles. Cómo se elaboró. Anexar modelo, en caso de existir. |
| Observaciones y comentarios sobre la gestión del TRC: | |
| Gestión del TRC. Necesidades identificadas o demandas expresas. Para formular proyecto. | |

| | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | | | |
| | Familia 2 | Total de plazas | | Plazas con baño privado | | Plazas con baño compartido | | | | | |
| | | Plazas camas simples habitación privada | | Plazas camas simples habitación compartida | | Plazas camas dobles habitación privada | | | | | |
| | | Plazas cucheta habitación privada | | Plazas cucheta habitación compartida | | | | | | | |
| | | Otros detalles. (Ofrece desayuno y comidas, relación nº miembros anfitriones /plazas ofrecidas, registraciones, necesidades). | | | | | | | | | |
| | Familia 3 | Total de plazas | | Plazas con baño privado | | Plazas con baño compartido | | | | | |
| | | Plazas camas simples habitación privada | | Plazas camas simples habitación compartida | | Plazas camas dobles habitación privada | | | | | |
| | | Plazas cucheta habitación privada | | Plazas cucheta habitación compartida | | | | | | | |
| | | Otros detalles. (Ofrece desayuno y comidas, relación nº miembros anfitriones /plazas ofrecidas, registraciones, necesidades). | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------------------|--|-----------------------|---------------|---|--------------------------|----------------------------|--|
| Familia 4 | Total de plazas | | | Plazas con baño privado | | Plazas con baño compartido | |
| | Plazas camas simples habitación privada | | | Plazas camas simples habitación compartida | | | Plazas camas dobles habitación privada |
| | Plazas cucheta habitación privada | | | Plazas cucheta habitación compartida | | | |
| | Otros detalles. (Ofrece desayuno y comidas, relación nº miembros anfitriones /plazas ofrecidas, registraciones, necesidades). | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Alojamiento comunitario | Descripción del lugar. Detallar posada, hosterías cabaña, camping u otro tipo de alojamiento. Más sus dimensiones, distribución de los espacios, estética, etc.: | | | | | | |
| | Responsables (atención, reserva, comunicación, limpieza, compras): | | | | | | |
| | Herramientas de gestión si hay (libro registro pasajeros): | | | | | | |
| | Evaluación técnica del lugar (higiene, luminosidad, aireación, equipamiento, mejoras de inversión, necesidades): | | | | | | |
| | Materiales de construcción | | | Detalle del mobiliario (madera, catre, plástico, metal) | | | |
| | Cantidad total plazas | | Camas simples | | | Camas dobles | |
| Camas cuchetas | | Habitaciones privadas | | | Habitaciones compartidas | | |

| | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|--|
| | Electricidad (S/N) | | Baños (privado o compartido). Detallar. | |
| | Agua potable (S/N) | | Conservación en frío de los alimentos (S/N). Tipo de equipamiento | |
| | Calefacción (S/N y tipo) | | Aire acondicionado (S/N). Otro servicio..... | |
| | Ofrece desayuno (S/N). Dónde? | | Ofrece almuerzo y/o cena (S/N). Dónde? | |

- 9) Infraestructura y Planta turística soporte/complemento de la oferta de TRC. Registrar la información durante el recorrido por el territorio.
- 10) Marcar la información disponible de la organización comunitaria (copias claras, en lo posible certificadas) en mano del equipo RATRC:
- 11) Líneas priorizadas, actividades a realizar, tiempos, y responsables por la comunidad para la formulación 2010 de proyectos. Rever las anotaciones ya detalladas por área temática.

CALENDARIZACIÓN. FECHA DE INICIO. DURACIÓN DE CADA ETAPA.

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| TURISMO ETNICO-COMUNITARIO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| Sensibilización hacia la actividad/Capacitación 1ª Etapa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Identificar las Comunidades (fichaje RATuRC) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Selección de proyectos turísticos comunitarios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ejecución de los Proyectos seleccionados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inscripción en el Reg. Único Emprend. Tmo Comunitario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación de servicio turístico y guiado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dotación de infraestructura básica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Transporte comunitario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

Recursos físicos:

- Dotación de Infraestructura: rutas, agua potable, luz
- Inversión (capitales propios, públicos y subsidios) para el montaje de los Proyectos Incubados y seleccionados
- Transporte comunitario/turístico
- Capacitación (a corto y mediano plazo) y formación profesionales de jóvenes de pueblos originarios (a largo plazo)
- Viajes de familiarización
- Plan de promoción del producto

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

- Profesionales que asesores y acompañen el proceso de conformación de los grupos de turismo rural
- Grupo de turismo rural comunitario
- Interpretes

Cantidad de cursos:

La capacitación se dividirá en

a) Corto Plazo (primer año)

Los cursos a brindar en el primer año de trabajo se relacionarán a organización social, trabajo cooperativo, autoestima, revalorización y conservación de recursos culturales y naturales, liderazgo, empoderamiento, producción local, turismo y desarrollo local, otros.

Acompañaran al proceso de capacitación in situ, el proceso participativo y de consenso para la conformación de potenciales emprendimientos comunitarios de turismo.

b) Mediano plazo (segundo y tercer año)

Capacitación específica en turismo étnico rural comunitario, atención al cliente, servicios turísticos, habilitaciones pertinentes, planes de negocio, técnicas de guiado, higiene y manipulación de alimentos, primeros auxilios, etc.

Acompañaran en esta etapa a formulación de proyectos (por parte de los técnicos) y búsqueda de financiamiento para que, recién al tercer año pueda iniciarse la construcción o mejora de los emprendimientos turísticos y su consiguiente comercialización.

Paralelamente se propone realizar viajes de familiarización a otros emprendimientos de turismo rural comunitario de Jujuy y Salta.

c) Largo plazo (más de tres años)

En este caso se refiere a una formación profesional continua y se propone becar a 10 jóvenes aborígenes que hayan terminado la Secundaria para el estudio de carreras tales como antropología, ingeniería en recursos naturales, turismo, docencia en distintos niveles, asistencia social, nutrición, etc. Para que, con el tiempo sirvan regresen a su tierra con herramientas de trabajo que ayuden a toda la comunidad en su conjunto y que generen un efecto multiplicador en nuevos jóvenes.

UDG Ciudad Pluriétnica



FICHA DE PROGRAMA: **CREACION**
DE ATRACTIVOS
TURISTICOS

Nº 2



PROGRAMA PERTENECIENTE A LA UDG

Ciudad Pluriétnica

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

DESCRIPCION

Los atractivos turísticos son uno de los principales componentes del sistema turístico ya que los turistas o visitantes se deben trasladar desde su lugar de residencia hacia el destino donde ellos se encuentran.

Los recursos turísticos, naturales o culturales, son la materia prima de las atracciones, donde el hombre interviene para conectarlas o ponerlas a disposición con la demanda.

Las atracciones pueden ser naturales (ríos, montañas, selvas, etc); o creadas por el hombre pero sin ser diseñadas para el turismo (iglesias, diques, casas históricas, monumentos, etc); o creadas por el hombre con intención turísticas (parques temáticos, museos, centros de exhibiciones, predios feriales, casinos, etc) o pueden ser eventos especiales (encuentros deportivos, festivales, eventos religiosos, etc).

Para el caso de Tartagal se propone, en una primera etapa, el desarrollo de 3 atracciones puntuales creadas ad hoc, lo cual no impide que puedan desarrollarse otras según existan inversores.

Existen otras atracciones como Centros de Interpretación de la Naturaleza que han sido incluidas y desarrolladas en las propuestas de productos turísticos de manera integral.

OBJETIVOS

- Potenciar los recursos turísticos disponibles, especialmente los culturales
- Diversificar la oferta turística competitiva de Tartagal
- Generar atracciones que sean Iconos Turísticos del destino (como la Casa de los Pueblos Originarios) y, desde estas generar otros servicios turísticos complementarios que aseguren beneficios sociales, culturales y económicos para Tartagal

- Aportar a la oferta de ocio y recreación del Destino
- Generar mano de obra local
- Proponer atracciones que estén disponibles no solo a visitantes sino también residentes de Tartagal

PROYECTOS PERTENECIENTES AL PROGRAMA

- Casa de los Pueblos Originarios
- Parque de agua y entretenimiento
- Ruta Gastronómica



FICHA DE PROYECTO: **CREACION
DEL ÁREA DE TURISMO DE LA
CASA DE LOS PUEBLOS
ORIGINARIOS**

N° 6



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Creación de Atractivos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Directorio Multisectorial de la Casa de los Pueblos Originario, Ministerio de Cultura y Turismo y Derechos Humanos de la Provincia de Salta.

Sería pertinente que en algunas cuestiones también participen, además, los otros Municipios del Dpto. Gral. San Martín en el caso de lograr que la Casa de los Pueblos Originarios tenga alcance regional.

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- En el presente Plan de Desarrollo Estratégico de Tartagal, se plantea como tema transversal la urgencia de crear un espacio físico y de contención social para los pueblos originarios del municipio y de la región del Departamento San Martín.
- La gran importancia poblacional que tiene la población originaria local³ y su diversidad étnica representada por casi todas las parcialidades culturales y lingüísticas de la provincia: guaraní, wichi, chorote, toba, tapiete, chané y tulupí.
- Pese a esto, es uno de los sectores sociales de la provincia que padece en términos sociales, las mayores necesidades, desde falta de alimento, asistencia sanitaria, viviendas, incomunicación, aislamiento, entre tantos otros siendo además discriminados e invisibilizados por distintos organismos y personas de Tartagal.
- Este proyecto ya cuenta con Financiamiento del BID a través del Programa 2385 AR-OC como “Centro de Interpretación de las Culturas Originarias”. Cuenta con terreno a aportar por el Municipio.

³ Según el diagnóstico social el 57% de la población descende o se reconoce parte de los pueblos originarios)

- Posibilidad de abordar desde este Proyectos distintas temáticas/problemáticas como falta de inserción de estos pueblos, cadena de comercialización de artesanías y productos orgánicos, comunicación, revalorización cultural, capacitación, entre otros.
- Necesidad de articular este Proyecto con otros ubicados en el Corredor Bioético de RN 86.
- Disponibilidad de profesionales como antropólogos y docentes (muchos bilingües) con experiencia en la zona y que podrían sumarse al proyecto.
- La actividad turística como una verdadera alternativa para las comunidades, una de las más compatibles con el desarrollo local y las posibilidades de inclusión social.
- Necesidad de diversificar la oferta turística cultural de Tartagal. Además este Proyecto es emblemático dentro del eje conceptual de Ciudad Pluriétnica que se propone desarrollar desde este Plan Estratégico.

Objetivo General:

- Crear un espacio pluricultural donde se aborde de manera integral las necesidades de los pueblos originario del Norte Salteño, rescatando y preservando su cultura, brindándoles herramientas de mejora de su calidad de vida y satisfacción de sus necesidades, reivindicando su preexistencia en el territorio, de fuerte identidad, reconociendo sus derechos especiales que aseguren su proyección a nivel nacional e internacional .

Objetivos específicos:

- Dotar a este Espacio de estructuras y recurso humano especializado que fomenta y gestiona programas y proyectos destinados a la puesta en valor y

conservación de sus expresiones culturales tales como leguas nativas, música, danza, costumbres, tradiciones, etc.

- Generar un proyecto autogestionado a través del empoderamiento de estos pueblos aprovechando el desarrollo turístico regional, como agentes sociales y ciudadanos.
- Desarrollar estrategias y proyectos inclusivos que aseguren el uso sustentable de los recursos naturales, producción responsable e incentivo del emprendedurismo.
- Aportar a la convivencia armónica de pueblos con orígenes multiétnicos y propiciar el desarrollo sustentable de las comunidades incluidas en el Norte Yungas.
- Generar un atractivo turístico cultural que dinamice el incipiente proceso de desarrollo turístico en la Región, favoreciendo de esta manera a las áreas turísticas emergentes de la Provincia y la Región.
- Posicionar a Tartagal como centro turístico de estadía con una oferta cultural, natural y recreativa diversificada.
- Incrementar el gasto turístico en el destino
- Generar desde este centro soluciones a las necesidades locales como comunicación, transporte, educación, asesoramiento legal y técnico, entre otras.
- Generar a través de este proyecto un espacio de expresión de sus sueños, ideas y proyectos, como vía de conexión con otras personas e instituciones.

METAS CUALITATIVAS

- Generar la inclusión social de las comunidades aborígenes de la región mediante elementos representativos de su cultura y los relatos propios de ellos que surjan del mismo proceso de construcción de contenidos.
- Montar un Mercado artesanal representativo de las expresiones culturales de las etnias regionales
- Consolidar los procesos de producción y comercialización de artesanías, optimizando los procesos de venta directa y su colocación en distintos puntos de venta a nivel provincial y nacional
- Generar un Programa permanente de Capacitación relacionado a producción artesanal y gestión del turismo
- Elevar la calidad de vida de las comunidades originarias asegurándoles ingresos mensuales
- Procurar la interacción entre el turista y los pobladores locales a través de actividades de la Casa de los Pueblos Originarios

METAS CUANTITATIVAS

- Generar 7 áreas expositivas correspondientes a cada una de las etnias que habitan en la región.
- Crear al menos 20 nuevos puestos de trabajo en la Casa de los Pueblos Originarios, siendo algunos necesariamente reservados para jóvenes aborígenes de las comunidades cercanas

- Generar un Fondo Especial de Artesanías de al menos \$500.000 pesos que serán permanentemente reinvertidos en la compra de productos locales.
- Generar al menos 12 actividades anuales relacionadas a eventos, exposiciones rotativas, actividades para turistas y niños.

LOCALIZACIÓN

El terreno propuesto por el Municipio se localiza en la Comunidad de las Rosas, en las cercanías de Yariguarenda aunque este equipo interdisciplinario propone otras alternativas graficadas en la siguiente figura. Algunas se relacionan a terrenos linderos con el Río Tartagal con buenas vistas y otros en las proximidades de la RN 34.

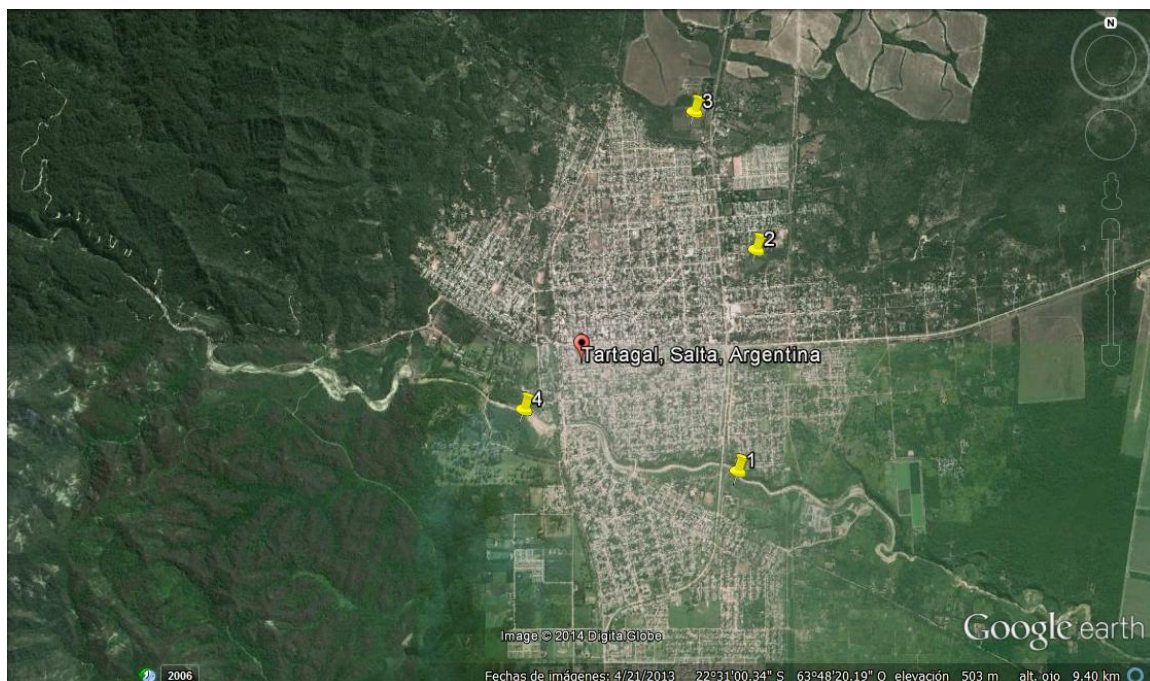


Imagen: Posible Ubicación de CPO. Elaborado por el equipo de trabajo

PROCEDIMIENTOS

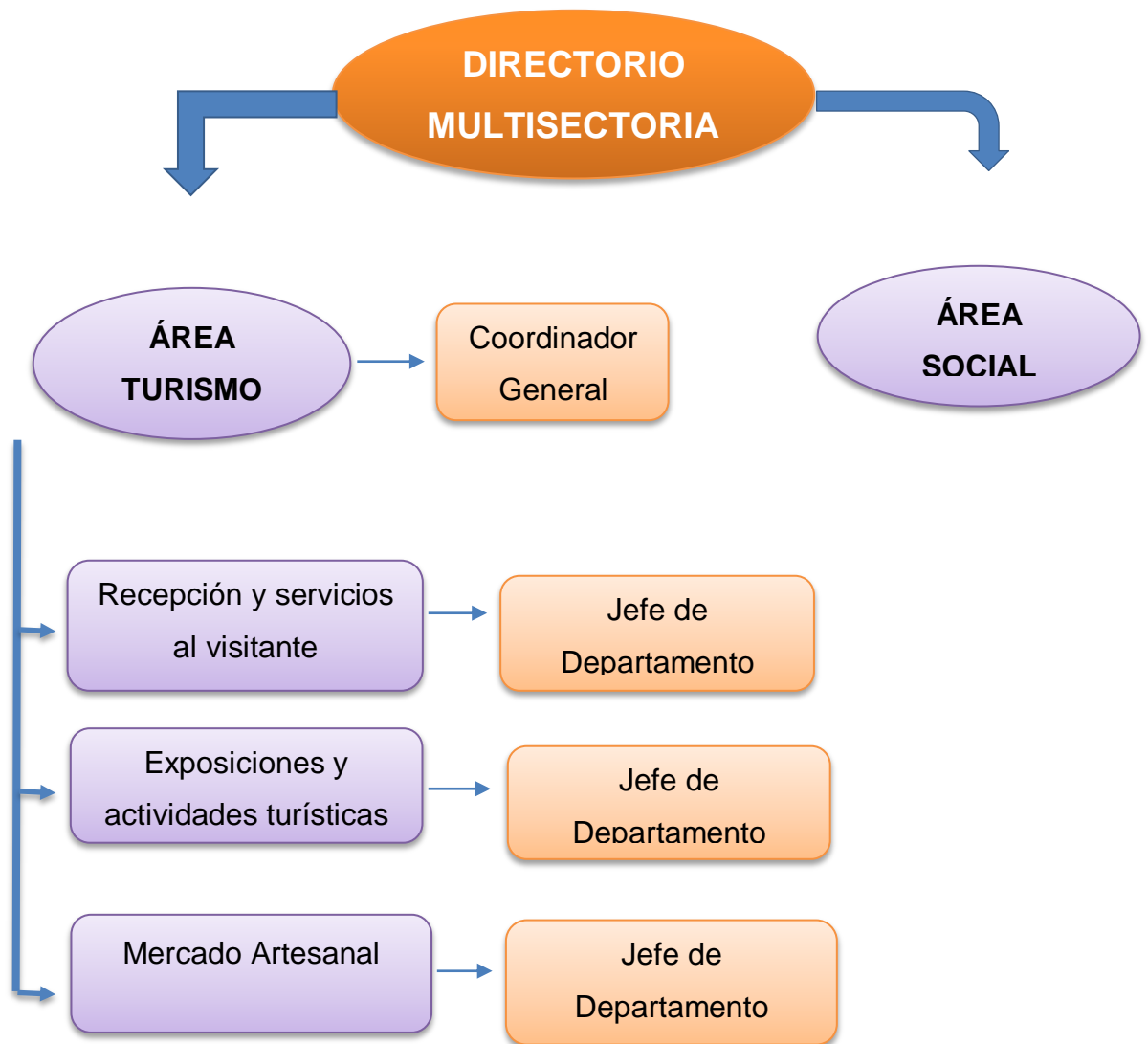
Como se mencionara anteriormente, este Proyecto, además de transformador, será un lugar innovador en cuanto reunirá en su seno distintas funciones que, articuladamente, pretende abordar en parte las complejas problemáticas de los pueblos originarios del norte salteño.

Contará con una visión antropológica que permita conocer las particularidades culturales de los pueblos originarios del norte salteño, considerando sus características regionales, sus condiciones actuales de vida, su cosmovisión y relación con el entorno, su manera de organizarse y sobre todo la posibilidad de acercamiento a estos grupos partiendo de una perspectiva de tolerancia, comprensión de la diversidad y consideración de aquellos aspectos que nos hermanan como sociedad.

A fin de generar un trabajo eficiente, ordenado y articulado se propone la creación de dos áreas complementarias, la SOCIAL y TURISMO, que trabajaran de maneja conjunta y en pos de alcanzar los objetivos de la Casa de los Pueblos Originarios.

AREA de TURISMO

Organigrama propuesto para el Área Turismo:



Coordinador General de Turismo

La figura de Coordinador o responsable de Turismo tendrá el rol de definir la política turística a seguir dentro de la Organización y será el responsable de la Planificación anual del Área.

Asumirá la representación turística de la Casa cuando así lo demande la situación como recepción de delegaciones especiales, relaciones públicas, búsqueda de financiamientos para proyectos del área, representación y coordinación con otros organismos, empresas o instituciones (públicas o privadas) del sector o relacionadas.

Una de sus principales funciones también será la de promoción del proyecto en el mercado turístico y el desarrollo de las herramientas necesarias de comunicación como uso de tecnologías.

Por su gran interrelación y como parte de un equipo interdisciplinario, coordinará las actividades con el Área Social. También trabajará aunadamente con la Unidad de Comunicación, la que perfilará las campañas de promoción de la Casa.

Deberá realizar una gestión eficiente de su recurso humano, siendo el responsable de la selección del mismo, su evaluación de desempeño y el estímulo e incentivo constante por el buen trabajo que realicen.

En cuanto a las áreas a su cargo deberá velar por el correcto estado de funcionamiento de las instalaciones en general y de la muestra interpretativa de los pueblos en particular. Deberá prever un plan de mantenimiento y reposiciones de elementos y materiales de ser necesario.

En cuanto a los servicios, coordinará el trabajo de recepcionistas y guías, así como la supervisión del servicio gastronómico (de gestión propia o tercerizada), sanitarios, vigilancia, entre otros.

El mercado artesanal será un espacio en sí mismo que incluirá algo más que una simple exposición y venta, sino que será el último eslabón de un trabajo conjunto que se llevará a cabo con las comunidades en territorio.

Su perfil deberá ser un profesional en turismo con experiencia en la gestión de proyectos culturales.

Recepción y Servicios al visitante

Esta área contará con un Jefe de Area y al menos 13 personas a su cargo distribuidas en las siguientes funciones:

Recepción: serán 3 personas cuya misión principal es la de brindar la bienvenida a la Casa, venta de entradas, explicación de los servicios y actividades, venta de recuerdos y mantenimiento del área de lobby y distribución (limpieza, cartelera, exposiciones transitorias, etc). También cumplirán un rol fundamental en la organización de grupos, distribución y seguridad de las personas que ingresan y egresan del edificio.

Bar-Restó: si bien se deberá definir si este servicio se realizará con gestión propia o tercerizada contará con al menos 3 mozos, 3 personal de cocina, 1 responsable de caja y aprovisionamiento.

Limpieza: contará como mínimo con 3 personas dedicadas en dos turnos a limpieza de espacios comunes, sanitarios y mantenimiento de exposiciones, jardinería y patios internos.

Exposiciones y actividades turísticas

Esta área contará con un Jefe de Area y al menos 4 personas a su cargo distribuidas en las siguientes funciones:

Guías de Turismo: serán 2 y se encargarán de la guiada individual o grupal de las exposiciones y mercado artesanal. Se procurará que los mismos sean jóvenes de las comunidades originarias.

Estarán íntimamente relacionados al montaje de las salas de exposición y una capacitación especializada para conocer y transmitir la realidad de estas comunidades, por ello se relacionarán en forma constante con el equipo de investigación del Area Social.

Deberán encargarse del buen estado de mantenimiento de los elementos expositivos.

También sugerirán las tareas complementarias que pueden realizar en la Casa e informarán de los servicios y actividades turísticas de Tartagal y la región.

Actividades turísticas: se llevarán a cabo por los mismos guías o personal de soporte (según la temporada y número de visitantes) para la realización de talleres (expresiones culturales, lengua, música, etc), actividades recreativas-lúdicas (títeres, disfraces, juegos infantiles, etc), proyecciones cinematográficas o documentales, entre otras.

Esta área será un eslabón importante para promocionar la visita a las comunidades (turismo étnico-comunitario) en su territorio. Articulará con el área de transporte y comunidades que comercializaran este producto.

Mercado Artesanal

Contará con 1 coordinador general y 2 personas de gestión y venta de artesanías.

Deberán velar por el orden, limpieza y acondicionamiento del área de acopio, exposición y venta de las artesanías.

Contará con la permanente y activa presencia de artesanos.

DESCRIPCION DEL AREA DE EXPOSICION

Este es un espacio interactivo donde, a través de distintas tecnologías, exposiciones, fotografía, objetos, juegos y otros elementos se describirán las características de cada etnia.

Cumplirá la función de Ecomuseo o de Museo Etnográfico Vivo, inexistente en Tartagal y demandado por los propios ciudadanos. Los Ecomuseos facilitan el conocimiento de las culturas originarias e impulsa el desarrollo del turismo comunitario a la vez que estudia y valora -con finalidades científicas, educativas y,

en general culturales- el patrimonio general de las comunidades originarias, incluido el ambiente natural y cultural del medio.

El Área de Exposición se dividirá en 7 espacios correspondientes a cada una de las etnias de la región: guaraní, wichi, chorote, toba, tapiete, chané y tulupí.

En cada una de ellas se desarrollan de manera equitativa e integral los siguientes contenidos:

- Ubicación
- Comunidades que forman parte
- Lengua
- Creencia / tradiciones
- Música y Danza
- Artesanía representativa
- Modo de subsistencia tradicional y actual
- Datos de la actualidad

Todos los contenidos serán expuestos de manera atractiva donde primarán fotografías, cuadros sinópticos, videos y audios. Los textos serán pocos, sencillos y esquemáticos. Se sugiere para el montaje recurrir a elementos, materiales y colores con que se identifiquen las etnias.

El contenido será aportado por los antropólogos y sociólogos del Area social pero se sugiere contratar a un museólogo con experiencia en el montaje de centros de interpretación.

MERCADO ARTESANAL Y PRODUCTOS DE LA TIERRA

Este espacio también contará con un lugar de producción, exhibición, acopio y venta de productos locales.

Previo al esquema de exposición y comercialización y en forma permanente se llevarán a cabo **Cursos sobre Técnica** aplicadas a la mejora de la artesanía y calidad, tanto en la Casa como en el campo.

Además, en conjunto con el Área Social, se creará un anexo del **Instituto Provincial de Artesanías** que registrará artesanos, gestionará y pagará los cursos de capacitación y avalará la autenticidad de la artesanía.

FONDO DE ARTESANÍAS

Se sugiere crear un **Fondo de Artesanías**, el mismo funcionará con capital propio que se retroalimentará, para la compra de artesanía para asegurar la fuente laboral de los pueblos originarios. La idea es que la Casa organice a los artesanos de las comunidades, busque sus artesanías previamente tipificadas y acondicionadas por ellos (para lo cual se los capacitará), las acopie en la Casa y venda progresivamente tanto en la Casa, Mercado Artesanal de la Ciudad de Salta y locales de venta en Buenos Aires y Ferias Nacionales e Internacionales que se realicen.

La existencia de un Fondo de Artesanías posibilitará comprar las mismas en el mismo momento de retiro de las cajas de las comunidades. Se puede plantear un esquema de pago del 50 % en dicho momento y el saldo a los 15 o 30 días de entrega.

De esta manera, este Mercado Artesanal/Fondo de Artesanías, permitirán realizar una venta directa de las mismas evitando la comercialización especulativa de terceros y fijando una base de precio de dichas artesanías con valor agregado. Se desarrollará además la cadena de comercialización incorporando otros lugares de acopio, exhibición y venta a lo largo del Corredor Bioético de RN 86 y en Tonono.

El área de acopio en la Casa de los Pueblos Originarios serán salas perfectamente climatizadas y acondicionadas para ello. En cuanto a la exhibición, contarán con vitrinas o expositores desarrollados especialmente e iluminados para destacar sus características.

En dicha zona y patios internos aledaños, se preverá contar con espacio para que los artesanos trabajen en vivo y así mostrar su talento al público. Para ellos se realizará un calendario rotativo por comunidad y tipo de artesanías para que todos puedan participar.

Imágenes de Concepto



Fotos: exposición de diseñadores argentinos en el exterior



Fotos: Objetos de artesanos chaqueños comercializados por Fundación Gran Chaco

Cabe mencionar que no solo se venderá en este lugar las artesanías auténticas sino que también los productos orgánicos que se produzcan en los parajes.

PROYECTO ARQUITECTÓNICO

Como se mencionara anteriormente, se pretende que este gran espacio multicultural se convierta en un Atractivo turístico en sí mismo, por lo cual, el edificio contenedor deberá contar con características únicas que le den un protagonismo especial.

Para el diseño del anteproyecto se sugiere utilizar algunos elementos tales como:

- Concepto de encastre, puzzle, enjambre (en relación a la realidad multicultural)
- Elemento “Árbol” como concepto de vida, trabajar elementos tales como:
 - Raíz= cultura, su lengua, creencias, costumbres, tradiciones, arte, música/danza
 - Tronco-sabia=sabiduría, estructura social, el territorio
 - Ramas y hojas=vida y nuevas generaciones

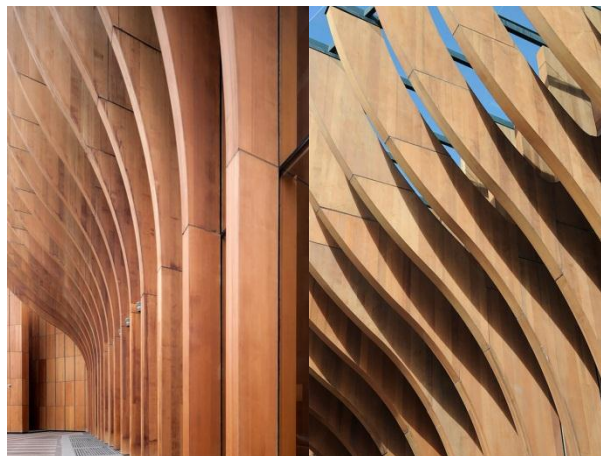
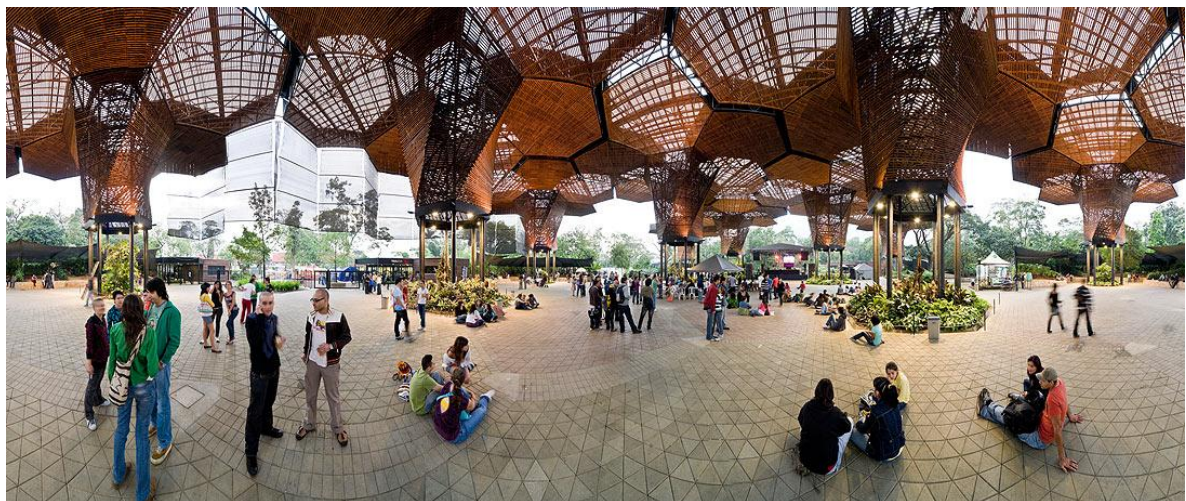
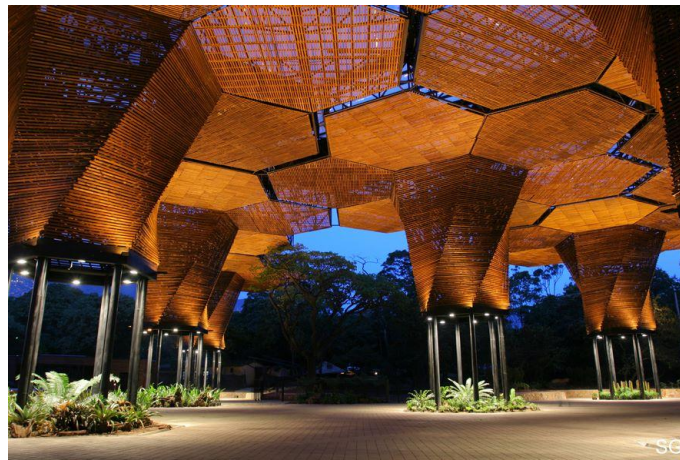


Foto: Luxury Village y Mercury Theatre-Rusia



Fotos: Orquidiario de Medellín - Colombia

- Materiales arquitectónico: maderas, cañas, fibras, tierras-adobes/tapias, hormigón y vidrios
- Colores predominantes: marrones, verdes, blancos
- En cuanto al exterior del edificio sería aconsejable que se integre totalmente al paisaje y que se utilicen elementos de la arquitectura vernácula como el cercado de madera, los techos de paja, los patios abiertos.



Foto: coffee bar-Vietnam



Foto: coffee bar-Vietnam



Foto: Luxury Village y Mercury Theatre-Rusia



Fotos: coffee bar-Vietnam

- La parquización de patios internos y exterior deberá inspirarse en el monte y las yungas, respetando la espacialidad que dominan los pueblos originarios.



Foto: coffee bar-Vietnam

- El interior del edificio deberá reinterpretar el espacio exterior en cuanto a colores, distribución y decoración naturista en cada corredor, aula, salón o baños.



Foto: alfombras del laboratorio El Espartano-Buenos Aires

Necesidades de espacio:

- Lobby de recepción
- Salón de exposición subdividido u organizado en 7 espacios que representen a cada uno de las distintas etnias que habitan el norte salteño. Aquí se montará el área expositiva y venta de artesanías.
- Mercado Artesanal (con sala de acopio)
- Oficinas equipadas con pc, impresoras, escáneres, conexión telefónica e internet, mobiliario para Área Social y Turismo
- Aulas comunes: para dictado de curso de lengua, mitos/tradiciones, artesanías, etc
- Estudio de grabación / aula de música (con islas de grabación) para clases y generación de material documental: video, fotografía, cd, etc. En este lugar también debería instalarse la estación radial.
- Auditorio/sala de prensa

- Espacio exterior, el cual tendrá tanto o más protagonismo que el interior tendrá un tratamiento acorde a la temática que incluye un anfiteatro natural al aire libre. Plaza de los Pueblos, patios de tierra para reunión y capacitación, senderos, área artesanal, área de juegos.
- Servicios Generales: bar, sanitarios, estacionamiento, guardería para niños de las comunidades.

CALENDARIZACIÓN. FECHA DE INICIO. DURACIÓN DE CADA ETAPA.

| | Meses | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|--|--|--|-------------|--|--|--|-------------|--|--|--|
| | 1° semestre | | | | 2° semestre | | | | 3° semestre | | | |
| | 4° semestre | | | | 5° semestre | | | | 6° semestre | | | |
| CASA DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS | | | | | | | | | | | | |
| Realización de estudios de prefactibilidad y búsqueda/definición de terrenos | | | | | | | | | | | | |
| Estudios etnográficos de contenido para exposición | | | | | | | | | | | | |
| Instancias participativas con los pueblos originarios | | | | | | | | | | | | |
| Definición de proyecto arquitectónico y de contenido con inputs de la comunidad | | | | | | | | | | | | |
| Conformación del Directorio Multisectorial | | | | | | | | | | | | |
| Busqueda de espacio físico transitorio (para inicio de actividades) | | | | | | | | | | | | |
| Definición de contenidos expositivos | | | | | | | | | | | | |
| Convocatoria, concurso y selección de profesionales | | | | | | | | | | | | |
| Definición de estructura, funciones, tareas de cada área y responsables | | | | | | | | | | | | |
| Conformación de Departamentos y Equipos de trabajo de Área Social | | | | | | | | | | | | |
| Conformación de Departamentos y Equipos de trabajo de Área Turismo | | | | | | | | | | | | |
| Definición, generación y ejecución de proyectos sociales | | | | | | | | | | | | |
| Definición, generación y ejecución de proyectos turísticos | | | | | | | | | | | | |
| Definición y plan de negocios de las distintas unidades de negocios / empresas sociales como subproductos de la CPO (Mercado artesanal, producc. Sustentable, transporte, etc) | | | | | | | | | | | | |
| Construcción de la Casa de los Pueblos Originarios | | | | | | | | | | | | |
| Montaje y equipamiento CPO | | | | | | | | | | | | |
| Inauguración de CPO | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS. RECURSOS YA EXISTENTES. RECURSOS A OBTENER.

- Edificio Central (proyecto arquitectónico)
- Equipamiento de oficinas
- Profesionales y empleados de la Casa de los Pueblos Originarios
- Exposiciones
- Mercado Artesanal
- Fondo de Artesanías
- Transporte propio CPO

- Generación de documentos de investigación y difusión

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Área Turismo (ver detalle Organigrama-Pag 100)

Cantidad de cursos:

- Curso intensivo a guías de turismo (6 meses)
- Curso intensivo a personal de recepción y mercado artesanal (3 meses)
- Capacitación en artesanías a todas las comunidades (2 años). Cursos bimestrales divididos en 3 zonas a) Tartagal al norte (hasta salvador Mazza) / Tartagal - RN 68 / Tartagal al sur (desde Embarcación)

ANTECEDENTES

A continuación se presentan distintos emprendimientos relacionados con la temática del Proyecto, todos con el objetivo de la interpretación de los Pueblos Originarios de nuestra tierra.

- Museo Chileno de Arte Precolombino – Santiago de Chile
- Centro de Interpretación Arhuaco – Colombia
- El MAPI – Museo de Arte Precolombino e Indígena de Montevideo –Uruguay
- Museo Tuyú Mapu en Gral. Madariaga –Bs As

- Un museo para la Pachamama en Amaicha del Valle -Tucumán
- Proyecto denominado “Plan Estratégico Participativo de Desarrollo Turístico Sustentable del Municipio General Ballivián”. El mismo cuenta entre las propuestas principales diseñadas para el Municipio de Ballivián, la del Desarrollo de la marca “Yungas Wichis” y la de Turismo Comunitario en el contexto de la Comunidad Wichi.
- Un verdadero centro virtual de interpretación de los Pueblos Originarios se encuentra en el interesante sitio Web del canal Encuentro y Conectar igualdad, donde se puede conocer sobre variados aspectos de los Pueblos.
<http://pueblosoriginarios.encuentro.gov.ar/html/>⁴

⁴ Información obtenida de la ficha original de formulación del Proyecto “Ecomuseo de las Culturas Originarias” de MCYT



FICHA DE PROYECTO: **PARQUE
DE AGUA Y
ENTRETENIMIENTO**

Nº 7



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Creación de Atractivos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Inversión privada.

También podría plantearse como un emprendimiento público que tenga gestión propia o tercerizada

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- Se ha detectado la escasa oferta de piscinas públicas o clubes que puedan proveer este tipo de servicios en un lugar donde las temperaturas son precisamente altas y hay una gran demanda de los mismos.
- Inversiones de este tipo estarían destinadas a los mismos tartagalenses y habitantes de Municipios vecinos, además de turistas.
- La posibilidad de generar un atractivo desde el recurso agua invita a la creación de un proyecto original que pueda dinamizar corrientes turísticas hacia este destino y diversificar su oferta y gasto turístico.

Objetivos:

- Crear un emprendimiento original y atrayente del el punto de vista arquitectónico que encuentre su rentabilidad en una oferta de ocio
- Crear opciones recreativas para tartagalenses y turistas
- Crear nuevos puestos de trabajo
- Diversificar la oferta turística de Tartagal
- Incorporar en el parque los recursos naturales de la zona como la flora nativa
- Generar un espacio donde también puedan llevarse a cabo eventos de distintos tipos

- Incrementar el gasto turístico en el destino

DESTINATARIOS

Vecinos de Tartagal, Aguaray, Mosconi y otros Municipios de la región
Turistas

LOCALIZACIÓN

A determinar según inversor. Se sugiere un terreno de características amplias con posibilidad de instalar piscinas de distintas dimensiones, adosada a área recreativa, de servicios y estacionamiento.

PROCEDIMIENTOS

El proyecto consiste en crear un Parque de Agua y Entretenimientos donde se incluyan distintas instalaciones como ser:

- Piscinas lúdicas de distintos tamaños destinadas a adultos y niños. Las mismas podrían incluir chorros de agua, corrientes de agua, etc. Las piscinas para niños, además de contar con poca profundidad podrán estar equipadas con muñecos/toboganes, puentes y túneles de pvc, etc.



Foto: piscina de Orlando World Center Marriot

- Toboganes de agua con distintas alturas.



Foto: Great Hotel - Disney

- Cascadas o cortinas de agua distribuidas en todo el predio.



Foto de concepto

- Plazas con chorros de agua.



Foto de concepto

- Parque de juegos para niños de distintas edades



Foto de concepto

- Anfiteatro natural con escenario



Foto: anfiteatro del ecolodge Puro Mocona-Misiones

- Áreas de descanso con sombra y bancas

Es oportuno hacer hincapié en los sistemas de reciclado del agua y reutilización de la misma.

Si el predio lo permite y cuenta con cursos naturales de agua (arroyos/cascadas) deberá prestarse especial cuidado del recurso e integración al proyecto.

En cuanto a los servicios se propone:

- Área de confitería y resto con un menú de comidas naturales y livianas y carta de juegos naturales y bebidas refrescantes. Podrá contemplar o anexar una heladería.
- Área de baños con duchas, vestuarios y sanitarios
- Área de estacionamiento con vigilancia

CRONOGRAMA

Proyecto que puede demandar un año aproximado de obra.

RECURSOS FÍSICOS

Inversión privada:

- Terreno, obra civil, parquización, equipamiento, puesta en marcha de la empresa, capacitación del personal, promoción.

RECURSOS HUMANOS

Este proyecto generará en al menos 24 puestos de trabajo en pleno funcionamiento

1 Dirección

1 Administración

2 Caja

Mantenimiento/Limpieza: 6

Bañeros 6 (tres piscinas)

Control sanitario: 2

Anfitriones y animadores 6

Servicios tercerizados: confitería, promoción, vigilancia.

Cantidad de cursos:

La puesta en marcha del proyecto incluirá la preparación de bañeros, anfitriones y animadores, a lo largo de 2 meses, en: recreación y esparcimiento, psicología social, primeros auxilios, seguridad y conocimiento del predio/maquinas, ventas y turismo.

RECURSOS FÍSICOS

Agencia con personal capacitado, local de venta, depósito de operaciones y vehículos propios.

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Empleados propios, al menos 5 (1 director, 2 personal de venta, 1 chofer, 1 guía)

Además la agencia de turismo necesitará contratar guías especializados y/o prestadores de turismo alternativo.



FICHA DE PROYECTO: **RUTA**
GASTRONÓMICA

N° 8



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Creación de Atractivos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Secretaría de Turismo y Cultura de la Municipalidad de Tartagal

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Se constató la existencia de una variedad interesante de empresas gastronómica, no obstante ello no se ha detectado originalidad en sus cartas o con existencia de un plato típico del lugar.
- Existen muchos productos naturales y cultivados de la zona de yungas y monte, que nos son aprovechados para innovar en la gastronomía local.
- La gastronomía es una de las experiencias más relevantes de los viajes, genera el espacio para el descubrimiento y la anécdota frutos indiscutibles de un viaje de placer.
- Existencia de recurso humano que podría dedicarse a esta actividad.
- Existencia de comunidades de distintos orígenes desde pueblos originarios, españoles, sirios, árabes, paraguayos, entre otros, los que aportan técnicas y platos típicos de sus terruños.
- La gastronomía y las artesanías son un excelente complemento que ayudan a diversificar la oferta local y provocar un mayor gasto turístico.

Objetivo:

- Aportar a la definición de una gastronomía regional con identidad
- Aportar valor agregado a la oferta gastronómica de Tartagal
- Invitar al turista a degustar sabores y aromas de los productos de esta tierra
- Generar mayores puestos de trabajos directos e indirectos
- Enriquecer la oferta turística de Tartagal y su promoción
- Apoyar a la comercialización de los productos locales de yungas y chaco

- Rescatar materia prima y recetas de los aborígenes de la zona
- Incrementar el gasto turístico en el destino

DESTINATARIOS

Empresarios y emprendedores gastronómicos y de venta de productos típicos.

Los clientes serán todos los turistas que arriben a Tartagal

LOCALIZACIÓN

Este proyecto convocará a todos los gastronómicos preexistentes y potenciales emprendedores asentados preferentemente en el casco urbano y eje de la RN 34.

PROCEDIMIENTOS

El fin es crear una ruta temática a través de la cual el turista deguste en restaurantes, bares y confiterías distintos platos elaborados con materia prima de la zona y que puedan conformar una carta única y regional de platos típicos diferenciados, además de poder incluir en esta ruta la visita a establecimientos de venta de productos típicos como dulcerías, conservas, vinotecas, etc.

Para ello se deberá seguir los siguientes pasos:

- a) Preparación de documentación para el desarrollo del trabajo, imagen institucional del proyecto, detección y cuantificación aproximada de interesados, primera convocatoria.
- b) Primera reunión para explicar proyecto, realizar fichaje de empresas/emprendedores, chequeo de su condición de habilitación en la Municipalidad, firma de acta compromiso para participar del proyecto al menos por 2 años.

- c) Desarrollo de talleres para investigar acerca de productos y platos de la región, su valor nutricional, su transformación en menús variados y originales.
- d) Diseño de la ruta propiamente dicha marcando la ubicación específica de cada emprendimiento, su identificación con un certificado especial expuesto en la vidriera/vereda del mismo, impresión de menús.
- e) Impresión de mapas y folletería específicos.
- f) Promoción del proyecto en Oficina de turismo, principales acceso y terminal de ómnibus. Apoyo con señalización turística temática y toda aquella estrategia contemplada en el Plan de Marketing Turístico (mix de productos)

Se deberá definir la Marca de la Ruta Gastronómica de Tartagal, la que podría contar con algunas palabras o eslogan que ayude a definirla aún más. Un ejemplo aquí presentado, propuesto por la Consultoría de Comunicación, destaca el aspecto de “Etnica”.



Figura: propuesta de diseño de Marca – Consultoría Comunicación

En cuanto al resultado pretendido es poder incorporar a su carta habitual platos elaborados con materia prima de la zona como ser:

| Producto | Platos/delicatesen |
|----------|---------------------------------------|
| Mango | Dulces / helados / conservas /chutney |

| | |
|-----------------|---|
| | /tartas / ensaladas con verdes / salsas |
| Bananas | Tortas, tartas y budines / Disecados / rellenos / Acompañamiento de carnes |
| Miel | Mieles envasadas / caramelos / salsas / aderezos |
| Palta | Salsas / Budines fríos / ensaladas varias / cremas |
| Sojas y porotos | Rellenos / pasteles / conservas / salsas /potajes /escabeches / empanadas |
| Maíz | Humita triangular / pasteles / tortas dulces / ensaladas |

Tabla 2. Propuesta de platos con productos locales. Elaboración propia.

Otro Proyecto representativo dentro de la Ruta Gastronómica es la posibilidad de crear un restaurante único que cuente con una carta basada en los alimentos tradicionales de las comunidades wichi (u otras), el cual, no sólo contaría con una cuidada y esmerada ambientación sino que todo hablaría de un mismo concepto como los muebles artesanales, los individuales hechos con chaguar, etc.

En cuanto a su menú no podría dejar de contar con platos que contengan:

| ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL | |
|------------------------------------|---|
| Carnes | Pato y otros animales que puedan criarse en cautiverio para este fin y otros derivados. |
| Pescados | Pacú, boga, bagre, armado , panzona, surubí, cuchara, dorado, palometa, sábalo |
| Huevos | Huevo de suri |
| ALIMENTOS DE ORIGEN VEGETAL | |
| Frutos | Bola verde, Sacha pera, Duraznos , Sandía, Melón, Chañar, Algarroba, Mistol |

| | |
|-------------------------------------|---|
| Granos, verduras, hortalizas | Calabazas Zapallo, Calabaza de castilla, Calabaza de angola Pepo, Palmera (palmito), Ají del monte, Retusia, Batata Maíz , Poroto del monte |
| Dulces | Néctar del ceibo, Miel de distintas clases de abejas y avispa silvestres |
| Hierbas medicinales | Retusa, Cardo, Ceibo, Ubajay Tasy, Paico, Flor de la pasión |
| Panes y tortillas | De harina de algarroba, harina de maíz |

Tabla 3. Alimentos de pueblos Originarios. Melisa Tejerina-Consultora Social





Figura: localización de posibles establecimientos que conformen la ruta en el corto plazo



Figura: propuesta de diseño de folletería. Consultoría Comunicación, Lic. Belén Oller.

CRONOGRAMA

| RUTA GASTRONOMICA | Meses | | | | | | | | | | | |
|---|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Actividades | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de material explicativo y fichaje | | | | | | | | | | | | |
| Convocatoria y reuniones con interesados | | | | | | | | | | | | |
| Firma de actas compromiso | | | | | | | | | | | | |
| Talleres gastronomicos-Investigación | | | | | | | | | | | | |
| Concurso anual plato típico de la zona | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de imagen indentificatoria y material de soporte | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Local para realizar las reuniones y talleres
- Materiales didáctico y grafico aportado por el Municipio
- Honorarios a profesionales (gastronómicos y turísticos) para dictado de talleres, conformación de menús, diseño de la ruta y promoción de la misma.
- Carcelería y gráfica financiadas por el Municipio y/o Ministerio de Turismo y Cultura.
- Premios para el concurso anual (Municipio y/o Ministerio de Turismo y Cultura)
- Certificación especial a cada empresario/emprendedor que participe del Proyecto Municipio y/o Ministerio de Turismo y Cultura

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

- Un coordinador/Secretario de cultura y turismo de Tartagal
- Un especialista en gastronomía
- Un especialista en turismo

Cantidad de cursos:

- Tres talleres gastronómicos-turísticos duración de una semana cada uno, 4 horas diarias.
- Un concurso anual del plato típico de Tartagal



FICHA DE PROYECTO: **TURISMO**
CULTURAL DE FIESTAS
POPULARES

Nº 9



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- Salta es conocida por su gran oferta cultural de festivales y fiestas típicas. Se destacan a nivel general las fiestas relacionadas a Carnaval, Folklore y Fiestas Patronales. La demanda de este tipo de fiestas populares es sostenida y crece año a año.
- Existe una tendencia creciente de demanda hacia eventos de especial interés como carreras de enduro, running, supervivencia, entre otras.
- Existencia de feriados puentes que favorecen al mini turismo y al desdoblamiento de las vacaciones, excelente oportunidad para captar público de Salta, Jujuy o sur de Bolivia.
- Gran experiencia municipal y de instituciones como la Cámara de Empresarios en la realización de eventos populares/convocantes.
- Necesidad de generar nuevos eventos y fiestas populares que destaquen los valores del destino entre ellos la calidad de los artistas locales y nacionales que además aporte a disminuir los efectos de temporada de baja turística.

Objetivos:

- Destacar los valores culturales y tradicionales del destino a través de fiestas y festivales
- Generar nuevos eventos de tipos folklórico, deportivos o de especial interés a fin de captar mayor cantidad de visitantes y asegurar su derrame económico en el destino

- Optimizar la utilización de la planta turística en temporadas bajas o feriados puente.
- Fortalecer la promoción y posicionamiento del destino a través de los festivales y la prensa que esto genera
- Diversificar la oferta turística de Tartagal
- Generar nuevos puestos de trabajo directos e indirectos relacionado a los eventos

DESTINATARIOS

Público masivo de distintas edades de la región y países limítrofes

LOCALIZACIÓN

Ciudad de Tartagal y alrededores

PROCEDIMIENTOS

Este proyecto será llevado a cabo bajo la coordinación general de la Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal, que contará con personal especialmente designado y capacitado para esta tarea (ver Organigrama propuesto-Área Cultura)

Deberá articular las propuestas con otros actores locales como Cámara de Empresarios, Agrupaciones Carnestolendas, Iglesia y organizaciones religiosas, ONGs, Cámaras y Asociaciones, Empresa de Eventos, otros. Además de articular con otras Direcciones o Áreas de la Municipalidad como Transito, Deportes, etc.

El objetivo principal de este proyecto es:

- Generar eventos de nivel capaces de atraer corrientes turísticas que aseguren un derrame económico en la localidad y fortalezcan el posicionamiento de la ciudad.

- Generar fuentes de trabajo directas en indirectas relacionadas al evento
- Destacar y dotar de valor agregado los recursos culturales con los que cuenta Tartagal y darlos a conocer a nivel nacional e internacional
- Brindar un servicio de acogida de excelencia y que cada visitante tenga un experiencia turística satisfactoria al asistir a un evento

Se ha pensado en un Calendario Turístico anual de eventos convocantes, al margen de que pudiesen existir muchos más festivales, exposiciones, congresos y convenciones, o carreras deportivas que alimenten al mismo.

A continuación se presenta el Calendario, discriminado por mes, lugar de realización y mercado al que puede apuntar. Asimismo se ha destacado en verde las nuevas propuestas de eventos:

| CALENDARIO TURISTICO TARTAGAL | | | | | | |
|--|-------|--|----------|----------|----------|----------|
| | FECHA | DONDE | SEGMENTO | | | |
| EVENTO | | | LOCAL | REGIONAL | NACIONAL | INTERNAC |
| Rally Internacional | ENE | Tartagal-RN 86 | x | x | x | x |
| Carnaval Corso Color | FEB | Ciudad de Tartagal | X | X | X | |
| Arete-Guazu Aguaray/Yacuy y otros | FEB | Aguaray y Tartagal | X | X | X | |
| Expo Anual de Producción sustentable | MAR | Tartagal | X | X | | |
| Encuentro Internacional de Arte Aborigen o Popular | ABR | Tartagal | X | X | X | |
| Día Internacional de la Biodiversidad (22 de mayo) | MAY | Tartagal/Norte Verde | X | X | X | X |
| Suns's race | JUN | Tartagal | X | X | X | X |
| Trichaco | JUL | Santa Victoria Este | X | X | X | X |
| Expomosconi | JUL | Gral Mosconi | X | X | | |
| Virgen de la Peña-Peregrinación | AGO | Tartagal | X | X | X | X |
| Semana cultural "Tartagal Pluriétnica (Día Internacional de los Pueblos Indígenas-8 de agosto) | AGO | Tartagal | X | X | X | |
| Carrera de Aventura | SEP | Tartagal - Predio del Ejército Argentino | X | X | X | |
| Día de la Diversidad | OCT | Tartagal | x | x | | |
| Carrera de Supervivencia en Chaco | NOV | Tartagal-Base Tonono | x | x | x | |
| Fiesta Chica Virgen de la Peña | DIC | Tartagal | | | | |

Tabla 4. Propuesta de calendario anual de eventos. Elaboración propia.

CRONOGRAMA

Todo el año

RECURSOS FÍSICOS

Recursos públicos y privados

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

- Recurso Humano Municipal
- Empresas organizadores de eventos
- Cámara de Empresarios



FICHA DE PROYECTO:

TURISMO DE ESPECIAL INTERES

Nº 10



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Cámara de Empresarios de Tartagal y Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- Disponibilidad de planta turística (alojamiento/gastronomía) en Tartagal
- Innumerables segmentos de mercado que podrían complementar la ocupación hotelera en días o temporadas de baja
- Espíritu empresarial colaborativo
- Existencia de la Cámara de Empresarios de Tartagal
- Existencia de equipamiento de soporte como campo de golf

Objetivos:

- Diversificar la oferta turística de Tartagal
- Involucrar a los empresarios turísticos en la conformación de nuevos productos turísticos que generen nuevos flujos turísticos al destino y mayores ingresos a sus empresas
- Trabajar de manera conjunta y coordinada a través de Instituciones pre existentes como la Cámara de Empresarios
- Trabajar en conjunto sector público y privado en la promoción de nuevos productos turísticos

DESTINATARIOS DE LA PRODUCCIÓN

- Empresas y organismos públicos o privados (cámaras, asociaciones, etc)
- Instituciones educativas y clubes

LOCALIZACIÓN

Ciudad de Tartagal y alrededores

PROCEDIMIENTOS

Procedimientos:

Este proyecto pretende desarrollar modalidades de turismo tales como:

Turismo de incentivo: Empresas que utilizan los viajes de incentivos como estrategia empresarial de motivación para estimular el rendimiento de su personal o dirigido a sus clientes. Muchas veces está relacionado a la búsqueda de actividades lúdicas recreativas para trabajar conceptos de trabajo en equipo, liderazgo, resolución de problemas, etc. Cuando está dirigido a sus clientes se combinan viajes de placer con presentación de productos o actividades recreativas.

En la mayoría de los casos se diseñan programas a medida de gran originalidad, irrepetibles, con muy buenos servicios de soporte como guías/animadores profesionales, alojamiento de alta gama y gastronomía local demandando de una empresa /operador turístico especializado.

Algunas actividades exclusivas pueden ser:

- Golf en Club Alto Verde
- Almuerzo temático en grande carpas decoradas en predio del Ejercito
- Trekking con avistaje de aves en Sendero El Chorro

- Cena-show en hotel o cena a la luz de la luna en medio de la selva
- Safari fotográfico por los alrededores
- Visita y medio día de convivencia con artesanos de pueblos originarios de la zona.



Foto de concepto

Turismo Educativo: desplazamiento de grupos estudiantiles (de distintos niveles) con un fin educativo o recreativo.

En el primer grupo pueden incluirse visita a plantas de proceso agro-industrial, forestales o petrolero, museos, lugares históricos o emblemáticos, centros culturales, eventos de especiales, otros.

Para Tartagal se sugieren dos rutas temáticas:

- a) Por las huellas del petróleo
- b) Por las huellas de los pueblos cazadores recolectores del chaco y yungas

En el segundo grupo pueden incluirse campamentos, giras de fin de curso, visita a parques temáticos como el Parque de Agua, entre otros.

Este segmento está destinado alojamiento de tipo comunitario u hoteles sencillos de 2 o 3 estrellas. Sí consumen gastronomía y actividades.



Foto de concepto

Para lograr captar estos segmentos turísticos de interés será necesario contar desde una Institución (potencialmente la Cámara de Empresarios de Tartagal) un profesional dedicado a tiempo completo a esta actividad (y a la realización de eventos – ver Proyecto relacionado) la cual tendrá como rol principal:

- Reunirse con los empresarios turísticos
- Definir calendario disponibles de plazas
- Definir paquetes turísticos con tarifas que incluyan traslado-alojamiento-gastronomía-actividades
- Generar material promocional de apoyo
- Marketing directo con empresas de Salta, la región y países limítrofes. Marketing directo con directoras de escuelas/docentes así como presidentes de clubes o dirigentes sindicales.
- Realizar fam tours con docentes

CRONORGAMA

| TURISMO DE ESPECIAL INTERES | Meses | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Búsqueda de responsable | | | | | | | | | |
| Reunión con los empresarios turísticos | | | | | | | | | |
| Definir calendario disponibles y precios | | | | | | | | | |
| Generación de material promocional de apoyo | | | | | | | | | |
| Marketing directo con empresas e instituciones educativas y otras organizaciones | | | | | | | | | |
| Realización de fam tours con docentes | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

Estrategia promocional para captar los segmentos de interés

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

- Persona dedicada full time a la búsqueda de clientes
- Operador especializado encargado del diseño y comercialización del producto
- Coordinadores y animadores



FICHA DE PROYECTO: **TURISMO
CULTURAL RELIGIOSO**

Nº11



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Comunidad Franciscana (Padre Rubén Sica) y voluntarios

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- El turismo religioso como modalidad es una de las más antiguas formas de desplazamiento y motivación. Incluye visita a Santuarios/Iglesias, Sitios Santos, Conventos, Festividades/Acontecimientos especiales, Peregrinaje, entre otros.
- Las peregrinaciones a los "lugares santos", son destinos de concentración de la expresión de sus creencias, siendo motivo del desplazamiento de cientos de visitantes. A estos santuarios, principalmente en Europa, se han agregado servicios diversos motivando una mayor estancia de los peregrinos en estos lugares como museos, recorridos especiales y actividades alternas. Incluso se han creado, pueblos o "mini ciudades santas", haciendo que el visitante tenga la sensación de estar en un sitio especial, así incrementa su estancia y derrame económico.
- Este tipo de turismo no se basa en estacionalidad, se puede sostener a lo largo de todo el año.
- Salta es una provincia identificada como lugar de Fe. Cuenta con un gran desarrollo del turismo religioso, basta con mencionar las celebraciones en torno a sus Santos Patronos, el Señor y la Virgen del Milagro, y de manifestaciones como la Virgen del Cerro, sin contar todas y cada una de las fiestas patronales del interior provincial.
- Santuario Virgen de la Peña identificado como uno de los principales sitios Marianos en el país.

- Organización religiosa Francisca, y sus voluntarios, muy sólidos en la organización del peregrinaje y festejos relacionados a los Honores a la Virgen de la Peña.
- Gran cantidad de peregrinos a nivel regional que llegan a Tartagal con motivo de la Fiesta de la Virgen de la Peña.
- Santuario en excelente estado de conservación, muy buena accesibilidad, con un entorno paisajístico de gran belleza y biodiversidad, con equipamiento para la recepción de peregrinos y visitantes (Área de merenderos y baños)
- Disponibilidad de circuitos eco turísticos, uno de ellos con Estaciones del Vía Crucis.

Objetivos:

- Generar un producto turístico de tipo religioso durante todo el año
- Difundir aún más el culto de la Virgen de la Peña a través de la promoción de sus Fiestas Principales y el Peregrinaje, posicionando simultáneamente el Destino Tartagal.
- Sumarse a otras estrategias de promoción de la Provincia como destino de Turismo Religioso
- Generar nuevos flujos de visitantes a Tartagal
- Brindar una red articulada de servicios al peregrino, estimulando a una mayor estadía y experiencia de viaje inolvidable.
- Optimizar la ocupación de la planta turística y equipamientos con la llegada de contingentes de peregrinos
- Favorecer al intercambio cultural, el entendimiento y la tolerancia entre turistas/peregrinos y el residente local.

DESTINATARIOS

Turistas/peregrinos de todo el mundo especialmente segmento de turistas regionales, argentinos, bolivianos y paraguayos.

Según lo propuesto cada año se espera contar con la visita de delegaciones internacionales para incentivar el culto a la Virgen de la Peña.⁵

LOCALIZACIÓN

Santuario Virgen de la Peña-Yariguarenda y Ciudad de Tartagal.

PROCEDIMIENTOS

De acuerdo a los relevamientos llevados a cabo y la entrevista con el Padre Rubén Sica y Valeria Fuensalida, se considera a su labor como excelente, el empeño y trabajo puestos al servicio de la Virgen da sus resultados al constatar la gran cantidad de peregrino que crece año a año al igual que la organización y coordinación de todas las actividades que se realizan.

Más allá del significativo hecho religioso, se propone, desde el punto de vista turístico, incorporar nuevos servicios, actividades y estrategias de promoción para complementar la visita al Santuario.

⁵ En el "Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000", se estima que cada año los centros de culto religioso reciben entre unos 220 - 250 millones de personas, de las cuales aproximadamente 150 millones, es decir un 60 - 70 por ciento, son cristianos. Asimismo se estima que tan sólo en Europa, alrededor de 30 millones de cristianos, sobre todo católicos, dedican sus vacaciones (o una parte de ellas) a realizar una peregrinación. Tan solo en Polonia en las migraciones de peregrinación participan cada año unas 5 - 7 millones de personas (más del 15 por ciento de la población).

A los centros de culto religioso más grandes en el mundo cristiano, que atraen en total a casi 25 millones de peregrinos (el 15 por ciento de los fieles migratorios de esta religión), pertenecen: Roma con el Vaticano (aproximadamente 8 millones), Lourdes (6 millones), Claromontana (4 - 5 millones), Fatima (4 millones) y Guadalupe, México (2 millones).

En cuanto a la creación de nuevos atractivos se propone:

1) Creación del Sendero “Lugares Marianos del Mundo”

Venerada de diversas formas a lo largo de los tiempos, la Virgen María, es una presencia constante en todo el mundo católico. Por ello, a fin de generar lazos de hermanamiento, difundir el mensaje de la Virgen y dar a conocer especialmente el Culto a la Virgen de la Peña, se propone generar a lo largo del camino de acceso (de la RN 34 hasta el Santuario), un elemento simbólico y/o espacios dedicados a distintas advocaciones de la Virgen. Podría realizarse uno por año con la idea de invitar a delegaciones del mundo a compartir la Peregrinación y Festividad a la Virgen de la Peña con la correspondiente inauguración del sitio conmemorativo. Debería complementarse con una estrategia de promoción de Salta y Tartagal en el país/ciudad invitado para tal acontecimiento.

Algunas advocaciones sugeridas son: Virgen de San Nicolás (Buenos Aires), Nuestra Señora de Luján (Buenos Aires), Virgen de Fátima (Portugal), Virgen de Guadalupe (México), Virgen de Lourdes (Francia), Nuestra Señora de la Salud (India), Nuestra Señora Aparecida (Brasil), Nuestra Señora de África (Argelia), Nuestra Señora de Loreto (Italia), Virgen de Copacabana (Bolivia).

2) Creación de Sala de recuerdos

Se propone, en adyacencias al Templo, la construcción de una pequeña sala para la venta de recuerdos como pequeñas imágenes, postales, libros, gorras, otros souvenirs, además de artesanías típicas relacionadas a la temática religiosa como rosarios de semillas de la zona.

Con este proyecto que completa la visita a lugares santos, y forma parte de la experiencia, se crean nuevos puestos de trabajo, además de generar un intercambio cultural entre el tartagalense y el peregrino visitante.

3) Creación de "Casas del Peregrino".

Estos establecimientos pueden implementarse, haciendo uso de algunas casas preexistentes o nuevas de los alrededores de Yariguarenda y la ciudad de Tartagal para recibir a Peregrinos.

Las mismas deberían estar inscriptas en un registro de casas de peregrinos administrado por la Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal quien cumpliría además el rol de fiscalizador.

Se propone una central de reserva on line a fin de organizar las reservas de las casas con un sistema rotativo para asegurar el trabajo de todos los emprendedores que conformen la red.

Entre los servicios a ofrecer pueden mencionarse:

- Salas y algunos dormitorios que les permitan descansar por lapsos breves.
- Alojamiento en habitaciones privadas para pernoctes de una o más noches
- Comedores de carácter rústico en que se ofrezcan alimentos típicos de fácil preparación y precio accesible.
- Lugares de guarda de equipaje (fichado y documentado) por breves períodos a fin de facilitar la visita

4) Promoción del turismo religioso

Se proponen algunas acciones tales como:

- Mejora del sitio web: si bien el Santuario cuenta con una pagina web completa e interesante, se recomienda incorporar algún cambios más bien relacionados con el formato, el cual debería ser tipo scroll con gran protagonismo de las redes sociales, donde puedan verse videos, más fotografías, comentarios y testimonio de los propios peregrinos. Claro está que en este sitio web se informará acerca de Casas de Peregrinos y el Programa de Voluntariado.
- Estrategia de visita a operadores de turismo religioso: esta acción consistirá en conformar una base de datos de estos operadores y llevarles una

propuesta de Programas Especiales durante el año con las Festividades más importantes y los servicios disponibles para el peregrino. Esta acción requerirá también la coordinación previa, con la Dirección de Cultura y Turismo y los empresarios de Tartagal, para definir tarifas y otros detalles del servicio.

- Edición de Guía de Turismo Religioso de Salta: a fin de actualizar y reeditar la Guía de Turismo Religioso de la Provincia se sugiere editar el material gráfico correspondiente. A ésta guía se debería editar un Folleto especializado del Santuario de la Virgen de la Peña.
- Promoción de Salta y Tartagal en los Destinos que formarán parte del Sendero “Lugares Marianos del Mundo”. Esta acción requerirá de una planificación anual previa con un plan de promoción específico para cada sitio.

5) Programa de Voluntariado

El turista de tipo religioso muchas veces también está interesado en realizar labores sociales o altruistas, por ello se sugiere que la Organización cuente con una persona que detecte proyectos sociales potenciales en Tartagal, que puedan ser calendarizados durante el año para búsqueda de empresas/personas interesadas en financiarlos y también voluntarios que deseen ejecutarlos (deben ser proyectos puntuales factibles de realizar en pocos días como ser construcción de puestos sanitarios, cercado de predios, pintada de escuelas, construcción de muebles para talleres, etc). También puede relacionarse este proyecto al de Turismo de especial Interés-Incentivo para que empresas hagan llegar sus aportes, ideas y trabajo. Las fichas de Proyectos sociales deberán contener al menos la siguiente información:

| Proyecto | Ubicación | Descripción | Recursos físicos y humanos necesarios | Presupuesto | Calendario de ejecución | Beneficiarios | Voluntarios |
|----------|-----------|-------------|---------------------------------------|-------------|-------------------------|---------------|-------------|
| XXX | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|
| XXX | | | | | | | |
| XXX | | | | | | | |

Tabla 5. Fichaje de Proyectos Sociales. Elaboración propia

6) Centro de Interpretación de la Reserva Natural del Área Serrana de Tartagal

Relacionado a los proyectos antes citados y con el fin de ofrecer mayores servicios y actividades en el predio de Yariguarenda, se sugiere la construcción del “Centro de Interpretación de la Reserva Natural del Área Serrana de Tartagal” para quienes, además de visitar el santuario, este atraídos por descubrir y contactarse con la naturaleza del lugar.

Este proyecto también incluye mejorar y señalizar los eco senderos Virgen de la Peña y El Chorro (autogestionado y/o con servicio de guías tercerizado) (ver Proyecto de Eco turismo)

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| TURISMO RELIGIOSO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Armado de Programas de Turismo religioso | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Visita a operadores especializados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Construcción de Sala de venta de recuerdos y producción de mercadería | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Centros de interpretación ambiental y senderos (ver cronogramas relacionados) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y programación de Sendero de Lugares Marianos del Mundo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Construcción de sitio 1 de Sendero de Lugares Marianos del Mundo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Armado de campaña promocional Sendero de Lugares Marianos del Mundo en destino elegido | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoción de Sendero de Lugares Marianos del Mundo en destino elegido | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planificación y reglamentación de Casas del Peregrino | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Difusión y registros de Casas del peregrino-fiscalización | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Incorporación de mejoras en el sitio web | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planificación del programa de voluntariado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Puesta en marcha del Programa de Voluntariado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Dinero para construcción de sitios del sendero Lugares Marianos del Mundo
- Materiales para Sala de venta de recuerdos
- Promoción especializada: guías, folletos, web, viajes, etc
- Registro de Casas del Peregrino
- Recursos para ejecutar los Proyectos del Programa de Voluntariado

RECURSOS HUMANOS.

- Franciscanos instalados en el Santuario
- Voluntarios
- Habitantes de Yariguarenda y alrededores
- Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal



FICHA DE PROGRAMA:

SERVICIOS TURÍSTICOS

Nº 3



PROGRAMA PERTENECIENTE A LA UDG:

Ciudad Pluriétnica

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

DESCRIPCION

La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino para su disfrute y consumo. Es un todo integrado de servicios netamente turísticos y no turísticos que en conjunto definen la imagen de un destino.

Los servicios turísticos están ofrecidos por empresas turísticas que conforman el negocio de alojamiento, la gastronomía, el transporte, las agencias de viajes, el ocio, la cultura, las compras, los eventos, entre otros.

Para el caso de Tartagal se propone focalizar en dos servicios fundamentales, hoy inexistentes, que son agencia de viajes y empresa de eventos que en conjunto con otras empresas del sector (hotelería, gastronomía, etc) puedan diversificar la oferta del destino.

OBJETIVOS

- Desarrollar cadenas de comercialización de los productos y servicios de Tartagal
- Generar nuevos negocios turísticos rentables que sumen actividades y servicios a otras empresas del sector
- Estimular la conformación de cluster turísticos regionales que potencien la actividad en la región
- Trabajar conjuntamente con operadores turísticos de Salta y Buenos Aires para captar mayores flujos de turistas
- Trabajar en conjunto con otras empresas de Tartagal y la región para dinamizar la economía
- Generar eventos atractivos que movilicen grupos de visitantes a este destino

- Llevar adelante un trabajo conjunto público-privado en lo referente a promoción y comercialización del destino

PROYECTOS PERTENECIENTES AL PROGRAMA

- Creación de empresas de servicios turísticos



FICHA DE PROYECTO: **CREACIÓN**
DE EMPRESAS DE
TURISMO

Nº12



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Servicios Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Ciudad Pluriétnica

COORDINACION

Empresarios locales

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Del Diagnóstico realizado se pudo constatar la existencia de una cantidad interesante de alojamientos y establecimientos gastronómicos, los cuales, junto con el transporte, son básicos y fundamentales para el surgimiento de cualquier destino turístico, sin embargo ello, las dos agencias de turismo registradas no cuentan con oferta de excursiones turísticas regulares.
- Del análisis de la demanda y entrevistas realizadas, el principal público que sustenta la planta turística es el de hombres de negocios. Solo en coincidencia con la realización de eventos convocantes, las plazas hoteleras desbordan en cuanto a turistas.
- Se ha iniciado un proceso de estímulo y divulgación del destino con operadores salteños que, potencialmente, podrían comercializar el destino con un “producto regional” Norte Verde. Al respecto se realizó hace pocos meses un fam tour con agentes de viajes.
- Relacionado a lo que se menciona anteriormente, los eventos han comenzado a ocupar gran parte de la agenda municipal y de la Cámara de Empresarios, que son los organismos que generan este tipo de oferta y presenta una gran oportunidad para el surgimiento de una empresa organizadora de eventos.
- Existencia de Normativa Nacional y Departamento de fiscalización provincial que regulan la actividad.

Objetivos:

- Desarrollar una cadena de comercialización de los servicios y actividades del destino Tartagal

- Interactuar en la promoción turística del destino, generando alianzas público-privadas, llevar adelante acciones tales como fam tours y fam press
- Generar nuevas alternativas y ofertas turísticas de Tartagal, acordes a la demanda y la época del año
- Encontrar en los eventos institucionales / corporativos nuevos segmentos de mercado a desarrollar
- Aportar al crecimiento de llegadas turísticas al destino y el consiguiente impacto económico
- Generar nuevos puestos de trabajo
- Interactuar con el resto de empresarios de la región para ofrecer programas turísticos de distinta duración en la región Norte Verde.
- Registrar y fiscalizar las empresas del sector

LOCALIZACIÓN

Ciudad de Tartagal

PROCEDIMIENTOS

Operador de Turismo Receptivo

Para contar con una empresa de este tipo existente tres caminos posibles:

- 1) Captar la atención de un operador turístico de Salta. Esta solución es a corto plazo y consiste en conversar con algún operador turístico de Salta Capital que manifieste interés en el destino a fin de proponerle un beneficio que lo tienta a instalar una sucursal en Tartagal. En cuanto al beneficio podría consistir en brindarle sin cargo un local por 3 años para sus operaciones; pagarle por un año el sueldo de un empleado para que, además de generar

una fuente de trabajo, reciba la capacitación correspondiente de parte de la agencia.

- 2) Nueva empresa de viajes y turismo receptivo. Este modelo es una inversión y gestión totalmente privada. Una alternativa para que esta agencia obtenga una sustentabilidad económica, especialmente en los primeros 3 años de vida podría ser la de proveerle la administración del Parque de Agua y Entretenimientos.
- 3) Transporte turístico. Una tercera opción intermedia, sin llegar a ser una empresa de viajes, es que el Municipio invierta en una unidad de transporte turístico que cuente con un recorrido regular preestablecido por la ciudad y sus alrededores. Podría operar desde la Plaza San Martín y así utilizar también la Oficina de Turismo actual para la operación de este servicio.

Esta empresa de viaje y turismo podría contar con un área de “turismo emisor” destinada a los tartagalenses que deseen realzar viajes a otras partes del país y el mundo proveyéndoles la comercialización de pasajes aéreos, terrestres, cruceros, hoteles y otros paquetes turísticos. Y un área (la que interesa a fines de este proyecto puntual) que es la de “turismo receptivo” encargada de comercializar servicios y excursiones locales y que puede trabajar articuladamente con la empresa organizadora de eventos para proveer de los servicios de soporte (transporte, excursiones, hoteles, etc)

Los servicios turísticos son innumerables pero podrían estar organizados por productos turísticos:

- **Tartagal Ciudad Pluriétnica:** esta excursión consistirá en la visita a la Casa de los Pueblos Originarios y los principales puntos de la ciudad (costanera Río Tartagal, Plaza San Martín, mirador de La Loma), otros. También haría uso de los servicios de la Ruta Gastronómica.
- **Turismo étnico comunitario:** producto que consistirá en la visita y convivencia en comunidades ubicadas sobre RN 86 o RN 34 (Yacuy y

Yariguarenda), disfrutando de sus artesanías, paseos por el monte chaqueño, degustando comidas típicas y durmiendo en sus casas).

Otra excursión relacionada puede ser la visita de varias comunidades de distintas etnias (y por ende de distintas costumbres, artesanías, etc) en un solo día y que abarque varios Municipios de los alrededores.

- **Turismo religioso:** producto turístico basado en la visita a la Virgen de La Peña en Yariguarenda y la obra de la orden Franciscana. Esta excursión podría incluir visita a Tartagal y su Ruta Gastronómica, visita al Santuario con caminata, compra de recuerdos artesanales en el Santuario y un segundo y/o tercer día de convivencia y retiro espiritual en el predio.
- **Turismo naturaleza y aventura:** este producto incluirá distintas propuestas como trekking por ecosenderos, día de spa en las serranías de Tartagal, cabalgatas por las Yungas, avistaje de aves, visita a los Centros de Interpretación y sus senderos (en zona Serrana y Chaco), paseos 4x4 a Tonono y sus alrededores visitando el Centro de Interpretación.
- **Turismo de incentivo:** servicios de apoyo logístico y operativo para la empresa de eventos o generación propia de paquetes para empresas y sus empresarios y clientes.

Empresa de Organización de Eventos

En cuanto a la empresa de organización de eventos, sus posibilidades son amplias, podría contar con gama de productos divididos en:

- Congresos y Convenciones/Workshop
- Eventos deportivos
- Eventos culturales
- Incentivo
- Ferias y exposiciones

Esta empresa puede ser una gran empleadora de recurso humano que, aunque temporal, en una primera etapa, a futuro podrá contar con una planta de personal estable. Una forma de amortizar esta empresa es lograr que el inversor cuente con una unidad de negocios permanente como un salón de fiestas sociales que pueda usar de base operativa y ventas además de una cantidad estable de personal.

Recurso Humano propuesto:

- Director General (1)
- Personal de venta (1)
- Personal para eventos (algunos ejemplos):
 - Para congresos y convenciones: personal de logística y organización general, personal de recepción y acreditación, personal técnico de quipos informáticos y audio, catering (personal gastronómico y mozos), guías y coordinadores, seguridad, logística (armado de salones, transporte de material, etc) otros.
 - Para eventos deportivos: técnico y responsable deportivo y organización, personal de recepción, información y distribución, banderilleros, seguridad y rescate, catering para corredores, asistentes de prensa, logística (cercado de predio, tribunas, carpas, baños químicos, etc), etc.
 - Para eventos culturales: personal de logística y organización general, logística (armado y cercado de predio, escenario, iluminación y sonido, carpa para artistas, etc), recepción y asistencia a artistas y prensa, transporte, venta de entradas, servicios dentro del predio, etc.

Si bien esta empresa podrá iniciar sus actividades alquilando gran parte de sus insumos (en la medida de encontrarlos en Tartagal), podría plantearse un esquema de inversión progresiva en:

- Equipos de proyección, audio e iluminación,

- Carpas para eventos
- Sillas, mesas, mantelería y vajilla
- Estructuras estandarizadas para carteles y banners, mástiles de banderas
- Transporte de logística
- Software para eventos
- Otros.

Indefectiblemente esta empresa tendrá una gran interacción con otros empresarios locales, el organismo local de turismo, sus clientes y los asistentes al evento.

Entre sus clientes pueden listarse:

- Gobiernos nacionales, provincial, municipal
- Universidades
- Empresas Privadas
- Asociaciones/colegios/ cámaras
- Particulares
- Grupos de afinidad
- Clubes o grupos deportivos

Entre sus servicios se ofrecerá:

- Armado y planificación integral del evento
- Marketing propio del evento
- Personal para el evento (lo que incluirá capacitación específica)
- Logística y coordinación del evento
- Actividades para asistentes y acompañantes

- Actividades pos evento

Registro de empresas de servicios turísticos

En paralelo a la creación de empresas de servicio turístico se recomienda la creación de un registro municipal de Turismo, el que recogerá los datos de todas las empresas habilitadas por el MCYT de Salta (caso de hoteles y agencias de viajes) y la de la propia Municipalidad.

También se incorporará a este Registro aquellas empresas como:

- Buses
- Rentadoras de Autos
- Remises que cuente con unidades especiales para servicio de transfers turísticos
- Discotecas
- Otras empresas de entretenimiento

CRONORGAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| CREACION DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURISTICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OPERADOR DE TURISMO RECEPTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio de tramites permiso precario Mintur | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de cartera de productos, búsqueda de personal y capacitación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tramites de licencia provisoria a definitiva | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio de actividades | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creación y administración de unidad de negocio complementaria | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EMPRESA DE EVENTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de cartera de productos, búsqueda de personal y capacitación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Busqueda y alquiler de local | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inverisiones mínimas iniciales | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio de actividades | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Busqueda de clientes | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio de eventos | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

UDG de la Producción Sustentable



FICHA DE PROYECTO:

TURISMO RURAL

N°13



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Producción Sustentable

DENOMINACIÓN DE LOS EJECUTORES. MARCO INSTITUCIONAL

Esta es una actividad destinada al sector privado, empresarios agrícolas o ganaderos, (o pequeños emprendedores), que deseen diversificar sus actividades y estén dispuestos a abrir sus puertas al turismo.

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- La importancia de la actividad agrícola ganadera y forestal del Municipio es una de las principales de su base económica
- Son muchos los emprendimientos y establecimientos que ya cuentan con una estructura base que utiliza para desarrollar habitualmente su actividad y que podría verse reaprovechada por nuevas actividades como el turismo.
- Necesidad de crear nuevos puestos de trabajo en el área rural altamente tecnificado y con escasos puestos de trabajo disponibles.
- Complemento con otras actividades de turismo como rutas gastronómicas, alojamiento, paradores, etc.

Objetivos:

- Diversificar la oferta turística de Tartagal
- Generar fuentes de empleo en ámbitos rurales y sostener las mismas
- Promover el arraigo en el campo y generar ingresos a través de micro emprendimientos
- Acompañar a emprendedores turísticos rurales con asesoramiento y promoción de sus proyectos
- Dotar de señales temáticas a rutas culturales rurales

DESTINATARIOS

Turistas nacionales o extranjeros (preferentemente bolivianos y paraguayos), familias o parejas que buscan conocer las prácticas agrícolas – ganadera de la zona, ideal para la oferta de fines de semana largos o vacaciones.

LOCALIZACIÓN

En toda el área Unidad de Gestión Producción Sustentable

PROCEDIMIENTOS

El turismo rural es “toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones y que permite al visitante conocer, compartir y/o aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y/o culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales” (PRONATUR- Proyecto Nacional de Turismo Rural).

Para ello se plantea en un corto plazo sensibilizar a empresarios del sector acerca del turismo a través de un Encuentro Regional de Turismo Rural donde se exponga los beneficios de esta modalidad de turismo.

De dicho encuentro detectar empresarios/emprendedores interesados y asesorarlos en el montaje de la actividad sin que influya en el desenvolvimiento habitual de sus tareas.

Algunas de las propuestas turísticas que podrían incluirse en el producto de turismo rural de Tartagal son:

- **Restaurantes de Carnes Asadas:** este proyecto podría adecuarse a establecimientos ganaderos.
- **Visita a plantaciones forestales y sus plantas de procesamiento:** para obtener conocimiento de los tipos de madera de especies autóctonas e

implantadas, su utilidad y productos finales que comercializan como ser muebles, aberturas, artesanías, etc.

- **Visita a huertas de productos orgánicos y derivados.**
- **Alojamiento rural:** en establecimiento con instalaciones preexistentes o nuevas, a fin de recibir turistas.
- **Visita a pueblos originarios:** En cuanto a emprendimientos de menor escala/inversión pueden incluirse a las comunidades guaraníes dedicadas a la agricultura y animales de granja para que, de una manera amena puedo conocerse su modo de subsistencia y tener un contacto cultural. Este proyecto se complementa con los correspondientes a turismo étnico-comunitario de las distintas zonas.

CRONORGAMA

Actividad disponible durante todo el año, ver ciclos de vida de producciones complementarias para tener una oferta variada.

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| TURISMO RURAL | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| Planificación de Encuentro Regional de Turismo rural | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Encuentro Regional de Turismo Rural y detección de interesados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Filtro de proyectos viables dedicados al agroturismo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mentoría y asesoramiento para el montaje del proyecto e inserción en le mercado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajo con comunidades originarias con actividades agrícolas/artesanales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Señalización turística y promoción del producto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Inversión privada
- Encuentro y estímulo inicial a cargo de MCYT

- Honorarios de experto en turismo rural (3 años) y capacitadores (2 años)

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Profesional experto en turismo rural contratado por 3 años para asesorar y acompañar el montaje de al menos 3 proyectos de la temática.

Cantidad de cursos:

Lanzamiento inicial del Encuentro Regional de Turismo Rural

Curso intensivo de 2 años a interesados. Clases impartidas cada 15 días, divididas en 2 jornadas.



FICHA DE PROYECTO: **TURISMO
DE OBSERVACIÓN DE
AVES**

Nº14



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Desarrollo de Productos Turísticos

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

UDG Producción Sustentable.

COORDINACION

Dirección de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Tartagal/ Mincyt

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Existencia de ecoturistas de Intereses Especiales y Naturistas que gustan de experiencias con la naturaleza, ornitólogos específicos y aficionados a la observación de aves.
- En la micro-región se encuentra un Reserva Provincial (Acambuco) y 5 AICAs (Áreas Importantes para la conservación de la Aves), integrando un total de 252.000 hectáreas.
- La riqueza biográfica del Departamento la convierte en el hábitat de 360 especies de aves, que representa el 54 %, del total de especies de aves de la Provincia.
- Las Región presenta especies globalmente amenazadas y endemismos muy marcados que lo convierte en un sitio clave o Hot Spot.
- El Área concentra 11 Especies Globalmente Amenazadas, entre las que figuran el Ganzo del Monte, El Aguila Coronada, el Aguila Solitaria, El Aguila Poma y Guacamayo Verde.
- Necesidad y posibilidad de articular este producto a nivel regional. Un corredor interesante es el que articula Campo Largo. Alto Macueta, Río Carapari, Limoncito, Embalse de Itiyuro y su articulación a través de rutas de enlace 34 y 81 con Campo Duran y AICA 06 Chaco del Tartagal “Siguiendo la Senda de Guacamayo Verde”

- Por su parte, otra travesía interesante es el circuito circular entre Tartagal, Aguaray, Lagunas las Catas, Acambuco, San Pedrito, y Campamento Vespucio. “La senda del Yaguarete”

Objetivos:

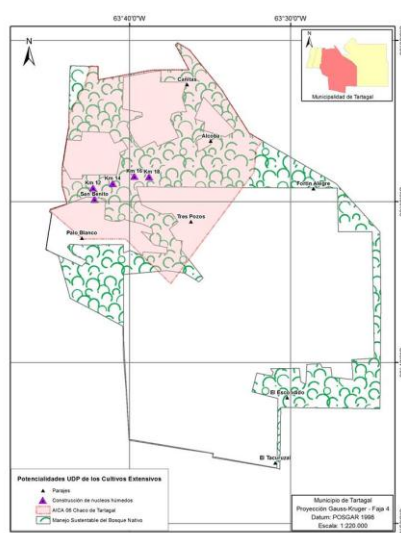
- Diversificar oferta turística en Tartagal y dotarla de mayores equipamientos.
- Combinar actividades ecoturísticas como avistaje de aves con turismo rural y travesías en 4x4
- Generar nuevas fuentes de trabajo a comunidades originarias con la capacitación a sus jóvenes como guías especializados de aves.
- Aprovechar la existencia de Áreas protegidas, corredores biológicos y Aicas en la región que posibilitan la existencia y perdurabilidad de una rica avifauna
- Generar nuevos centros de interpretación a fin de difundir la conservación de las aves

DESTINATARIOS

Idem proyecto Observación de Avenas de Áreas Protegidas Serranas de Tartagal.

LOCALIZACIÓN

Zona centro norte del Municipio. Se sugiere acceso desde RN 34.



Fuente: Avance Consultoría Ambiental Plan Estratégico de Tartagal

PROCEDIMIENTOS

En Tartagal se encuentra el Área de Importancia para la Conservación de las Aves denominada Chaco de Tartagal, (AICA SA 06, Di Giacomo et al. 2007). “El AICA Chaco de Tartagal es una Ecorregión del Chaco Seco y está clasificada de acuerdo a los criterios de conservación como A1 y A3. En este sentido, el ñandú (*Rhea Americana*) y el águila coronada (*Harpyhaliaetus coronatus*) están clasificados como A1 casi amenazada y el peligro, respectivamente. También posee 13 endemismos de biomas clasificados como A3. El área es de propiedad privada y no posee protección. Es una zona boscosa con estepa arbustiva y sabanas...

En cuanto a la importancia ornitológica, constituye una zona transicional entre el Chaco y el piedemonte en el espacio entre la cuenca de los ríos Bermejo y Pilcomayo. Se considera de importancia para el mantenimiento de la conectividad de ambientes chaqueños”⁶

Según datos aportados por Ministerio de Cultura y Turismo se menciona que esta Área ha sido muy depredada, salvable en zonas entorno a Campo Duran, no obstante es materia de prospección.

Para poder desarrollar un producto turístico en este sector será necesario:

- 1) Contar con los permisos correspondientes del propietario de la Finca.
- 2) Realizar un estudio del estado ambiental y ornitológico del AICA
- 3) Determinar los caminos exactos de acceso al AICA y contemplar su mantenimiento
- 4) Crear un área mínima de recepción al visitante con vivienda para al menos un guardafauna y un pequeño Centro de Interpretación con cartelería especializada
- 5) Diseño y delimitación de senderos y miradores de aves
- 6) Capacitación de guías locales especializados
- 7) Desarrollo de un plan anual de gestión y promoción del área. Los mismos deberán complementarse con los otros senderos de observación de aves del Municipio.
- 8) Se propone además realizar un concurso artístico entre las comunidades de pueblos originarios para la creación de un conjunto escultórico dedicado al ñandú y águila coronada.

⁶ Informe Parcial 2-Consultoría Ambiental- Autor: Iribarnegaray, Pablo Javier.

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------|--|--|--|
| OBSERVACION DE AVES (UDG AGRICOLA-GANAD Y FORESTAL) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 3° año | | | |
| Permisos correspondientes del propietario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Realizar un estudio del estado ambiental y ornitológico del AICA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| caminos de acceso al AICA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Area de recepción e interpretación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño y delimitación de senderos y miradores de aves | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación de guías | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plan anual de gestión y promoción del área | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Concurso artístico ñandú y águila coronada. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

Recursos físicos:

- Cartelería de sendero
- Centro de Interpretación
- Plan de promoción especializado: guías y asistencia a ferias, desarrollo de web especializada
- Conjunto escultórico
- Infraestructura: caminos de acceso

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Guías especializados en observación de aves que se capacitaran en destino y se habilitaran como prestadores de turismo alternativo.

Dos guardafauna permanente en el AICA.

Cantidad de cursos:

6 meses de formación, 2 días (16 horas) cada 15 días. Sistemática de Aves (familia, morfología, características relevantes, ciclo de vida, etc), aves endémicas, guía de

aves de Argentina, Turismo de observación de aves, Interpretación Ambiental, Primeros Auxilios, Técnicas de guiado, Legislación en Turismo Aventura y Diseño de Producto y Marketing. Esta capacitación debe complementarse con al menos 6 salidas de campo de día completo.

Programas y proyectos Transversales



FICHA DE PROGRAMA:

PROMOCIÓN DEL DESTINO

N° 4



PROGRAMA PERTENECIENTE A LA UDG

Transversal

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

DESCRIPCION

Este Programa aportará los lineamientos generales para la elaboración de un Plan de Marketing eficiente que dinamice los flujos turísticos hacia el Municipio e impacte positivamente en la oferta turística.

El Programa incluirá acciones dirigidas al público directo y al trade turístico, procurando cubrir todos los frentes de promoción.

Así mismo incluirá aquellas acciones complementarias como campañas de concientización turística y señalización turística del destino.

El criterio para el desarrollo de la demanda será variable teniendo en cuenta los productos turísticos y servicios ofrecidos que apuntarán a distintos segmentos de mercado en distintas épocas del año. En todo caso siempre se priorizará a los turistas que guste de destinos sustentables, que estén ambientalmente concientizados y que disfruten del contacto con la naturaleza y su gente.

OBJETIVOS

- Desarrollar un plan de marketing estratégico y operativo teniendo en cuenta las características del destino/producto, precio, promoción y puntos de venta.
- Favorecer el desarrollo turístico sustentable, proponiendo acciones que equilibren volumen y gasto turístico
- Desarrollar herramientas de soporte a la oferta turística que les permita llegar a una rentabilidad en cada uno de los proyectos.
- Generar promociones genéricas por destino y especializadas por productos
- Atraer turistas que gusten y respeten las pequeñas comunidades y sus entornos, de su gente y costumbres.
- Generar vínculos y trabajo conjunto con operadores y prensa especializada, aliados indiscutibles de la industria turística.

- Desarrollar una imagen de destino sólida y particular
- Orientar, informar y estimular, a través de la señalización turística, al consumo de atractivos y servicios turísticos.

PROYECTOS PERTENECIENTES AL PROGRAMA

- Plan de marketing
- Señalización de corredores y atractivos



N°15



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Promoción del Destino

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

Programas y Proyectos Transversales

COORDINACION

El principal responsable de llevar adelante este Plan de Marketing es la Dirección de Turismo y Cultura Municipal que deberá trabajar en conjunto con el sector privado/Consejo Consultivo Local de Turismo

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación:

- Se detectó que una de las mayores debilidades del Destino está relacionada a su promoción turística. Si bien se han desarrollado acciones como asistencia a ferias y realización de eventos convocantes, esto no es suficiente para posicionar un destino.
- Las acciones son puntuales y muchas veces relacionadas a eventos como Suns's Race o Virgen de la Peña.
- No existe material promocional de apoyo, lo poco existente muchas veces es provisto por el MCYT bajo una paragua de marca regional "Norte Verde".
- Las nuevas demandas de turistas se están desarrollando de manera natural (bolivianos y paraguayos) sin acciones agresivas o puntuales para atraerlos. Se destacan acciones aisladas como asistencia a FIT Bolivia.
- Existe una alta estacionalidad entre semanas laborables y fines de semana así como una baja considerable de actividad los meses de verano.
- Existe potencialidad para el desarrollo de productos turísticos de interés.

Objetivo:

- Alcanzar la visión y misión propuestas por este Plan de Turismo
- Contar con una estrategia de marketing del destino unificada y homogénea, en coordinación y consenso con el sector privado.

- Desarrollar demanda por segmentos de mercado/productos turísticos.
- Promover iniciativas de asociatividad entre privados y entre estos y el estado para el desarrollo de iniciativas puntuales de promoción.
- Crear, desarrollar y posicionar la Marca turística Tartagal.
- Optimizar los medios y modalidades de información turística, tanto en destino como en los principales medios emisores, con aprovechamiento de nuevas tecnologías.
- Generar nuevas corrientes de demanda al Destino Tartagal en particular sin dejar de articular su oferta con la mirada regional.
- Procurar romper la estacionalidad turística marcada por el segmento de mercado corporativo y el clima de temperaturas altas de verano.
- Llevar adelante estrategias de promoción al turista final y al trade (operadores del mercado turístico) consolidando así las cadenas de comercialización.
- Generar una mayor estadía promedio en el destino e incrementar el gasto turístico en el destino y asegurar una rentabilidad de la empresa turística.

METAS CUALITATIVAS

- Contar con estadísticas cuantitativas y cualitativas del destino que permitan tomar decisiones estratégicas
- Una comunidad tartagalense concientizada y orgullosa de mostrar sus atractivos turísticos
- Contar con recurso humano calificado en lo referente a promoción turística
- Mayor flujo turístico a Tartagal / Región Verde

METAS CUANTITATIVAS

- Definir para el primer año la Imagen Institucional del destino
- Diseñar y elaborar al menos 2 tipología de folletos para el primer año de vida
- Realizar al menos dos campañas promocionales del destino en el primer año
- Generar y posicionar al menos 6 eventos convocantes que movilicen las plazas hoteleras de Tartagal de manera significativa.
- Generar acciones promocionales para al menos 1 producto turístico especializado para el primer año

DESTINATARIOS

Los principales destinatarios son turistas nacionales y extranjeros y visitantes que llegan a Tartagal.

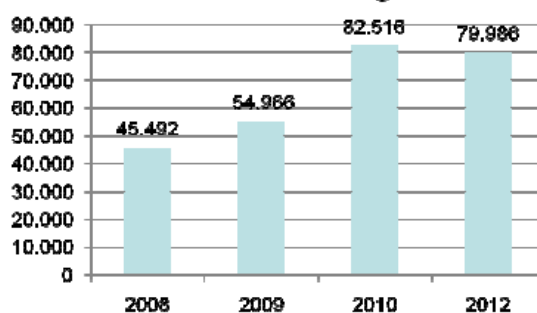
Matriz de Productos/Mercados meta

| Productos | Ubicación (UDG) | Mercado | | | | Segmento | | | | | |
|---------------------------------------|------------------------------|----------|------------|-------|----------|----------|------------|--------|---------|---------|---------|
| | | Nacional | Extranjero | Salta | Regional | Familia | Estudiante | Amigos | Parejas | Adultos | Jóvenes |
| Turismo aventura | Areas Protegidas | x | x | | | x | | x | x | | |
| Turismo naturaleza | Areas Protegidas | x | x | | | x | x | x | x | | |
| Turismo de observación de aves | Areas Protegidas | | x | x | | | | | | x | |
| Evento Deportivo | Areas Protegidas | x | | x | x | x | | x | x | x | x |
| Turismo etnico comunitario | Corredor Bioetnico | | x | | | | x | | x | x | x |
| Casa de los Pueblos Originarios | Tartagal, ciudad pluriétnica | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Parque de agua y entretenimiento | Tartagal, ciudad pluriétnica | | | | x | x | | x | | x | x |
| Ruta Gastronómica | Tartagal, ciudad pluriétnica | x | x | x | x | x | | | x | x | x |
| Turismo de incentivo | Tartagal, ciudad pluriétnica | x | | x | | | | | | x | x |
| Turismo cultural de fiestas populares | Tartagal, ciudad pluriétnica | x | | x | x | x | | x | x | x | x |
| Turismo religioso | Tartagal, ciudad pluriétnica | x | | x | x | x | | | | x | x |
| Turismo rural | Producción Sustentable | x | x | x | | x | | | x | x | x |

Tabla 6. Matriz de Productos/Mercados Meta. Elaboración propia

Según datos MCYT, los arribos a la región ascienden a 79.986 turistas.

Arribos en la Región



| Promedio | Ocupación | Percnote | Arribos Tcos |
|----------|-----------|----------|--------------|
| 2008 | 46% | 3,15 | 45.492 |
| 2009 | 43% | 2,65 | 54.966 |
| 2010 | 44% | 1,8 | 82.516 |
| 2011 | s/d | s/d | s/d |
| 2012 | 32% | 2,37 | 79.986 |

FUENTE: Dpto. Planificación del MinCtur

Teniendo en cuentas las referencias presentadas en el Tercer Informe de Avance podemos decir que la cantidad de camas anuales con las que cuenta este destino es de 219.000 noches, si a esto aplicamos la tasa promedio de ocupación, nos arroja un total de 64.386 camas vendidas.

Por lo cual podemos decir preliminarmente que la cantidad de turistas llegados a Tartagal anualmente rondarían los 38.786 turistas.

En cuanto a la discriminación de turistas por nacionalidad no se cuenta con un dato concreto, lo que sí sabe es que predomina el segmento de mercado de turismo de negocios.

Las temporadas turísticas son:

| Temporada | Meses |
|-----------|---|
| Alta | De marzo a noviembre-días de semana / Semana Santa/ Suns's Race y Virgen de la Peña |
| Media | Otros eventos |
| Baja | Diciembre-Enero-Febrero |

Tabla 7. Temporadas turísticas. Elaboración Propia.

LOCALIZACIÓN

Este es un Proyecto Transversal a afecta a todo el Municipio.

PROCEDIMIENTOS

El marketing estratégico comprende el estudio sistemático y continuado de las necesidades de los consumidores, definiendo para cada grupo específico (segmento de demanda) productos concretos que permitan obtener una importante y sólida ventaja competitiva. Esta función se lleva a cabo a través de tres acciones claves: segmentación de mercado, elección del público objetivo y posicionamiento.

El Plan de marketing debería responder a la **visión** general del Plan Salta Si + donde expresa "El norte verde y andino, de la selva a la montaña, la tierra donde los pueblos originarios viven y comparten sus culturas y sus costumbres en total

armonía y paz y un espacio natural de relevancia mundial “las yungas” Reserva de la Biosfera de Unesco” por ello la visión propuesta para Tartagal es:

“ser un Municipio pluri étnico teniendo en cuenta los pueblos originarios de esta tierra así como todas las corrientes migratorias de otras partes del mundo. Su potencial turístico estará dado por la sumatoria de los recursos, con una consolidación de sus empresas turísticas y un fuerte trabajo público y privado que de sustentabilidad al destino turístico”

1) Delimitación del Marketing Mix

a. Producto

El “producto turístico” puede ser entendido como “el Destino” mismo, de manera global y aglutinante de todos los servicios, productos y actividades que lo conforman. Este Destino necesita a su vez del nombre o la Marca que lo identifique.

La Marca principal y sub-marcas (o marcas por productos) requerirán el desarrollo del isologotipo y el desarrollo de un Manual de Marca. Cada una de ellas podrá contener un slogan o resaltar alguna cualidad distintiva como destino. Claro está que estos aspectos se desarrollarán desde la consultoría de comunicación y, a futuro, en conjunto con el equipo creativo que se encargará de la imagen del Destino.



Imagen: propuesta Consultoría Comunicación, Lic. Belen Oller

A partir de las marcas se desarrollaran todas las acciones de promoción genéricas y por producto.



Imagen: propuesta Consultoría Comunicación, Lic. Belén Oller

- Turismo aventura
- Turismo naturaleza
- Turismo de observación de aves
- Turismo étnico comunitario
- Casa de los Pueblos Originarios
- Parque de agua y entretenimiento
- Ruta Gastronómica
- Turismo de especial interés
- Turismo religioso
- Turismo rural

b. Precio

La estrategia de precio quedará en mano del sector privado donde cada empresa, según su característica determinará su rentabilidad.

En cuanto al sector público, también puede apoyar a sus empresarios realizando análisis comparativo de precios y calidad de servicio con otros destinos del Norte.

c. Punto de venta

i. Empresas particulares, marketing propio

Los destinos turísticos pueden y deben ser “vendidos” tanto por el sector público (Municipios/Ministerio) como privado (empresarios) y asociaciones intermedias (Cámaras, Ongs, etc).

Lo importante es generar, a través de talleres de consenso, una imagen común del destino. Promocionar desde las Marcas Turísticas un mismo concepto y mensaje.

ii. Operadores de turismo & Agencias de viajes

La oferta turística de Tartagal no se encuentra frecuentemente ofertada en agencias de viajes ya que se encuentra en una etapa de inserción de mercado en cuanto a las cadenas tradicionales de venta (operadores turísticos de Salta).

Al respecto se destaca el fam tour recientemente realizado, en coordinación conjunta con el MCYT, de operadores salteños a la Región Norte Verde.

iii. Oficinas de Información Turística

Este ítem es fundamental ya que las oficinas de turismo son muchas veces el primer y único contacto que se tiene con la oferta turística del destino.

Además de brindar un excelente servicio, debe estar atendida por verdaderos promotores turísticos que despierten en los turistas interés, empatía y entusiasmo por conocer toda la oferta turística del Destino.

d. Promoción

El Plan de Marketing deberá contener acciones dirigidas al público y otras dirigidas a la cadena de comercialización o al trade.

i. Acciones directas al público

1. Publicidad en medios masivos de comunicación.

La publicidad en medios masivos es más costosa, por ende debe optimizarse la selección de los medios y los tiempos en que se pautará su salida. Se recomienda la utilización de los medios salteños (canales de aire, diarios y radios), para la

promoción de los Festivales Mayores de cada uno de los Municipios y previos a Fines de semanas largos o vacaciones de invierno donde podrá promocionarse, en conjunto con el sector privado, paquetes especiales.

En cuanto a prensa especializada debe profundizarse el modelo de fam press y selección de medios. Algunas revistas de referencia: Lugares, Cielos Argentinos, Lonely Planet, Weekend, entre otras.

El plan anual de marketing define el plan de medios y cronograma tanto de presencia en medios masivos de comunicación de Salta como medios especializados de turismo.

2. Folletería

La folletería debe ser elaborada bajo la marca turística Tartagal. Atentos a las nuevas tendencias, además del turismo impreso deben ser ofrecidos en los sitios web y desarrollar las aplicaciones oportunas de guías turísticas virtuales y bajada de documentos en dispositivos electrónicos.



Imagen: propuesta Consultoría Comunicación, Lic. Belén Oller

El material mínimo a desarrollar es:

- Folleto genérico promocional del Municipio
- Folleto con mapa y atractivo del casco céntrico
- Guía turística con mayor desarrollo de servicios y actividades
- Folletería por producto
- Folletería por Atractivos (algunos ejemplos)
 - Casa de los Pueblos Originarios
 - Ruta gastronómica

Todos la folletería deberá contener además de la información básica el uso de los logos de marca correspondientes, el sitio web y medios de contacto específicos.

3. Pagina web

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han producido un cambio radical en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico. Dentro de las TIC, Internet constituye una fuente de información y conocimiento compartidos a escala mundial.

Será prioritario el desarrollo de un sitio web con información básica de: como llegar (mapas georeferenciados y medios de transporte), actividades que realizar, atractivos turísticos, clima/geografía/historia, dónde dormir y comer (con links a las web de las empresas correspondientes), calendario turístico, propuestas de estadía de 1,2 y 3 días, productos turísticos por tipología, galería de imágenes y videos, testimonios de gente del lugar y de turistas, redes sociales, material digital y guías virtuales disponibles para descargar, entre otros.




El Isotipo presenta diversas connotaciones: Árbol, tierra, variedad de colores que buscan representar la variedad no solo de etnias sino también de la inmensa mezcla de vegetación que presenta el territorio.

El Árbol es típico de la zona y se buscó mantener las diferencias de colores para que se represente la imagen original de la mejor forma.

La tipografía de la palabra Tartagal es Benton Sans cond Book recta, sin serif.

Slágan

"Tierra que vive"

el territorio de Tartagal es inmenso y en él conviven una gran cantidad de seres vivos cuyos antepasados son originarios, no solo de las personas que representan a las antiguas etnias, sino también sus árboles y vegetación.

Imagen: Propuesta estética de la web. Consultoría Comunicación, Lic. Belén Oller.

Entre las características principales que debe cumplir:

- Disponible en, al menos, 2 idiomas: castellano e inglés.
- Diseño atractivo, innovador que presenta la información de manera ordenada. Prestar especial atención a la página de inicio ya que es el primer contacto. Como recomendación general no usar largos bloques de texto, incluso dividirlos colores, fotografías, gráficos, mapas, cuadros y símbolos.
- Optimizador de buscadores de internet para posicionamiento de la web.
- Incluir un buscador dentro del sitio para filtrar información de interés.
- Podría pensarse el sitio web de tal manera de ir incorporando a futuro plataformas de compra on line de entradas a festivales o venta de libros por ejemplo, o generar el linkeo a centrales de reservas de alojamiento, entre otras, o incluir cámaras de video en vivo.
- Permitir a los empresarios mantener su propia información en línea actualizada.
- Permitir envíos de news letters
- Visualización de redes sociales on line
- Inserción y cambios de banners

4. Promociones por temporada

A definir con el sector privado

5. Invitaciones especiales

Este apartado tiene que ver, más allá de los invitados por prensa turística, en la recepción de personalidades con quienes generar empatías y lograr de esta manera beneficios indirectos para el destino. Algunos ejemplos son: invitación de personalidades como actores y deportistas, presidentes o directivos de organizaciones nacionales o internacionales de turismo y afines, políticos de distintos ámbitos, etc.

6. Calendario turístico

El calendario turístico es una excelente oportunidad para generar flujos turísticos durante todo el año. Ver Proyecto de Fiestas Populares.

Otros:

Aquí incluiremos otras acciones promocionales tales como: tematizaciones de espacios con alta concurrencia (shoppings, peatonales, patios de comidas, etc), relaciones públicas con organismos traccionadores: jubilados, grupos religiosos, clubes, grupos de pedaleo, etc

ii. Acciones al trade

Aquí se incluyen acciones dirigidas a agentes de viajes y operadores de turismo tanto de Salta como a nivel nacional:

1. Presentación del destino en Salta
2. Folletería y manual de ventas del destino
3. Fam Tours
4. Fam Press (Mencionado en las acciones directas al público, sumamos aquí la sugerencia de estimular la visita de periodistas de medios especializados del sector como Ladevi, Mensajero, Report, Host News, etc).
5. Presencia público-privada en work shops (en Salta, resto de la región Norte y Buenos Aires) y eventos de especial interés para el segmento
6. Asistencia a Ferias de turismo

CRONOGRAMA

Se sugiere desarrollar un documento maestro (en base a estos lineamientos generales) denominado Plan de Marketing del Destino Tartagal y planes anuales de acción.

RECURSOS FÍSICOS

Se deberá contar con recursos para:

- Mantener sistema estadístico actualizado (Municipio)

- Producción de material promocional (folletería, banderas, banners, escenarios, gacebos, etc) (Municipio)
- Asistencia a ferias, workshop, caravanas de promoción, etc (alquiler de espacios/pago de inscripción, pasajes, viáticos) (Municipio y MCYT)
- Pago de campaña on-line

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Responsable: Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal en coordinación con otros organismos.

Profesional: licenciado en marketing y/o comunicación y/o comercialización con experiencia, se recomienda su contratación como personal de la Dirección (programa de profesionalización de la cartera) o contratar asesor externo pero que deberá ser de Tartagal o región Norte.

Cantidad de reuniones:

Se recomienda hacer una presentación anual al sector privado acerca de los que se pretende desarrollar en el año (preparar en Octubre para solicitar presupuesto municipal de año entrante y presentar al sector privado en Febrero) para consensuar las estrategias.

Luego se recomienza al menos 3 reuniones al año, un mes y medio antes de Semana Santa, un mes y medio antes de eventos de Junio y Vacaciones de Invierno y la ultima en Septiembre/Octubre.

ANTECEDENTES

Como primer precedente de relevancia cabe mencionar la intensa labor promocional que realiza el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia que hace años sostiene una misma política e intensidad de promoción, lo que ha hecho que hoy se haya convertido en uno de los principales destinos turísticos de Argentina.

Los antecedentes de Planes de Marketing pueden ser muchos y variados, sin embargo se pueden mencionar algunos que se relacionan al destino por productos turístico.

Turismo Cultural, Prom Peru

Turismo Aventura, Turismo Australia

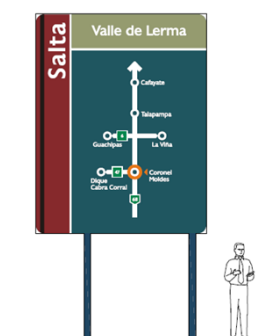
Turismo Religioso, Turgalicia/Santiago de Compostela

Turismo Gastronómico, España (Andalucía) y México



FICHA DE PROYECTO:
**SEÑALIZACIÓN DE
CORREDORES Y
ATRATIVOS**

N°16



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Promoción del Destino

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

Programas y Proyectos Transversales

COORDINACION

MCYT– Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Escasa señalización vial en destino.
- Existencia del Manual de Señalización Turística de la Provincia. Actualmente en proceso de ejecución de su segunda etapa de actualización e implementación.
- Señalización como elemento de soporte a la actividad turística: ordena el territorio, direcciona los flujos turísticos, informa, estimula la preservación del patrimonio y estimula al aumento de la estadía en el destino.
- Escasa señalización turística en principales vías de acceso y atractivos

Objetivos:

- Desarrollar cartelería turística en el Destino de acuerdo al Manual de Señalización Turística Provincial
- Dotar de señales en corredores turísticos actuales y potenciales
- Solicitar a MCYT colocación de cartelería acorde a la segunda etapa de implementación
- Identificar los atractivos turísticos de la zona
- Estimular a la identificación y consumo de mayores productos turísticos
- Concientizar a la comunidad en su cuidado y la importancia que reviste para el visitante
- Direccionar los flujos turísticos a fin de equilibrarlos y distribuirlos por toda la geografía del espacio turístico

Antecedentes:

El principal antecedente lo constituye el Manual de Señalización Turística de la Provincia⁷ que se basó en objetivos económicos, ayudando tanto al posicionamiento y competitividad del destino, como al aumento de la estadía y gasto turístico; desde lo ambiental, preservando e integrando armoniosamente en el espacio los atractivos turísticos provinciales, a través de la educación e información, y desde lo social, cumpliendo un servicio a los propios salteños y turistas que merecen un sistema de información veraz diseñado a su medida y estimulando la visita a destinos turísticos emergentes.

Los principios fundamentales del sistema de Señalética son:

- Sistematización en conceptos y tipologías de diseño y contenidos de las señales.
- Claridad en la información transmitida en las señales.
- Sencillez, minimizando la cantidad de elementos utilizados en las señales.
- Precisión y concisión del lenguaje empleado.
- Homogeneidad respecto a los materiales utilizados.
- Secuencialidad espacial de las distintas tipologías de señales.
- Universalidad de la información, superando las barreras lingüísticas.
- Combinación de exclusividad en el diseño y concepción del sistema, con la necesaria
- Articulación y coherencia con la Señalética existente y futura en la región turística del Norte Argentino, determinada por el Sistema de Señalética Turística de la Nación.

⁷ Extraído de Proyecto Integral y Manual de Señalética Turística de la Provincia de Salta. Arq. Pedro Fernández.

- Atractividad turística, con minimización de la contaminación visual por parte de las señales respecto a los atractivos que identifica o sobre los cuales informa.
- Complementariedad y no competencia con la Señalética vial.
- Continuidad y sustentabilidad en el tiempo y el espacio.

Del estudio de las necesidades de comunicación con el visitante de dicho Plan se han determinado los distintos momentos y tipos de información:

- Cuando el visitante ingresa a la Provincia (Presentación y Bienvenida).
- En los medios urbanos donde se concentra la mayor oferta de alojamiento y de servicios turísticos (Información turística de escala provincial, regional y de atractivos locales).
- A lo largo de sus recorridos por la red vial provincial (Orientación en Ruta hacia los atractivos y centros turísticos).
- Al llegar a los distintos atractivos turísticos (Información sobre los atractivos y el medio urbano o regional en que se insertan).

Cabe resaltar que la Señalética objeto de este proyecto, es tan solo una fase dentro del cúmulo de información que fluye entre el potencial visitante y el destino turístico, incluyendo la publicidad, marketing, información multimedia, folletería, etc. Se trata, sin embargo, de la fase más operativa y una de las más importantes, por realizarse en el momento crítico de la experiencia turística, cuando el visitante recorre por sí mismo el espacio acerca del cual ha sido informado.

DESTINATARIOS

Turistas y visitantes que llegan por primera vez a Tartagal y que necesitan información de atractivos.

LOCALIZACIÓN

En principales vías de acceso (RN 34 y RN 86) y casco céntrico

PROCEDIMIENTOS

El Manual de Señalización Turística de la Provincia ha sido concebido teniendo en cuenta las distintas instancias en las que el turista necesita cierta información a saber:

- Cuando el visitante ingresa a la Provincia (Presentación y Bienvenida).
- En los medios urbanos donde se concentra la mayor oferta de alojamiento y de servicios turísticos (Información turística de escala provincial, regional y de atractivos locales).
- A lo largo de sus recorridos por la red vial provincial (Orientación en Ruta hacia los atractivos y centros turísticos).
- Al llegar a los distintos atractivos turísticos (Información sobre los atractivos y el medio urbano o regional en que se insertan).

De esta manera se ha diseñado un esquema de 12 tipologías de señales para 7 regiones turísticas, correspondiendo el área de estudio a “Región Norte Verde”.

La Señalización turística es fundamental para orientar y estimular la demanda en su recorrido por el espacio turístico y resaltar sus atractivos mediante información. A través de ella y el marketing de destino, se pretende aumente el “consumo” de mayor cantidad de atractivos y el cuidado del medioambiente.

Las señales detectadas para Tartagal son:

| Código de señal | Ubicación | Cantidad | N° de señal |
|-----------------|---|----------|-------------|
| S2 b | Intersección RN 34 y RN 86 (sentido S-N) antes del desvío | 1 | sin n° |
| | RN 34 (sentido N-S) antes de ingreso a Tartagal | 1 | |

| | | | |
|-------------------------|--|----|--------|
| S3 | RN 34 - Salida de Tartagal hacia Mosconi (N-S) | 1 | 262 |
| | RN 34 - 1 Km después del desvío a RN 86 (S-N) | 1 | 271 |
| | RN 86 (O-E) hacia Tonono | 1 | sin n° |
| | RN 86 (E-O) de Tonono hacia Tartagal | 1 | |
| S4 | RN 34 - Acceso a Santuario Virgen de la Peña N-S | 1 | 334 |
| | RN 34 - Rotonda de ingreso a Tartagal (colocar flecha: ciudad y RN 34) | 1 | 347 |
| | RN 34 empalme con RN 86 (S-N) | 1 | 348 |
| | RN 34 - Acceso a Santuario Virgen de la Peña (S-N) | 1 | 350 |
| | RN 34 (sentido S-N) acceso a Terminal (Av. Alberdi) | 1 | |
| | RN 34 (sentido N-S) acceso a Terminal (Av. Alberdi) | 1 | |
| | Av. San Martín (sentido E-O) antes de Av. 20 de febrero) | 1 | |
| | Av. 20 de febrero (sentido S-N) antes de calle Alberdi | 1 | |
| | Sobre calle San Martín (Sentido E-O) antes de calle Belgrano | 1 | |
| S5 (1) | Tartagal - Acceso Sur | 1 | 392 |
| | Tartagal - Acceso Norte | 1 | 393 |
| S 6 | Tartagal (Terminal de Omnibus) | 1 | 476 |
| S 8 | Predio Virgen de la Peña (entono natural) | 1 | |
| | RN 86 (en camino medio entre Tartagal-Tonono) | 1 | |
| S9 | Tartagal - Plaza Principal | 1 | 528 |
| S 10 | Santuario Virgen de La Peña | 1 | 587 |
| | Iglesia La Inmaculada | 1 | |
| | Plaza San Martín | 1 | |
| S11 | Estación de Ferrocarril | 1 | |
| | Parque 20 de Febrero | 1 | |
| Total de señales | | 26 | |

Fuente: elaboración propia

Nota: las señales en rojo con número de diseño fueron contempladas en el relevamiento de la primera Etapa del Proyecto de Señalización Turística Provincial – Año 2007.

CRONOGRAMA

6 meses de ejecución (estimando que el municipio asuma la responsabilidad de fabricación y colocación de los mismos)

RECURSOS FÍSICOS

Inversión pública MCYT (Crédito BID 2385/OC-AR) o Municipal

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Relevamiento de datos para señales. Fabricación de carteles tercerizada.

Cantidad de cursos:

Campaña de sensibilización a la comunidad para el cuidado de las señales.



FICHA DE PROGRAMA:

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

N° 5



PROGRAMA PERTENECIENTE A LA UDG

Transversal

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

DESCRIPCION

Este Programa reúne todos los proyectos y actividades destinados al fortalecimiento de instituciones públicas y privadas del turismo.

Este programa es fundamental ya que necesita de organizaciones preparadas técnica y económicamente para la gestión diaria del turismo y la ejecución de proyectos de este Plan.

Tanto la Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal así como grupos empresarios o de emprendedores organizados, son engranajes fundamentales del sistema turístico que deben elaborar consensos permanentes para el desarrollo del turismo local.

La intervención del estado en la actividad turística se justifica en su rol de planificador estratégico del sector, el que deberá dar las pautas claras y necesarias para su desarrollo. También influye decisivamente en la definición de normativas y marcos regulatorios, así como la fiscalización y sanción en caso de desvíos de la actividad turística. Así mismo, todo desarrollo del turismo local no puede darse sin la dotación de infraestructura pública como los caminos y comunicaciones, la seguridad del turistas y hasta la gestión de recursos como reservas naturales o museos locales por dar solo algunos ejemplos.

A su vez, el sector privado, socio estratégico del estado en el desarrollo local y sustentable del turismo, es el que aportará desde su expertis la generación de demanda.

OBJETIVOS

- Realizar un trabajo conjunto público y privado en distintos aspectos del desarrollo turístico, principalmente la promoción del destino y capacitación del recurso humano.

- Tomar conciencia de la importancia (e instrumentar los medios) de contar con personal técnico calificado para la gestión del turismo.
- Crear conciencia del turismo en la comunidad tartagalense a nivel general
- Institucionalizar los procesos de diálogo y consenso público – privado
- Favorecer al surgimiento de normativas y otras herramientas de gestión y monitoreo en turismo.
- Brindar marcos de seguridad para el turista.
- Crear mayor cantidad de programas y proyectos turísticos

PROYECTOS PERTENECIENTES AL PROGRAMA

- Fortalecimiento Sector Público
- Fortalecimiento Sector Privado



FICHA DE PROYECTO:
**FORTALECIMIENTO DEL
SECTOR PÚBLICO**

N°17



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Fortalecimiento Institucional

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

Programas y Proyectos Transversal

DENOMINACIÓN DE LOS EJECUTORES. MARCO INSTITUCIONAL

Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal, apoyado por MCYT

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS, FINALIDADES

Justificación:

- Salta encara un proceso de fortalecimiento del turismo en el interior provincial. Al respecto existe la necesidad de contar con organismos públicos de turismo municipales consolidados y profesionales para encarar con éxito la gestión del destino a corto, mediano y largo plazo.
- El sector público del turismo cumple un rol fundamental en la promoción y regulación de la actividad, así como estimulador de la creación de la oferta turística, la preparación del recurso humano, la concientización turística de la comunidad y la seguridad e información al turista.
- Existen actualmente herramientas que se toman como Indicadores, como las Directrices de Gestión Municipal de Mintur Nación que tienen como fin aportar hacia un modelo de calidad y excelencia en los organismos de turismo municipales.
- Es importante destacar que dentro de la estructura de la Municipalidad de Tartagal existe la Dirección de Cultura y Turismo que viene trabajando hace algunos años. Cuenta con Director y personal designado, dato no menor al momento de anclar la gestión turística en un Destino.
- Se percibe que la actual gestión municipal realiza un intenso trabajo en lo relacionado a la generación de eventos y se intuye una buena relación con el sector privado, lo cual es más que positivo para allanar el trabajo en conjunto.
- El Diagnóstico realizado ha dado como resultado una baja conciencia de la comunidad acerca de la importancia del turismo como actividad en cuanto a

generación de empleos y la importancia de preservar los recursos naturales y culturales con que cuenta.

- Es oportuno dotar de mayores actividades y herramientas a la actual Dirección de Cultura y Turismo de Tartagal para provocar y afrontar con éxito un incremento de demanda en los próximos años.

Objetivo:

- Contar con administraciones de turismo municipales preparadas profesional y materialmente para la atención al visitante y la concreción de sus objetivos
- Generar desde la Dirección de Cultura y Turismo la ejecución del Plan estratégico del Turismo, con Programas y Proyectos para el fortalecimiento del sector privado del turismo, la creación de oferta y el incremento de demanda turística
- Llevar a cabo tareas propias como relevamiento estadístico y concientización turística
- Velar por generar y aplicar normativa tendientes a la mejora de la calidad del destino turístico en general
- Generar en la población local conciencia de la importancia de la actividad turística y conocer cuáles son sus efectos positivos y negativos.
- Generar en la comunidad orgullo local e incitarlos a la conservación de su patrimonio. Involucrar a niños y jóvenes en el desarrollo turístico de su localidad.

DESTINATARIOS DE LA PRODUCCIÓN

- Personal de la Municipalidad afectada a Dirección de Cultura y Turismo
- Comunidad en General
- Municipios de Región Norte Verde
- Sector privado

- Todo turista y visitante que arribe a Tartagal

LOCALIZACIÓN

Tartagal

PROCEDIMIENTOS

La definición de una **Política Municipal de Turismo** es fundamental para estructurar el trabajo del área y el mensaje a la comunidad en general y los inversores y operadores turísticos en particular.

Teniendo en cuenta el grado de desarrollo turístico del destino, que podría incluirse dentro de los “destinos emergentes”, los principales lineamientos de acción debería estar direccionados a:

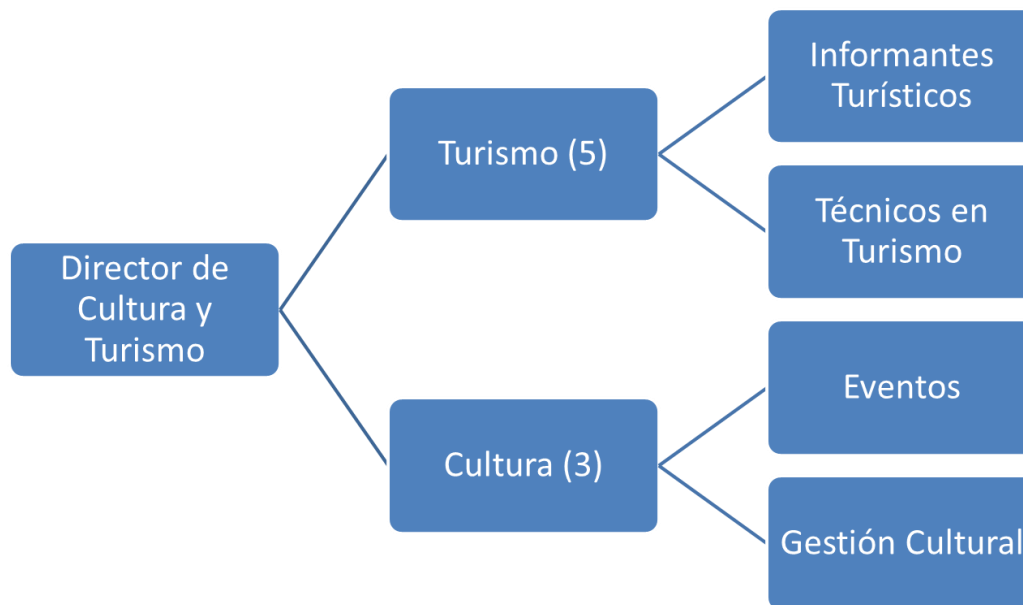
- ✓ Crear Oferta Turística Competitiva
- ✓ Captar en un corto y mediano plazo mayores márgenes de mercados turísticos regionales
- ✓ Crear alianzas y consensos estratégicos con el sector privado

Para lograr estos lineamientos será oportuno e indefectible fortalecer la Dirección de Cultura y Turismo Municipal y fortalecer el Sector Privado de Turismo. Requerirá invertir en el sector y encarar una transformación a largo plazo.

a) Reestructuración del Organismo Municipal de Turismo

En este Plan se propone un esquema ideal de organismo municipal de turismo, el cual se irá logrando progresiva y escalonadamente articulando la capacitación específica con la consiguiente promoción del personal existente y/o nuevas incorporaciones.

El **Organigrama** propuesto es el siguiente:



En cuanto a sus Funciones se detallan las siguientes:

DIRECTOR DE CULTURA Y TURISMO

- Definir la Política Turística según los lineamientos del Ejecutivo Municipal, tanto en lo relacionado a turismo como cultura.
- Responsable de la Planificación Turística Estratégica y Operativa. Definir las prioridades y proyectos a corto, mediano y largo plazo, además de instrumentarlo con otros planes (provinciales, regionales, nacionales, etc), la región y el sector privado.
- Representar al Municipio ante otros organismos como por ej. MCYT de Salta y/o Municipios de la Región.
- Ordenar, clasificar y registrar las actividades turísticas procurando contar con normativa adecuada, fiscalizando y haciéndola cumplir por gestión propia o de terceros organismos.
- Promocionar el destino, en distintos mercados emisores y con el acompañamiento del sector privado.

- Incentivar a la certificación de Calidad en todos los servicios y productos ofrecidos en el Destino y en su propio Organismo.
- Buscar financiamiento e incentivo a inversores. La búsqueda de fondos para inversión pública será una intensa y constante tarea a realizar a distintos niveles (provincial, nacional e internacional) y organismos.
- Asesorar a inversores a los cuales deberá orientar según sus expectativas y las necesidades del destino. Para ello es importante contar con un documento madre como el Plan estratégico de Turismo y/o una Guías de Inversiones Turísticas.
- Coordinar y generar acciones conjuntas tales como campañas promocionales, estadísticas de destino, promoción conjunta, gestión de herramientas de calidad, etc. Asistirá y acompañará las acciones programadas dentro del Consejo Consultivo Local de Turismo.
- Gestionar el recurso humano municipal: definir funciones de cada puesto, evaluar e incentivar.
- Generar trabajos conjuntos con organismos de investigación y estudio como por ejemplo Universidades⁸
- Realizar Informes de la Dirección: Plan anual de trabajo, Estadísticas de oferta y demanda turística, Perfil del turista, Satisfacción del turista, otros.

ÁREA TURISMO

INFORMANTES TURISTICOS

- Relevar y mantener actualizado el inventario turístico (fichaje)
- Informar al turista

⁸ Cabe mencionar que recientemente se ha firmado un convenio de pasantía en el área de planificación turística con la Escuela de Turismo de la Universidad Católica de Salta

- Solicitar material gráfico y stock del mismo
- Realizar y actualizar estadísticas y encuestas de satisfacción del turista
- Releva y mantener actualizada el registro de empresas turísticas. Dar a conocer las normativas vigentes
- Mantener actualizado y fiscalizar el Registro Municipal de Casas de Peregrinos
- Tener a disposición del turista las distintas herramientas para reclamos y sugerencias. Hacer seguimiento de las mismas.
- Dar a conocer los derechos de los turistas y la carta del turista responsable
- Informar en eventos: brindar información turística y asistencia en caso de conflictos o accidentes/realizar encuestas de satisfacción
- Implementar el Manual de Calidad de los Centros de Atención al Visitante-MCYT
- Tareas administrativas municipales

TECNICOS EN TURISMO

- Generar el material promocional (banco fotográficos, contenidos, promociones específicas, stand, etc.)
- Mantenimiento y generación de contenidos on line (web, redes, aplicaciones, etc)
- Propiciar instancias participativas (comunidades, cámara de empresarios)
- Generar informes

- Realizar proyectos relacionados a obras de infraestructura y equipamiento: señalización turística, intervenciones en espacios públicos de uso turístico
- Armar y gestionar los cursos destinados a la comunidad y sector publico
- Implementar el Manual de Calidad CAVs MCYT
- Actualizar los indicadores de seguimiento del Plan una vez al año o cuando lo disponga
- Tareas administrativas municipales

ÁREA CULTURA⁹

RESPONSABLE DE EVENTOS

- Generar y ejecutar eventos propios (Ver Proyecto Festivales Populares /Calendario de Eventos)
- Realizar las actividades específicas pre, durante y post evento
- Apoyar y asistir a eventos de terceros organizados por Cámara de Empresarios, empresa de eventos, clubes, asociaciones, instituciones, etc.
- Realizar tareas administrativas municipales.

GESTION CULTURAL

Deberán definirse según proyección del área.

⁹ Esta propuesta de reorganización del organigrama de la “Dirección de Cultura y Turismo” esta focalizada en sus aspectos de gestión turística, por ello, el sector “cultura” responde a las necesidades del recurso humano para generar y sostener proyectos turísticos culturales, eventos principalmente, y no profundiza en otras y mayores responsabilidades y acciones que debería contar en la gestión cultural propiamente dicha.

b) Campaña de concientización turística masiva

Liderado por el sector público y dirigido a toda la comunidad se propone desarrollar una Campaña Intensiva de Concientización Turística con el fin de que se considere a la actividad turística como verdadera fuente generadora de empleo y derrame económico local, incremento de la calidad de vida, instrumento de preservación de los recursos naturales y culturales y medio para el embellecimiento del destino en general, entre tantos otros beneficios. Al respecto se propone:

1. Campaña Publicitaria

La campaña publicitaria deberá contener el mensaje de Municipio Pluricultural Inclusivo, lugar de atractivos únicos y orgullo local. La frase cabecera sugerida es **“Soy Tartagal”**

Algunas de las piezas publicitarias podrán ser:

Un Artesano Wichi mostrando su artesanía y diciendo “Soy Tartagal” y una frase que diga “el turismo genera empleo”

Un taxista en la Terminal de Omnibus diciendo “Soy Tartagal” y la frase “Bienvenido Sr. Turista a mi Tierra”

Una foto de un personaje de los cursos diciendo “Soy Tartagal” y la frase “el turismo revaloriza nuestra costumbres y tradiciones”

Un estudiante diciendo “Soy Tartagal” y una frase que diga “estudiaré turismo porque me dará empleo”

Una señora de barrio con su nene diciendo “Soy Tartagal” y una frase que diga “si hay turismo tengo una ciudad linda y futuro para mi hijo”

Un barrendero municipal diciendo “Soy Tartagal” y una frase que diga “trabajo para una ciudad limpia y segura para los visitantes”

Un mozo diciendo “Soy Tartagal” y una frase que diga “trabajo para que el turista se lleve una experiencia inolvidable y que vuelva a elegirnos”

2. Voluntariado Turístico

Este programa incluirá a personas de todas las edades, formaciones y residencia dentro del ejido municipal y que quieran donar horas para llevar adelante distintas acciones turísticas que pueden incluir: pintado de edificios emblemáticos, parqueización de espacios públicos, concursos de artistas, recaudación de fondos para producciones de rescate cultural, asistencia a visitantes que visitan Tartagal por eventos especiales (Carnaval, Sun´s Race, Virgen de la Peña, etc), entre otras.

Se constituirán en una asociación sin fines de lucro que seleccionará los proyectos/acciones, fichará voluntarios, distribuirá las tareas, documentará el trabajo y difundirá la importancia del turismo para el Municipio.

3. “Ahora el Turista soy Yo”

Este proyecto, financiado por el Municipio, premiará a un voluntario y toda su familia pagándole unas vacaciones de 7 días a algún destino a definir dentro del país. La selección se realizará por sorteo.

4. Campaña de concientización turística escolar:

Este Programa se dictará en las escuelas de nivel inicial.

Consiste en abordar a alumnos de 4° grado (generalmente) impartíendosele clases con conceptos generales de turismo, cartillas de concientización escolar (MCYT), juegos infantiles relacionados al destino, concursos escolares de dibujo y paseos por la ciudad/región, entre otras opciones que se pueden adoptar.

c) Intervenciones Urbanísticas de embellecimiento del Municipio

Este proyecto se complementa con el proyecto de Intervenciones en espacios verdes del Eje Ambiental.

Desde el punto de vista turístico, contar con espacio públicos de calidad, ayuda a que un visitante forme su “imagen” (hecho totalmente subjetivo) del Destino y facilita que su “experiencia” pueda ser única o al menos satisfactoria.

Tartagal cuenta con puntos estratégicos de intervención, los cuales fueron relevados en la Etapa Diagnóstico y que se consideran de especial importancia en la dinámica de los flujos turísticos dentro de la ciudad. Los principales puntos detectados fueron:

- Rotonda de ingreso
- Eje de la RN 34 N-S de todo el sector urbano
- Cruce de ingreso RN 34/Calle Alberdi (Terminal de Ómnibus)
- Eje lineal de las vías del ferrocarril- Parque Dr. Aníbal Nazar –Estación de Ferrocarril-Parque 20 de Febrero
- Mirado Capilla San Francisco Solano (La Loma)
- Costanera Río Tartagal

d) Trabajo de regionalización

Este sub proyecto consiste en crear y profundizar los lazos a nivel regional Norte Verde a fin de posicionar una Región Turística de identidad propia, basada en su rica biodiversidad.

Son muchos los esfuerzos que se realizan al respecto pero es importante compartir criterios en cuanto a la generación de productos turísticos competitivos, nivelar los estándares de servicios de las empresas del sector (calidad, tarifas, servicios complementarios), dar sustentabilidad a las inversiones y contar con operadores turísticos responsables que tienen la importante misión de comercializar el destino.

Además de las Acciones propuestas por el MCYT Salta, se propone la realización de 2 encuentros anuales a fin de coordinar acciones (algunas ya se vienen realizando, lo importante es tener continuidad e intensidad en las mismas) tales como:

- Fam tour de empresarios y periodistas

- Presencia en ferias/workshops
- Capacitaciones
- Obras de infraestructura
- Eventos intermunicipales
- Otras

Cabe destacar que la región Norte Verde cuenta con uno de los atractivos más valorados en el Plan Salta SI + y que es de jerarquía internacional como la Reserva de Biosfera de Yungas que, en conjunto con la diversidad cultural, proponen un escenario turístico único de gran potencial.

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------|--|--|--|
| FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PUBLICOC DE TURISMO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 3° año | | | |
| Definición de la política turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reestructuración del organigrama y definición de funciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluación de los puestos de trabajo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Calendario de capacitación según competencias/Busqueda de capacitadores y cronograma | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitacion RRHH Municipal 1° Etapa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluación semestral | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitacion RRHH Municipal 2° Etapa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluación semestral | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Armado y ejecución de Campaña de Concientización Turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reuniones regionales Norte Verde | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Participación en Consejo Consultivo Local de Turismo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Inversión pública, recurso humano
- Inversión pública y esponsoreo de empresas privadas, campaña de concientización
- Inversión pública provincial, regionalización

RECURSOS HUMANOS

Personal Municipal de acuerdo a Organigrama sugerido

- Capacitadores

Cantidad de cursos:

Los cursos al personal municipal se diseñarán una vez que se realice la evaluación por desempeño/perfil.



FICHA DE PROYECTO:
**FORTALECIMIENTO DEL
SECTOR PRIVADO**

N°18



PROYECTO PERTENECIENTE AL PROGRAMA

Fortalecimiento Institucional

EJE ESTRATÉGICO: Turismo

UNIDAD DE DESARROLLO Y GESTION DE PERTENENCIA

Programas y Proyectos Transversales

COORDINACION

Cámara de Empresarios de Tartagal

Dirección de Cultura y Turismo

MCYT

FUNDAMENTACIONES, OBJETIVOS

Justificación

- Hoy en día es indudable articular acciones públicas-privada en post del crecimiento turístico de la región y el Municipio
- Empresas de distintos rubros pueden incorporar herramientas para generar mayor competitividad y calidad en sus servicios y así fidelizar a sus clientes
- Se debe alentar a las organizaciones del Sector que ya existen y también las nuevas que vendrán, que trabajen por la mejora del sector o del patrimonio turístico del destino o por aquellas abocadas a la formación de recurso humano.
- “Apoyar” significa acompañar técnica o económicamente acciones llevadas a cabo por estas organizaciones. Significa esfuerzos de recursos económicos y humanos para llevarlos a cabo.

Objetivos:

- Articular acciones público-privadas en post del desarrollo del turismo sustentable del Municipio
- Fortalecer las empresas del sector del Municipio Tartagal y la Región Norte Verde
- Brindar marcos de contención e incentivo al tejido empresarial del turismo como un importante empleador y generador de riqueza para el Municipio

- Acompañar al sector privado hacia la concreción de objetivos de calidad
- Institucionalizar los procesos de consenso y trabajo conjunto público-privado

DESTINATARIOS

- Empresarios y Ongo vinculadas al turismo
- Municipalidad de Tartagal
- Turistas en general

LOCALIZACIÓN

Tartagal

PROCEDIMIENTOS

Este proyecto persigue institucionalizar el trabajo público-privado del turismo en post de alcanzar el modelo de turismo sustentable. Este Proyecto aglutina una serie de acciones:

- 1) Creación de un **Consejo Consultivo Local de Turismo**, donde se encuentre representado el Municipio a través del Director de Cultura y Turismo, los empresarios turísticos de la Cámara de Empresarios, futuros representantes de otras organizaciones relacionadas a la actividad, representantes de la comunidad elegidos democráticamente y con representatividad del grupo al que pertenecen.

Se deberá contar con un estatuto de constitución y su existencia deberá estar avalada por el Municipio, dejando en claro las decisiones vinculantes obligatorias que incumben a ambas partes.

Este Consejo Consultivo de Turismo celebrará reuniones bimestrales y extraordinarias donde se convoque a todos los miembros de las organizaciones para tratar temarios que tendrán orden del día y que se documentarán con Actas. Las mismas formarán parte de los documentos de Indicadores del Destino.

Sus funciones principales serán las siguientes:

- ✓ Consensuar y aprobar los planes operativos anuales de gestión del sector público.
- ✓ Velar por la aplicación de la planificación y legislación municipal relativa al turismo y proponer y opinar sobre la actualización, complementación, ajustes de esos instrumentos de gestión. Participar en las instancias de intercambio con el Ministerio de Cultura y Turismo Provincial.
- ✓ Proponer, discutir y deliberar sobre los planes y proyectos que incidan sobre el desarrollo turístico.
- ✓ Proponer al Municipio/Provincia la elaboración de estudios sobre cuestiones que se entiendan como relevantes.
- ✓ Promover la integración de políticas sectoriales que tengan relación con el desarrollo turístico y urbano - ambiental y productivo del Municipio.
- ✓ Consensuar las temáticas de capacitación
- ✓ Intervenir a modo de Organismo Consultor en la resolución de casos que afecten a los intereses del Destino en su conjunto en general y del turismo en particular.

En cuanto a acciones conjuntas de promoción pueden incluirse,

- Participación conjunta en ferias, workshops, etc. Distribución equitativa de costos de impresión de material, traslados, pago de espacios/escritorios, viáticos, etc
- Gestión para la organización de fam tours y fam press

- Pago conjunto de pautas publicitarias en revistas especializadas y/o guías de turismo
- Links a sitios web oficiales y privados
- Etc.

En cuanto a acciones de gestión:

- Cursos de capacitación
- Asesoramiento técnico y búsqueda de créditos y/o subsidios para emprendedores
- Aplicación de normas de calidad y certificación de destino sustentable
- Otras.

2) Contratación de profesional en turismo

Se propone la contratación de un profesional altamente capacitado que pueda dedicarse exclusivamente y de manera coordinada con el Director de Turismo Municipal a la realización de todas las acciones previamente mencionadas.

Este profesional se integrará al staff de la Cámara de Empresarios de Tartagal.

Se recomienda que este profesional tenga experiencia en el asesoramiento a emprendedores y administración de empresas turísticas.

3) Articulación con las acciones llevadas a cabo por MCYT

Cabe mencionar que hace un par de años el Organismo Provincial de Turismo viene realizando un trabajo de puesta a punto del destino, para lo cual viene trabajando codo a codo con el sector privado.

Por ello se aconseja continuar este proceso que se estima dará sus frutos en un mediano y largo plazo.

Cuenta para ellos con el desarrollo de Proyectos tales como:

1) Fortalecimiento Institucional

- a. Talleres participativos de planificación turística
- b. Programa de buenas prácticas de calidad turísticas (en conjunto con Mintur Nación)
- c. Asistencia para la captación de Fondos
- d. Programa de práctica profesional con UCASAL
- e. Programa de cultura turística (relacionado a la campaña de concientización turística)

2) Emprendedores-Productos

- a. TURISMO ALTERNATIVO: Programa de fortalecimiento y capacitación a prestadores

Taller para la definición de la línea de Producto "Turismo de Naturaleza"

- Diseño y cotización de paquetes turísticos
- Herramientas de administración para turismo.
- "Impuestos para turismo"
- Marketing digital y estrategia en redes para turismo.
- Introducción a las Travesías en Ambientes Naturales.
- Liderazgo y Gestión de Riesgos.
- Socorrismo en Ambientes Rurales, Naturales y Agrestes.

- Búsqueda y Rescate.
- b. PROGRAMAS CON BID

AVES:

- Programa de Asesoramiento y Diseño de Circuito en Observación de Aves
- Sensibilización Comunitaria
- Capacitación: Iniciación en la Observación de Aves Silvestre
- Capacitación: Iniciación en la Observación de Aves Silvestre, Nivel Medio

PESCA:

- Programa de asesoramiento y registración
- Taller para la definición de la línea del Producto "Circuitos de Pesca"

TURISMO COMUNITARIO/ VIVENCIAL:

- Taller para la definición de la línea del Producto "Turismo Comunitario/Vivencial"
- Programa de sensibilización y capacitación a comunidades originarias en Turismo Comunitario

c. PROGRAMA MCYT / MINTUR ARTESANIAS

- Relevamiento de artesanos y ferias
- Taller de Diseño de productos
- Taller para la organización y producción
- Comercialización

- Taller de Asociativismo
- 3) Promoción y marketing
- Banco de Imágenes actualizado
 - Realización de FAM Selva
 - Desarrollar material gráfico para Ferias
 - Presentación de calendarios invierno y verano

CRONOGRAMA

| | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------|
| FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PRIVADO DE TURISMO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 3° año |
| Creación del Consejo Consultivo Local de Turismo (fin, estatutos, etc) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arpobación por parte del Municipio | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio de reuniones bimestrales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Contratación de profesional en turismo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tareas de asesoramiento y elaboración de proyectos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gestión de capacitaciones al sector | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

RECURSOS FÍSICOS

- Sede
- Honorarios profesionales
- Gastos de gestión

RECURSOS HUMANOS

Recursos Humanos:

Se prevé la contratación de un profesional en turismo encargado de llevar adelante las tareas del Consejo, nutriendo su agenda y asesorando a empresarios y emprendedores.

INDICADORES DE MONITOREO Y EVALUACIÓN

4.- INDICADORES DE MONITOREO Y EVALUACIÓN

El Banco Interamericano de Desarrollo, a través de sus plataformas educativas, destaca la importancia de realizar evaluaciones del impacto:

1. **Para mejorar la rendición de cuentas:** Las evaluaciones de impacto miden la eficacia de las intervenciones.
2. **Para respaldar con hechos las decisiones de políticas públicas:** Los formuladores de políticas públicas pueden valerse de la evidencia surgida de las evaluaciones de impacto bien sea para lograr apoyo y financiamiento para ciertas intervenciones, expandir aquellas que ya están en curso y que son eficaces y/o rediseñar o definitivamente cancelar las que no lo son.
3. **Para mejorar la transparencia:** Las evaluaciones de impacto pueden ayudar a mantener informadas a las partes interesadas —donantes, medios de comunicación y sociedad civil, entre otros— acerca de la efectividad con que se utilizan los fondos públicos.
4. **Para mejorar la gestión:** Las evaluaciones de impacto pueden constituirse en poderosas herramientas de gestión que hacen posible ensayar enfoques innovadores para los programas y diseñarlos de manera tal que se maximice el impacto.
5. **Para potenciar la cooperación para el desarrollo:** Las evaluaciones de impacto aportan evidencia empírica acerca de la efectividad de las intervenciones y así contribuyen a orientar la asignación de recursos escasos por parte de los donantes y otros agentes, esto redundará en mejores políticas de desarrollo en el ámbito mundial.
6. **Para aprender sobre lo que funciona:** Las evaluaciones de impacto son el mecanismo más eficaz para verificar si las intervenciones han sido diseñadas para alcanzar sus objetivos de la mejor manera posible. No sólo permiten ver si los proyectos logran sus metas, sino también sirven como un mecanismo para aprender acerca de la manera en que las intervenciones son implementadas.

Configuración de indicadores para el monitoreo y evaluación de impacto de la ejecución del Plan.

Los indicadores de medición y seguimiento del Eje turismo que aquí se presentan, son sensores que permitirán saber si el Plan está encarrilado dentro de los

parámetros previsibles y, llegado el caso, realizar los ajustes inmediatos que sean necesarios.

Es indudable que el turismo puede producir impactos tanto positivos como negativos, por ello, todo responsable de la gestión de destinos o atracciones turísticas debe velar por el correcto uso del entorno natural y cultural que le compete.

En un correcto proceso de generación de indicadores de sustentabilidad entran en juego responsables de organismos públicos, planificadores, gestores y operadores de turismo privados, así como la comunidad local, todos, íntimamente relacionados y conectados por canales de información. Sólo de esta manera los indicadores pueden funcionar como la principal fuente para la toma de decisión.

La importancia de los indicadores radica en saber qué es lo que se necesita para reducir el riesgo de tomar inadvertidamente decisiones que puedan perjudicar el entorno natural y cultural del que depende la industria turística.

La identificación y evaluación de indicadores puede servir para demostrar la relación causa-efecto entre el turismo y el medio ambiente. Con ellos, los responsables de turismo estarán en mejores condiciones para:

- Identificar las cuestiones emergentes, lo que permitirá su prevención o mitigación;
- Identificar los impactos, lo que permitirá actuar antes de que ocasionen problemas;
- Apoyar el desarrollo del turismo sostenible, identificando límites y oportunidades; y
- Fomentar la responsabilidad de los gestores, promoviendo la adopción de decisiones responsables basadas en el conocimiento.

En términos generales podemos citar los indicadores propuestos por la OMT y la UICN, presentados en el siguiente cuadro.

Indicadores clave de turismo sostenible

| Indicador | Medidas específicas |
|--|---|
| 1) Protección del sitio | Categoría de protección según UICN |
| 2) Presión (sobre el sitio) | Número de turistas que visitan el sitio (por año/por mes) |
| 3) Intensidad de uso | Intensidad de uso en alta temporada (persona/hectárea) |
| 4) Impacto social | Ratio entre turista y residentes (alta temporada y exceso de tiempo) |
| 5) Control de desarrollo | Existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales de desarrollo del sitio y densidad de uso |
| 6) Gestión de desechos | Porcentaje de aguas residuales del sitio receptor del tratamiento (otros: límites estructurales como el suministro de agua) |
| 7) Proceso de planificación | Existencia de plan regional organizado para la región, destino turístico (inclusión de los componentes turísticos) |
| 8) Ecosistemas críticos | Número de especies raras / en peligro |
| 9) Satisfacción del turista | Nivel de satisfacción del visitante (basados en encuestas) |
| 10) Satisfacción de la población local | Nivel de satisfacción de los residentes (basados en encuestas) |
| 11) Contribución del turismo a la economía local | Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo |

Teniendo en cuenta estos indicadores y recurriendo una vez más al análisis multidisciplinario de este Plan y sus propuestas, se presentan a continuación una propuesta de indicadores y variables de medición del Eje de Turismo. Éstos no significan que deben ser los únicos o que pueden modificarse en cuanto a frecuencia o metodología para obtener datos de análisis.

Los Indicadores propuestos para Tartagal se dividen en las siguientes categorías:

- Indicador de Protección del Sitio
- Indicador de Presión sobre el Sitio
- Indicador de Desarrollo de la Oferta
- Indicador de Nuevos Productos turísticos
- Indicador de Impacto socio-económico
- Indicador de Satisfacción del turista
- Satisfacción de la población local
- Indicador de Política Turística

A continuación se desarrollaron las Variables con Método y Frecuencia de Medición.

También puede apreciarse una columna con los Indicadores de Línea de Base, la que corresponde al año 2014 y representa el Año 0 de este Plan.

Las tres últimas columnas hacen referencia a los Indicadores a Corto (3 años), Mediano (10 años) y Largo Plazo (15 años). Los mismos son orientativos, por ende dependerán de otros factores como inicio de obras de infraestructura y oferta turística, comercialización y promoción del Destino, receptividad y vocación de la comunidad entre tantos otros factores que influirán decisivamente en la llegada de turistas y su derrame en los distintos aspectos económicos, sociales, culturales y medioambientales.

Por ello, los Indicadores deben ser tomados como referencias para el análisis pero deben ser lo suficientemente flexibles para adaptarse a la realidad.

| INDICADORES Y VARIABLES DE DESARROLLO TURISTICO DE SEGUIMIENTO DE TURISMO TARTAGAL | | | | | | | | |
|--|-----------------------|--|--------------------|------------------------|-----------------------|----------------|------------|------------|
| Categoría de Indicadores | Indicador | Variable | Metodo | Frecuencia de medición | (Línea base Sin Plan) | Nivel Objetivo | | |
| | | | | | | a 3 Años | a 10 Años | a 15 años |
| Indicador de Protección del Sitio | Áreas Protegidas | Cantidad de Áreas protegidas | leyes/resoluciones | anual | 2 | 2 | 3 | 4 |
| Indicador de Presión sobre el Sitio | Atribos Turísticos | Cantidad de Turistas | estadística | diaria | 38800 | 10%+ | 15%+ Año 3 | 35%+ Año 6 |
| | | Cantidad de visitantes a Casa de los Pueblos Originarios | estadística | diaria | sin dato año base | - | - | 10000 |
| Indicador de Desarrollo de la Oferta | Alojamiento | Cantidad de plazas | relevamiento | anual | 660 | - | 750 | 800 |
| | | Número de establecimientos habilitados por MCYT/Municipalidad | relevamiento | anual | 9 | | | |
| | | Estadía promedio | relevamiento | diaria | 1,66 | - | - | 2 |
| | | Número de establecimientos con gestión ambiental o certificaciones de calidad | relevamiento | anual | 0 | | | |
| | | Tasa Neta de ocupación | estadística | diaria | 29,40% | | | |
| | Gastronomía | Número de establecimientos habilitados en Registro Municipal de Empresas Turísticas y/o habilitados por el municipio | relevamiento | semestral | 14 | | | |
| | | Número de establecimientos con Buenas Prácticas | relevamiento | anual | 0 | | | |
| | | Cantidad de establecimientos pertenecientes a Ruta Gastronómica | relevamiento | semestral | sin dato año base | 7 | 10 | 16 |
| | Transporte | Cantidad de empresas de colectivo | relevamiento | semestral | 8 | | | |
| | | Empresa rentadora de auto con suc local | relevamiento | anual | 0 | | | 1 |
| | | Empresas de remises turísticos | relevamiento | semestral | 5 | | | |
| | Servicios generales | Cantidad de guías habilitados | relevamiento | semestral | 0 | | | |
| | | Salones / auditorios | relevamiento | anual | 13 | | | |
| | | Cantidad de empresas organizadoras de eventos | relevamiento | anual | 0 | 1 | | |
| | Operadores turísticos | Existencia de agencias/operadores con ofertas turísticas del destino | relevamiento | anual | 0 | 1 | | |
| | | Número de operadores de turismo alternativo habilitados en el lugar | relevamiento | anual | 0 | 1 | 3 | 4 |

| INDICADORES Y VARIABLES DE DESARROLLO TURISTICO DE SEGUIMIENTO DE TURISMO TARTAGAL | | | | | | | | |
|--|----------------------|--|--------------------------|----------------|-------------------|--|--|--|
| Indicador de Nuevos Productos turísticos | Productos turísticos | Turismo religioso: Cantidad de peregrinos a Santuario Virgen de la Peña | | diaria | sin dato año base | | | |
| | | Ecoturismo: cantidad de visitantes centros de interpretación / senderistas | | diaria | sin dato año base | | | |
| | | Ecoturismo: cantidad de senderos señalizados | | anual | sin dato año base | | | |
| | | Turismo comunitario: cantidad de comunidades registradas en MCYT | | anual | sin dato año base | | | |
| | | Fiestas populares: Cantidad de asistentes a fiestas/festivales/eventos | relevamiento/en cuesta | anual | anual | | | |
| Indicador de Impacto socio-económico | Impacto económico | Empleos generados | relevamiento | anual | sin dato año base | | | |
| | Impacto social | Ratio entre turista y residentes | | anual | | | | |
| Indicador de Satisfacción del turista | Nivel Satisfacción | Satisfacción del turista/excursionista | encuesta de satisfaccion | 3 veces al año | sin dato año base | | | |
| Indicador Satisfacción de la Población Local | Nivel Satisfacción | Nivel de satisfacción de los residentes | | 3 veces al año | | | | |

| INDICADORES Y VARIABLES DE DESARROLLO TURISTICO DE SEGUIMIENTO DE TURISMO TARTAGAL | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---|--|-----------|-------------------|--|--|--|
| Indicador de Política Turística | Promoción | Existencia de material promocional | documentación | anual | sin dato año base | | | |
| | | Presencia en ferias especializadas | | anual | | | | |
| | Dirección de Turismo | Presupuesto | designación municipal/rendiciones de gastos | anual | | | | |
| | | Cantidad de recurso humano | relevamiento | semestral | 9 | | | |
| | | Cantidad de turistas atendidos | estadística | diaria | sin dato año base | | | |
| | | Nº de acciones promocionales y presupuesto | documentación | anual | sin dato año base | | | |
| | Planificación Estratégica | Concreción de la visión, misión, objetivos propuestos en el Plan | Taller / Autoevaluación de actores involucrados | anual | plan | | | |
| | | Retroalimentación. Incorporación de nuevos objetivos, metas, prioridades y proyectos. Evaluación y correcciones (en caso negativo) de acciones realizadas | Taller / Autoevaluación de actores involucrados | anual | | | | |
| | Participación comunitaria | Cantidad de reuniones y actas con asistentes y temario | documentación | anual | sin dato año base | | | |
| | Capacitación | Número de cursos realizados | documentación | anual | sin dato año base | | | |
| | | Número de asistentes | relevamiento | anual | sin dato año base | | | |
| | | Efectividad de la capacitación | Encuesta de satisfacción a asistentes y turistas | anual | sin dato año base | | | |

GRÁFICOS DE PROYECTOS

5.- GRAFICOS DE PROYECTOS

GRÁFICO DE PROYECTOS



ECOTURISMO



**AVISTAJE DE
AVES**



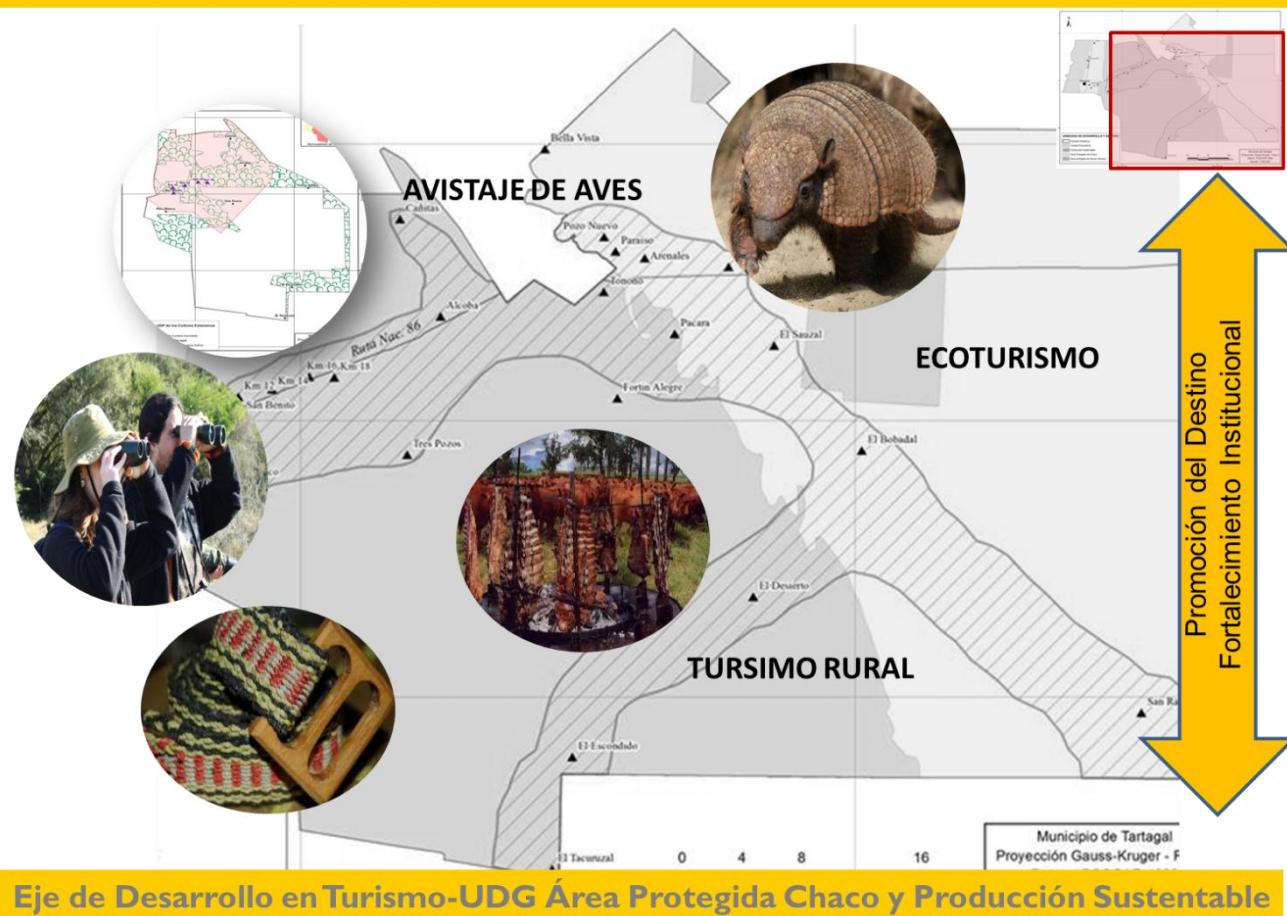
AVENTURA



Promoción del Destino
Fortalecimiento Institucional

Eje de Desarrollo en Turismo-UDG Área Protegida del Sector Serrano

GRÁFICO DE PROYECTOS



Eje de Desarrollo en Turismo-UDG Área Protegida Chaco y Producción Sustentable

GRÁFICO DE PROYECTOS



GRÁFICO DE PROYECTOS



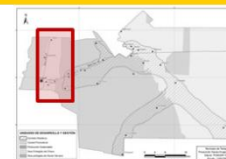
**EMPRESAS
TURÍSTICAS**



**EVENTOS-
FIESTAS
POPULARES**



**TURISMO
RELIGIOSO**



Promoción del Destino
Fortalecimiento Institucional



Eje de Desarrollo en Turismo-UDG Ciudad Pluriétnica

CONCLUSIONES

6.- CONCLUSIONES

- Los programas y proyectos propuestos responden a las necesidades del Diagnóstico y para cada una de las propuestas se ha priorizado su integración sustentable con el ambiente, su originalidad en cuanto a experiencia turística, la generación de empleo y la preservación de la cultura local.
- Existen alternativas factibles de ser llevadas a cabo en un corto tiempo y con pocos recursos. Muchas de ellas sólo necesitan del apuntalamiento de un profesional contratado para tal fin que se dedique a tiempo completo a la actividad.
- Se ha generado un nutrido paquete de Indicadores que pueden ir monitoreándose en forma progresiva y que se entiende puede llegar a ser de utilidad para marcar la evolución del turismo.
- Existe un excelente clima de oportunidad y apertura hacia el turismo a nivel regional (Norte Verde), el cual debe ser aprovechado y transformado en acciones turísticas concretas, demostrativas y motivantes para avanzar con el Plan a largo plazo.
- Es preciso contar con el compromiso de la mayor autoridad local y el cuerpo legislativo para brindar el marco y las seguridades necesarias para las inversiones turísticas a nivel local. Así mismo, sin el apoyo de la comunidad y el sector empresario turístico, no se podría concretar ninguna estrategia de desarrollo por ello, el trabajo en conjunto es fundamental.
- Sin duda, contar con un atractivo turístico de la más alta jerarquía como podría llegar a ser la Casa de los Pueblos Originarios, apoyaría a la tracción de flujos turísticos a Tartagal.
- Los productos turísticos factibles de desarrollar en Tartagal y la zona Norte Verde, son muchos y variados, lo cual no deja de ser una ventaja competitiva de interés.

- Es importante aprovechar todas los Programas y Proyectos propuestos por organismos como MCYT que abordan al destino de manera integral.
- La constancia y el aprendizaje de los aciertos y errores de las acciones turísticas son fundamentales para que poco a poco se consolide el Destino turístico Tartagal.

BIBLIOGRAFIA

- McIntyre, George; Hetherington, Arlene; Inskip, Edward. "Desarrollo turístico sostenible. Guía para planificadores locales". OMT. Año 1.996.
- Marchena Gómez, Manuel. "El Desarrollo sostenible del turismo: la planificación local. Papel del Municipio." Apuntes para Master en Función Pública de Turismo. Universidad de Sevilla. Año 2003.
- Busquets, J., Prone, M., Fernández, P.D., et. alt.: "Plan Maestro de Viajes & Turismo de Salta 2016" (BID / Secretaría de la Gobernación de Turismo de Salta - 2006).
- Tarí Guilló, Juan José / Molina Azorín, José Francisco. Master en Dirección y Gestión Turística, IUP. Apuntes de Modulo 7. Gestión de la calidad y el medio ambiente en empresas turísticas. España 2009.
- Martínez, Francisco Juan / De Juan Alonso, José María. Master en Dirección y Gestión Turística, IUP, Apuntes de Modulo 1. Planificación, diseño y desarrollo de destinos y productos turísticos. España 2009.
- Bote Gómez, Venancio. "Planificación Económica del Turismo". Ed. Trillas. Año 1990. México.
- Cárdenas Tabares, Fabio. "Proyectos turísticos". Ed. Trillas. Año 1991. México.
- Sancho, Amparo (y otros). "Introducción al Turismo" OMT.
- Plan Estratégico Territorial. Gobierno de la Nación
- Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable. Gobierno de la Nación.