



Argentina
La Ruta Natural



Programa integral de desarrollo y promoción del turismo de naturaleza en Argentina

2019 - 2023

Subsecretaría
de Desarrollo Estratégico



Ministerio de
Turismo y Deportes
Argentina



Argentina



Argentina
La Ruta Natural

Índice

1. Introducción	4
2. La Ruta Natural	7
2.1 Objetivo	8
2.2 Líneas de Acción	8
2.2.1 Planificación estratégica	8
2.2.2 Creación de plataforma web como herramienta de trabajo 4.0 para acciones de desarrollo y promoción	11
2.2.3 Desarrollo de infraestructura pública de uso turístico en áreas naturales	14
2.2.4 Promoción de inversiones privadas para el segmento	17
2.2.5 Calidad, formación y asesoramiento jurídico para guías y prestadores de turismo activo y de naturaleza y gobiernos provinciales y municipales	21
2.2.6 Desarrollo de herramientas para la facilitación de la comercialización	26
2.2.7 Comunicación y Promoción	28
2.2.8 Otras líneas de acción de desarrollo	33
3. Conclusiones	38



1. Introducción



Argentina es una potencia de naturaleza mundial, reconocida por la espectacularidad de su fauna, por la inmensidad de sus paisajes que se recorren casi en soledad, por una red de más de 550 áreas protegidas que representa el 16,17% del territorio y por sus imponentes Patrimonios Mundiales. Se pueden hacer mil viajes por Argentina y nunca terminar de conocerla. Argentina es selva y glaciares, es nieve y mar, es desiertos, salares, ríos y cataratas, es bosques, montañas y volcanes. Y además, es una de las puertas de entrada a la Antártida.

Es por toda esta riqueza que el **turismo de naturaleza**¹ (uno de los principales segmentos turísticos y entre los de mayor crecimiento a nivel mundial), explica gran parte de la actividad turística de Argentina.

Según la Encuesta de Turismo Internacional (ETI)², el 28,6% de los turistas extranjeros que visitaron el país en el 2022, hicieron alguna forma de turismo de naturaleza. Entre los diferentes aspectos que motivaron a los turistas en su decisión de viajar a la Argentina, un 28,4% de los consultados menciona que la diversidad de naturaleza y paisajes estuvo entre los factores tenidos en cuenta. Este porcentaje asciende al 52,1% entre aquellos que realizaron actividades vinculadas con el turismo de naturaleza durante su visita al país.

Algo similar queda evidenciado cuando se analizan los destinos más elegidos del país. Entre los diez destinos más visitados por el 92% de los viajeros internacionales³, seis se encuentran próximos a grandes parques nacionales y pueden ser considerados destinos de naturaleza (Puerto Iguazú, Bariloche, El Calafate, Ushuaia y San Martín de los Andes), mientras que en otros tres, la naturaleza es uno de los protagonistas de su oferta (Mendoza, Salta y Córdoba). Para el turismo interno, a ese listado de destinos se suman las sierras de Córdoba y San Luis, las playas del Litoral y los destinos de

la costa atlántica de Buenos Aires y Río Negro, entre otros.

Desde un enfoque sectorial y de cadena de valor, el turismo de naturaleza es una actividad federal, produce más gasto por turista que otros segmentos, contempla estadías más largas⁴, genera empleo de calidad, alienta mayores encadenamientos productivos locales (además de los servicios habituales, alienta la contratación de guías, excursiones, servicios especiales, etc) y explica gran parte del ingreso de divisas por turismo. Además, el turismo de naturaleza promueve la **diversificación de la oferta** en los destinos consolidados y, al llegar mucho más lejos que otros tipos de turismo, alienta el movimiento económico en pequeños pueblos y destinos emergentes o en desarrollo a los que otro tipo de viajeros no llega.

Sin embargo, su aporte va mucho más allá de su **impacto económico**. El turismo de naturaleza tiene un profundo **impacto social**: genera arraigo de las comunidades, promueve el desarrollo local, el orgullo, la pertenencia, formación y capacitación continua de prestadores, guías y otros integrantes de las comunidades locales, actores clave en este tipo de turismo.

Al mismo tiempo es una **actividad sostenible**, que ofrece respuestas concretas a los desafíos de la actualidad, con la capacidad de tener un impacto ambiental positivo. En un escenario de crisis climática, diversifica la matriz productiva de los territorios y ofrece alternativas concretas frente a otras actividades. Ayuda a proteger especies, ecorregiones y ambientes silvestres generando ingresos a partir de la protección ambiental, celebra a la fauna, la flora, los paisajes, genera empatía, emociones, aprendizaje, descubrimiento, conexión con el mundo natural. El turismo de naturaleza es una **herramienta de educación ambiental** fundamental: un viaje a la naturaleza puede transformar a las personas.

¹ Turismo de naturaleza engloba al ecoturismo, el turismo aventura o activo y muchas otras actividades al aire libre en las que la naturaleza ocupa un rol protagónico. Según Blanco Portillo (2006), el turismo de naturaleza es “aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad, y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente el medio natural de forma específica, garantizando la seguridad del turista, sin degradar o agotar los recursos”. En Argentina, hacer turismo de naturaleza abarca un sinnúmero de experiencias: acampar en algún parque nacional, caminar sobre glaciares en la Patagonia, ir a ver a las ballenas francas, recorrer las Cataratas del Iguazú y la selva misionera o hacer una escapada de fin de semana a algunos de los incontables destinos naturales de nuestro país.

² Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

³ Argentina Productiva 2030, Misión 11, Marzo 2023.

⁴ Informe de Turismo de Naturaleza, año 2023.

En síntesis, desde el punto de vista de la política pública y su ejecución a nivel nacional, **el turismo de naturaleza es estratégico** porque es una modalidad disponible en todos los destinos y en todas las provincias, y es complementario con toda la oferta turística existente en cada uno de ellos.

Ahora bien, a la hora de darle impulso al turismo de naturaleza, hay una problemática en territorio que es necesario abordar cuidadosamente: la mayoría de las personas que viajan se concentran en destinos consolidados, sufriendo estos los efectos de la saturación y el impacto de un flujo turístico masivo y desordenado. Al mismo tiempo, hay numerosas regiones y atractivos naturales menos conocidos o relegados por falta de infraestructura, planes de ordenamiento territorial, reglamentación para la visita y promoción que acompañe su desarrollo turístico.

La promoción turística y el desarrollo deben ser entendidos, entonces, como parte de una misma estrategia que sea planteada de manera **integral, federal y equitativa**, trascendiendo los límites geopolíticos, desconcentrando los flujos de los destinos más consolidados, reduciendo su estacionalidad, impacto y los efectos de la saturación⁵.

En cuanto a los antecedentes de este tipo de políticas, durante el período 2000-2015 el abordaje de la planificación y desarrollo desde la entonces Secretaría de Turismo de la Nación, en relación al turismo de naturaleza, se realizó de manera segmentada a través de determinados productos: turismo aventura, ecoturismo, turismo paleontológico, observación de aves y visita a parques nacionales. Para cada uno de ellos se elaboraron diagnósticos que permitieron acompañar su desarrollo en territorio a través de capacitaciones, asesoramiento técnico a las provincias y articulación con el sector privado. A partir de 2016, y con el objetivo de darle visibilidad al Turismo Activo Natural, se incorporó el componente de promoción con acciones que apuntaban a fortalecer el posicionamiento del país en turismo aventura y la visita a parques nacionales bajo la marca “Argentina Natural”. Como cierre de este trabajo, se organizó una

Cumbre Nacional de Turismo de Naturaleza en 2019 que tuvo más de 400 participantes de todo el país, y se publicó el Libro Blanco para el Turismo Activo Natural realizado conjuntamente con la Asociación Aves Argentinas. Todas estas acciones permitieron la configuración del segmento del turismo de naturaleza integrado tal como se lo conoce en la actualidad, e identificar los actores y agentes institucionales en los distintos niveles de gobierno, del sector privado, científico y ambiental relevantes para el diseño y ejecución de políticas necesarias para avanzar en una agenda de desarrollo del segmento.

No obstante, el impulso al turismo de naturaleza, desde el enfoque en el que se lo presenta, con un rol estratégico en las políticas sectoriales a nivel nacional, requería de una serie integrada de acciones que jerarquicen el segmento en la agenda del turismo y alienten su desarrollo con un ritmo más acelerado y con escala federal. En 2019 se incorporó en el organigrama del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, la Dirección de Desarrollo de Turismo de Naturaleza, dependiente de la Subsecretaría de Desarrollo Estratégico, desde donde se diseñaron los lineamientos fundamentales de **La Ruta Natural**⁶, el programa plan integral de desarrollo y promoción del Turismo de Naturaleza en Argentina, y se oficializó la puesta en marcha del programa, planteando el desarrollo del turismo de naturaleza como una política de estado.



⁵ Enfoque Estratégico de Desarrollo y Promoción de Turismo de Naturaleza en Argentina.

⁶ Resolución 3/2021 del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. El nombre responde a una evolución del concepto “Argentina Natural”.

2.

La Ruta Natural



2.1 Objetivo

En línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la contribución del turismo al alcance de dichos objetivos desde la perspectiva de la OMT⁷, La Ruta Natural busca **impulsar el turismo de naturaleza en todo el país**, ayudando a consolidar a la Argentina como un destino de naturaleza de clase mundial, promoviendo la cultura del turismo de naturaleza y su desarrollo en territorios y comunidades a partir de sus valores naturales, y la mejora de las prácticas turísticas para garantizar un turismo responsable que celebre la biodiversidad y la identidad.

2.2 Líneas de Acción

La Ruta Natural propone una estrategia integral con acciones de desarrollo y promoción tomando al turismo de naturaleza como eje vector de la planificación. Las principales líneas del programa son:

DESARROLLO

1. Planificación estratégica
2. Creación de una plataforma web como herramienta de trabajo de turismo 4.0 para acciones de desarrollo y promoción
3. Infraestructura pública de uso turístico en áreas naturales
4. Promoción de inversiones privadas para el segmento
5. Calidad, formación y asesoramiento jurídico para guías y prestadores de turismo activo y de naturaleza, y gobiernos provinciales y municipales
6. Creación de herramientas para la facilitación de la comercialización

PROMOCIÓN

7. Acciones de promoción y comunicación nacional e internacional

2.2.1 Planificación estratégica

El turismo en Argentina presenta una gran desigualdad en el grado de desarrollo relativo de los destinos turísticos. Sólo diez destinos concentran el 58% de los turistas que llegan a destinos nacionales durante un año en lo que refiere a turismo interno, cifra que asciende al 92% en el caso del turismo internacional. No obstante, se han identificado 130 localidades con desarrollo turístico incipiente que potencialmente podrían incrementar su actividad turística, cifra podría llegar a 265 si se incorporan aquellos destinos con un alto potencial por estar vinculados a atractivos naturales o culturales destacados⁸, y la cifra podría ascender a 1.200 si se consideran las localidades con plazas hoteleras declaradas⁹.

A su vez, el estado de desarrollo de los destinos turísticos se determina por ciclos de vida dinámicos¹⁰, por lo que en lugar de considerar determinados atractivos, corredores o destinos, La Ruta Natural propone una organización del territorio nacional que se adapta a la evolución de la actividad turística y a los principales ejes temáticos de desarrollo y potencial que presentan los destinos nacionales.

PROPUESTA TEMÁTICA

El programa pone el foco en las principales actividades o “formas de vivir la naturaleza” que propone Argentina, definiendo **ocho ejes prioritarios**:

- Observación de aves
- Avistaje de fauna silvestre
- Turismo astronómico
- Turismo paleontológico
- Turismo aventura
- Visita a parques nacionales
- Rutas escénicas
- Turismo natural urbano

⁷ El turismo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

⁸ Misión 11, Turismo Sostenible - Argentina Productiva 2030.

⁹ Padrón Único Nacional de Alojamiento (PUNA), Dirección Nacional de Mercados y Estadística, Subsecretaría de Desarrollo Estratégico, Ministerio de Turismo y Deportes.

¹⁰ Clasificación de localidades según nivel de Desarrollo Turístico.

PROPUESTA TERRITORIAL

La Ruta Natural divide el territorio nacional en **17 regiones o “Rutas Naturales”**¹¹, que comparten una misma identidad natural:



Sobre la base de un extenso diagnóstico que incluye indicadores de capacidad de alojamiento, cantidad de turistas nacionales y extranjeros, oferta turística, estacionalidad, conectividad, entre otros, la mirada territorial está presente en la propuesta estratégica que incluye todos los ejes de acción del programa¹² y en la definición del Enfoque Estratégico Regional realizado para cada una de las 17 Rutas Naturales.

En este último se incluye un análisis sobre el potencial identificado y los objetivos estratégicos tanto en la planificación de las actividades de promoción y comunicación como en el desarrollo de productos, la construcción de una red de proveedores que amplíen la oferta turística, la asistencia para legislación y normativa a prestadores de naturaleza, la facilitación de herramientas para la comercialización, iniciativas de formación y calidad, el desarrollo de señalética vial e infraestructura de uso turístico y la promoción de inversiones privadas en toda la cadena de valor¹³.

¹¹ Inspiradas en las 18 ecorregiones argentinas.

¹² Propuesta Territorial de La Ruta Natural.

¹³ <https://biblioteca.yvera.tur.ar/>

COMPONENTES DE LA RUTA NATURAL PARA SU DESARROLLO Y PROMOCIÓN

Un paso fundamental para la definición estratégica de La Ruta Natural fue la identificación de **componentes específicos** teniendo como base los antecedentes de la oferta de turismo de naturaleza del país, a partir de un

relevamiento que se inició en 2020 a través de reuniones e intercambios con los referentes técnicos de desarrollo de las provincias, y que se fue profundizando durante el período 2021-2023. Además de las Rutas Naturales, se trabajó con “Imperdibles”, “Circuitos”, “Rutas escénicas” “Ciudades Anfitrionas” y “Experiencias”¹⁴.

COMPONENTE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE PRODUCTOS DESARROLLADOS	CANTIDAD DE JURISDICCIONES ALCANZADAS
Rutas Naturales	Espacios territoriales que comparten una identidad natural común.	17	24
Imperdibles	Atractivos, destinos o lugares turísticos naturales y/o culturales con fuerte vinculación con la naturaleza.	150	24
Circuitos	Imperdibles vinculados entre sí, con el fin de armar recorridos lineales o circulares en todo el país, fomentando un flujo de visitación entre destinos consolidados y emergentes/en desarrollo. De esta manera, se ofrece al turista itinerarios sugeridos que entrelazan lugares y experiencias naturales de cada región con atractivos culturales, históricos, recreativos y gastronómicos, incluyendo información útil y de valor para la planificación de sus viajes.	25	24
Rutas escénicas	Tramos paisajísticos de gran belleza en rutas nacionales y provinciales de todo el país, que constituyen un valor agregado dentro de la oferta turística de cada región.	30	17
Ciudades anfitrionas	Localidades estratégicamente posicionadas, que integran su propuesta turística con la oferta de las rutas naturales asociadas.	50	24
Experiencias	Productos turísticos que incluyen las principales actividades o “formas de vivir la naturaleza”, y que cuentan con potencial de desarrollo y promoción en todo el país.	52 destinos de observación de aves 15 destinos para el avistaje de fauna 109 destinos de turismo aventura y 11 actividades asociadas 15 destinos de turismo astronómico 16 destinos de turismo paleontológico	24

¹⁴ Propuesta territorial de La Ruta Natural.

Para ser incorporados a La Ruta Natural, los “Imperdibles”, “Circuitos”, “Rutas escénicas”, “Ciudades Anfitrionas” y “Experiencias” deben presentar condiciones mínimas de accesibilidad y servicios básicos para garantizar la visitación, y ser trabajados en forma conjunta con las provincias.

Cada uno de ellos puede ser trabajado con el fin de ser utilizado en acciones de promoción y comunicación. Además, el trabajo sistematizado de todos ellos contribuye, a su vez, a la creación de otros productos, la identificación de territorios de oportunidad¹⁵ y vectores de inversión¹⁶ para la identificación y promoción de inversiones privadas; capacitación de los equipos de promoción y desarrollo de las provincias y municipios, sector privado, instituciones académicas y científicas, comunidades locales y prestadores para el desarrollo de nuevos productos y la sensibilización sobre la importancia de la protección ambiental para las especies, ecorregiones y ambientes silvestres entre los diferentes actores y agentes públicos y privados vinculados al desarrollo del turismo de naturaleza. **Es por este motivo que la definición estratégica de La Ruta Natural es considerada un proceso dinámico de desarrollo fundamental.**

Finalmente, es importante destacar que, si bien el programa se organiza alrededor del turismo de naturaleza como eje vector, toda la propuesta se sostiene sobre una **mirada anclada en el territorio** que entiende a la experiencia turística de forma integral en espacios geográficos dotados de sentido, que se encuentran enmarcados por dimensiones políticas, económicas y culturales; donde se asientan prácticas, manifestaciones, saberes e historias que hacen a la identidad cultural de cada región y que aportan valor a los destinos turísticos. La relación entre el turismo y el patrimonio cultural (considerando la cultura en todas sus posibles expresiones) es tenida en cuenta en la definición de los productos, y su incorporación fue sistematizada en el documento de trabajo “La oferta cultural en La Ruta Natural”.

2.2.2 Creación de plataforma web como herramienta de trabajo 4.0 para acciones de desarrollo y promoción

La inclusión de la transformación digital en la actividad turística ha ganado cada vez más espacio en las agendas de discusión de políticas productivas para el sector. Las iniciativas sobre la confluencia entre las tecnologías digitales y el turismo tradicional se han incrementado sostenidamente en la última década, con mayor relevancia en los países desarrollados .

Asimismo, un plan que tiene entre sus objetivos el de impulsar el turismo de naturaleza en todo el país, debe ser capaz de poner a disposición información validada y actualizada de una gran cantidad de destinos a usuarios finales (viajeros) y a toda la cadena del sector turístico (agencias, prestadores, hoteles, etc).

Por estos motivos, en el marco del programa La Ruta Natural, se concibió como corazón del proyecto la **creación de una página web** como plataforma dinámica para:

- Brindar información a turistas nacionales y extranjeros para la planificación de sus viajes.
- Inspirar viajes responsables, poniendo a la naturaleza en el centro de atención y celebrando la identidad de cada región.
- Promover redes de cooperación para la promoción y desarrollo del turismo de naturaleza, trascendiendo las fronteras geográficas o políticas, y reconociendo la dinámica propia del territorio y de los actores.
- Facilitar a gobiernos locales de todo el país, la promoción de su oferta turística y atractivos, integrados de manera estratégica con la oferta de todo el territorio.
- Posibilitar a prestadores de naturaleza la promoción de sus servicios en una plataforma que jerarquiza los atractivos con los que trabajan y desarrollan su oferta.
- Proporcionar información sobre rutas, circuitos y experiencias más allá de la oferta consolidada a agencias y operadores que trabajan con turismo interno y receptivo, y que puedan, a su vez, promocionar sus servicios.

¹⁵ Ver 2.2.4, Promoción de inversiones privadas para el segmento.

¹⁶ Actividades turísticas con potencial para invertir.

¹⁷ Misión 11. Turismo Sostenible - Argentina Productiva 2030.

Además, el desarrollo de esta web tiene ventajas adicionales:

- Como un árbol que da frutos, el contenido de la web se transforma en insumo para todos los canales de comunicación oficiales (redes sociales, artículos de prensa nacionales e internacionales, etc) y para comunicadores (influencers, bloggers, etc).

- Por su tráfico y la visibilidad que le da a los destinos, aumenta el incentivo de las partes interesadas (provincias, municipios, Administración de Parques Nacionales, entre otros) a contribuir en la provisión de información actualizada y de calidad.

- Puede utilizarse como termómetro de la demanda. Ofrece datos de cuáles son los intereses de los usuarios y de la efectividad de cualquier campaña de promoción.



El sitio larutanatural.gov.ar fue lanzado en mayo de 2022 en tres idiomas (español, inglés y portugués) y desde entonces más de un millón de usuarios de más de 40 países la consultaron¹⁸. El sitio se actualiza continuamente y crece en contenidos a partir del trabajo con las distintas jurisdicciones.

La publicación de un sitio web de estas características contribuyó a darle visibilidad al turis-

mo de naturaleza y a generar espacios de diálogo y de creación de redes a nivel nacional, provincial y municipal.

Por todo lo mencionado, la comunicación, alineada con los objetivos estratégicos, es también una poderosa herramienta para el desarrollo.



Home de larutanatural.gov.ar



¹⁸ Informe de estadísticas de uso web, La Ruta Natural, Octubre 2023.

ARQUITECTURA DEL CONTENIDO WEB Y JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN CON UNA MIRADA NACIONAL

La arquitectura del sitio responde a la propuesta territorial y temática del programa, y sus contenidos (validados con todas las jurisdicciones) contribuyen a facilitarle a los viajeros llegar a más de 150 destinos de naturaleza del país.

La web incluye información sobre:

- 17 rutas naturales o regiones de Argentina
- 150 destinos imperdibles de naturaleza de todo el país
- 32 parques nacionales
- 50 experiencias para vivir la naturaleza
- 30 rutas escénicas
- 52 destinos de observación de aves
- 15 destinos para el avistaje de fauna
- 109 destinos de turismo aventura y 11 actividades asociadas
- 15 destinos de turismo astronómico
- 16 destinos de turismo paleontológico
- 54 reservas urbanas

Además, el sitio ofrece otros tres productos novedosos:

- **Circuitos:** una selección de 25 recorridos detallados en diversos lugares del país, conectando lugares y atractivos naturales con información kilómetro a kilómetro.
- **Calendario de naturaleza:** invita a descubrir qué especies de animales, plantas y otras maravillas naturales se pueden ver en cada lugar de la Argentina, mes a mes. En total, se brinda información de 54 especies.
- **Consejos para viajar a la naturaleza:** recomendaciones de salud, seguridad y buenas prácticas para vivir viajes seguros e inolvidables.

Al tratarse de un sitio de alcance nacional, resulta imposible incluir información de todos los destinos o información completa de cada destino. Por ese motivo, fue necesario priorizar los más destacados de cada provincia y en cada caso, ofrecer a los usuarios la información más relevante con links a las páginas provinciales o municipales donde pudieran consultar más información.

ESTADÍSTICAS

Como en toda política pública, la medición de resultados es fundamental para determinar el éxito de un proyecto y poder realizar modificaciones que permitan potenciarlo. En ese sentido, desde el lanzamiento de la web de La Ruta Natural, se integró la plataforma Google Analytics para poder obtener estadísticas de uso en tiempo real.

Entre los datos más relevantes, se encuentran:

- La web fue consultada por más de 1.100.000 usuarios y un promedio de 61.000 usuarios por mes.
- El 80% de los usuarios son argentinos.
- Entre los países extranjeros que más visitan la web, se encuentran Uruguay (4.3%), Brasil (3.6%), Chile (2.1%), Colombia (2%), Estados Unidos (1.5%) y México (1.4%).
- La sección más utilizada después de la home es "Lugares imperdibles", destacándose el interés de los usuarios por información específica de destinos, superando el interés por actividades o experiencias.

Para más información, se recomienda consultar los [informes estadísticos mensuales](#).



2.2.3 Desarrollo de infraestructura pública de uso turístico en áreas naturales

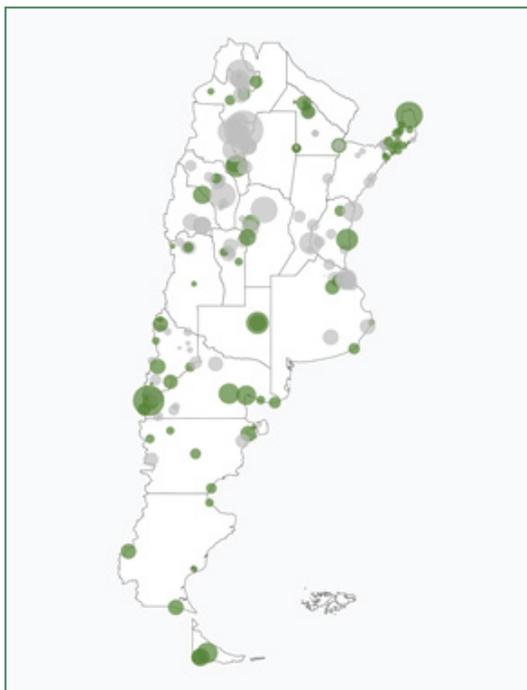
Complementando la inversión histórica que lleva adelante el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación en infraestructura de uso turístico para posicionar a la Argentina como destino de relevancia internacional a través del programa 50 Destinos, La Ruta Natural sumó **financiamiento del BID** (La Ruta Natural 5521/OC-AR) para el desarrollo de preinversión y ejecución de obras de infraestructura de uso turístico estratégicas en todo el país¹⁹.

50 DESTINOS

De las obras financiadas con el programa 50 Destinos, que alcanzó la cifra de 7.200 millones, el **44% fueron destinadas a fortalecer, ampliar y/o desarrollar el turismo de naturaleza**.

Entre las tipologías financiadas se encuentran campings, pasarelas, miradores, senderos, módulos de sanitarios en sitios agrestes, puestos de control, entre otras, para mejorar la experiencia de los visitantes en los destinos.

Obras realizadas por el programa 50 Destinos (2020-2023)



Fuente: Dirección Nacional de Créditos e Inversiones Turísticas - MTYD

Al igual que con el resto de las obras ejecutadas por el programa, las que se refieren a turismo de naturaleza fueron predominantemente en destinos emergentes o en desarrollo, contribuyendo al objetivo de desconcentrar los más consolidados del país y dinamizando las economías locales.



Fuente: Dirección Nacional de Créditos e Inversiones Turísticas - MTYD

Algunos ejemplos de obras de naturaleza financiadas por el programa 50 Destinos:

► **Chubut:** para generar derrame desde la costa hacia la estepa, se fortaleció la infraestructura de uso público en el ANP Piedra Parada y se financió la construcción de un centro de interpretación en el ANP Los Altares. Ambas obras contribuyen a mejorar el desarrollo turístico de la estepa chubutense como alternativa a Puerto Madryn y Esquel, los dos destinos más consolidados de la provincia.

► **Misiones:** para fortalecer y posicionar destinos de naturaleza alternativos y complementarios a las Cataratas del Iguazú, generando derrame dentro de la provincia y consolidando a Posadas como puerta de entrada a la selva misionera y punto de conexión con otras rutas, se realizó la puesta en valor turística de los parques provinciales Urugua-í, Cañadón de Profundidad y Teyú Cuaré.

¹⁹ Los proyectos deben estar emplazados en Áreas Naturales Protegidas (ANP) provinciales y municipales, Áreas Naturales de Interés Turístico (ANIT) que incluyen bordes costeros, áreas naturales transfronterizas, rutas escénicas y paisajes con valores naturales, además de campings, de acuerdo con las tipologías especificadas.

PROYECTOS DE PRE-INVERSIÓN Y OBRAS CON FINANCIAMIENTO BID

Por otra parte y en forma complementaria, el financiamiento BID se aplicó a la realización de proyectos ejecutivos²⁰ y a obras de infraestructura de seis tipologías, identificadas como estratégicas para el desarrollo del turismo de naturaleza en todo el país:

TIPOLOGÍA	DETALLE
Visitación	Infraestructura de acceso, circulación y esparcimiento: pórticos de ingreso - senderos (traza o retraza, trekking o mountainbike) - cabeceras de senderos - rampas - pasarelas - puentes - escaleras - decks - miradores - observatorios - hides - torres de observación forestal - puntos panorámicos - muelles o bajadas náuticas - áreas de recreo (asadores, juegos infantiles, mesas, bancos, cestos contenedores) - nivelación de terreno - cerco perimetral - demarcación de parcelas - desmalezado - parquización - reforestación - paisajismo
Hábitat	Módulos habitacionales: refugios - casilla de guardaparques - oficinas - proveeduría - lavandería - enfermería - comedores - quinchos
Señalética	Cartelería indicativa e interpretativa
Movilidad	Estacionamientos - paradores en ruta - ciclovías - rutas escénicas - lotes para motorhomes (estacionamiento + paquete de servicios: pozo negro, tanques, toma corriente)
Núcleo higiénico	Sanitarios - duchas - lavaderos - pozos de agua (refuncionalización o provisión) - cisternas de agua - pozos negros (descarga de aguas servidas)
Energía y conectividad	Tendido eléctrico - iluminación - cableado - tomas corriente - postes o tótems de renovables - paneles solares - wifi - tomas para cargador de baterías

Específicamente, en lo que refiere a preinversión, el Ministerio de Turismo y Deportes acompañó a provincias y municipios en la preparación de proyectos ejecutivos, fortaleciendo a sus equipos técnicos para dinamizar la puesta en marcha de propuestas que promuevan la oferta de destinos consolidados, en desarrollo y emergentes de todo el país.

De un conjunto inicial de 291 ideas-proyecto, a diciembre de 2023, desde 2021 se trabajó en preinversión con 18 jurisdicciones en el desarrollo de 101 proyectos. De este total, 12 provincias avanzan en la preparación de la documentación técnica, legal, social y ambiental de 40 proyectos, mientras que otras 14 provincias tienen otros 35 proyectos ejecutivos en proceso.

Además, se completaron cuatro proyectos ejecutivos para la activación de obras emblemáticas de La Ruta Natural:

➤ **Ciclovía Maimará-Tilcara (Jujuy):** amplía la oferta de uno de los destinos más visitados de Argentina con una propuesta de naturaleza en un escenario único, complementaria a la ya consolidada propuesta cultural de la región.

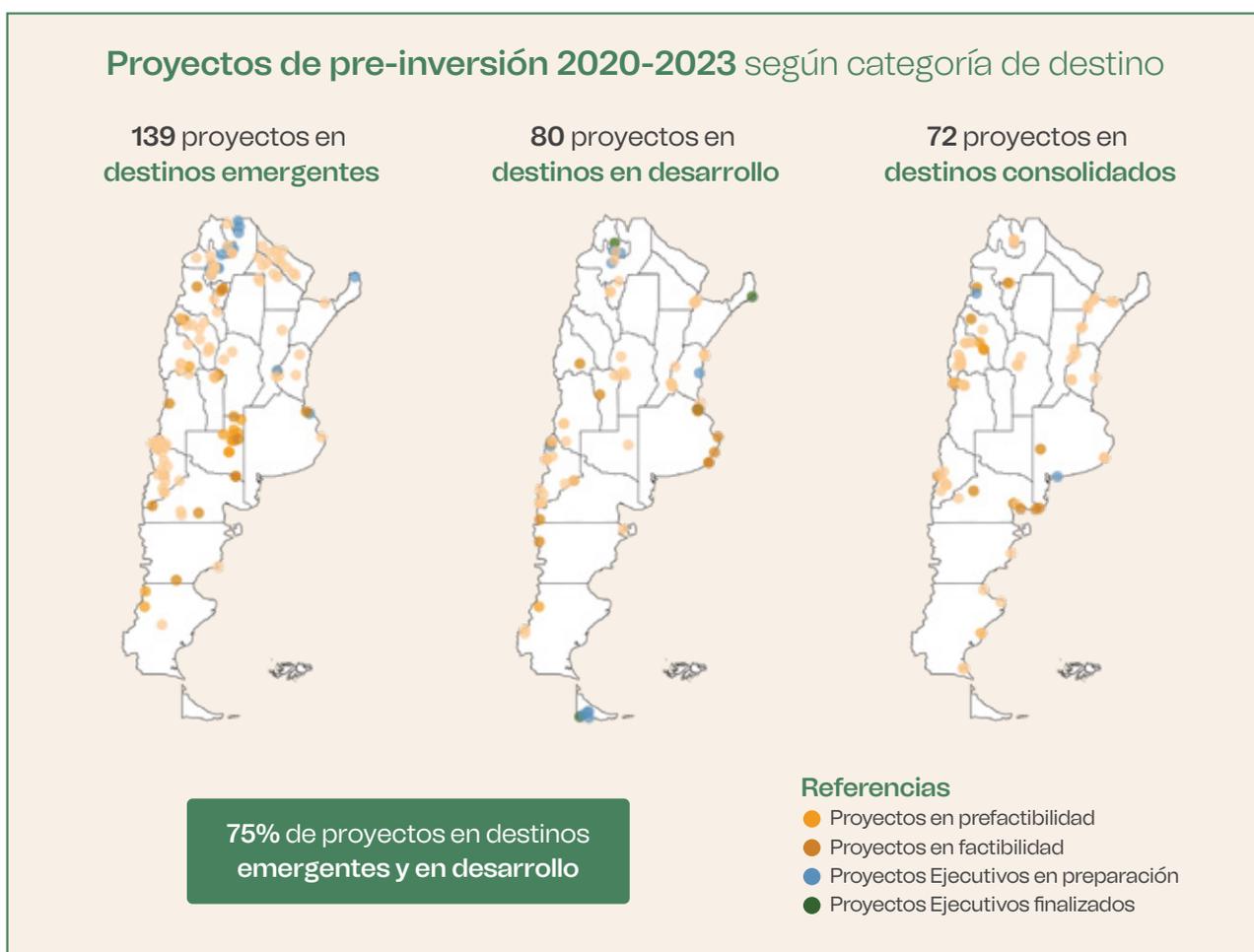
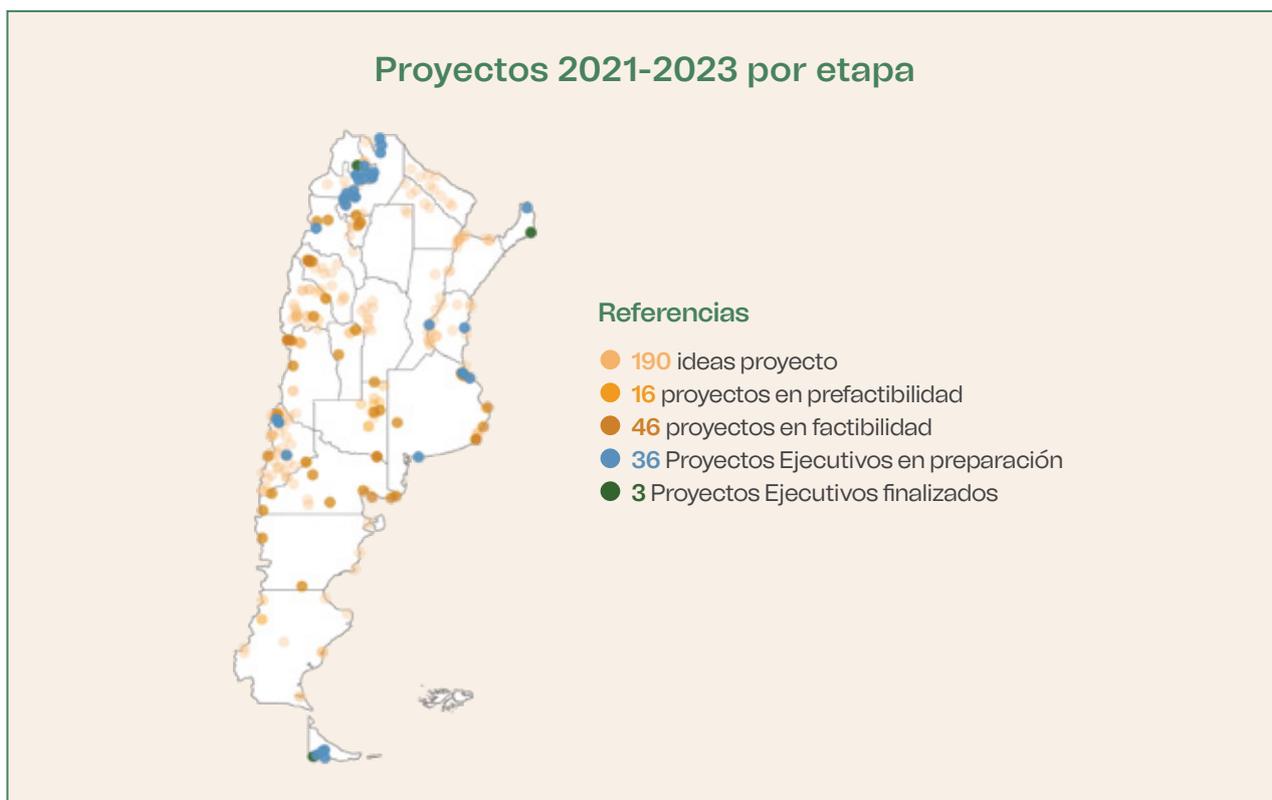
➤ **Puente sobre el arroyo Yabotí (Misiones):** jerarquiza la oferta turística del Parque Provincial Moconá y consolida el Circuito Cataratas del Iguazú - Saltos del Moconá para el turismo internacional.

➤ **Muelle para catamaranes en Ushuaia:** mejora el servicio y amplía la oferta en uno de los principales destinos con ticket de gasto por turista más elevado del país.

➤ **Campings Campo Quijano y Chicoana (Salta):** dos novedosas propuestas de esparcimiento y contacto con la naturaleza en la ruta de los Valles, Quebradas y Yungas para el turismo rutero y de motorhomes.

²⁰ Ser elegible para financiamiento internacional, implica cumplimentar distintas etapas para transformar ideas-proyecto en proyectos ejecutivos.

El 80% de los proyectos trabajados en preinversión se encuentran localizados en destinos emergentes o en desarrollo.



Fuente: Dirección de Ejecución de Préstamos Internacionales - MTYD

Etapas	PRE-INVERSIÓN				INVERSIÓN
	Prefactibilidad	Factibilidad	Proyecto Ejecutivo Doc. técnica de obra	Proyecto Ejecutivo Estudios complementarios	Proyecto Ejecutivo completo
Cantidad de jurisdicciones	21	12	4	6	3
Cantidad de proyectos	206	46	23	13	3
Monto pre-inversión - proyectado para proyectos en preparación	-	-	-	u\$s 1.107,552	-
Monto pre-inversión - invertido en proyectos terminados	-	-	u\$s 227,626	u\$s 143.324	u\$s 173.474
Monto DE ejecución de obra - proyectado	u\$s 139,700,000	u\$s 83,700,000	u\$s 83,700,000	u\$s 10,863,400	u\$s 17,703,047

Fuente: Dirección de Ejecución de Préstamos Internacionales - MTYD

Resulta importante destacar que la línea de preinversión permitió constituir un banco de proyectos de todas las jurisdicciones, fundamental para cualquier iniciativa futura de inversión pública en infraestructura de uso turístico en el segmento.



INFRAESTRUCTURA VIAL CON TÓTEMES

Desde 2022 se trabajó junto a las 24 jurisdicciones en un relevamiento del estado estructural para la puesta en valor de **297 tótems con información turística**, emplazados en todo el territorio a lo largo de la Red Vial Nacional, y localizados en pasos internacionales, aeropuertos, pasos interprovinciales y destinos turísticos.

Dado que el 95% de los tótems se encontraba en buen estado estructural, pero con los vinilos desgastados, se propuso readaptar su contenido y diseño con información relacionada al programa La Ruta Natural, contribuyendo al objetivo de consolidar a la Argentina como un destino de naturaleza. Se trabajó en un sistema gráfico que permitiera incorporar fotografías, ilustraciones e información referida a especies emblemáticas, destinos y actividades de naturaleza del país²¹.



Fuente: Sistema gráfico para la adaptación de Tótems al programa La Ruta Natural

CARTELERÍA EN RUTAS ESCÉNICAS

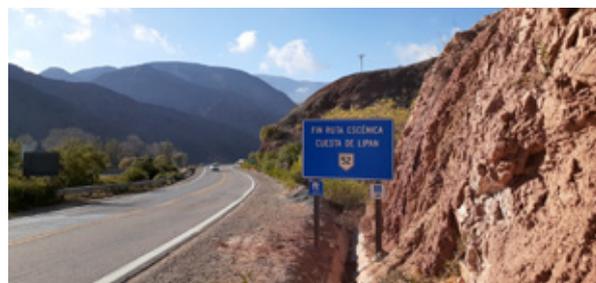
Las rutas escénicas son tramos de rutas nacionales y provinciales con alto valor paisajístico, y una de las ocho temáticas de La Ruta Natural. Mediante la correcta identificación y comunicación de las mismas, es posible sumar un atractivo turístico y contribuir al objetivo de alargar las estadías en los destinos. Por citar un ejemplo, la Cuesta de Miranda en La Rioja es un atractivo complementario al Parque Nacional Talampaya, al Parque Provincial Ischigualasto y a la Reserva Provincial Laguna Brava.

Con el adecuado desarrollo, las rutas escénicas pueden incluso transformarse en un producto turístico, como es el caso de la Ruta de los Siete Lagos o la Ruta de los Seismiles, donde varias agencias y prestadores ofrecen actividades con la ruta escénica como atractivo principal.

Con fines de comunicación y promoción, fueron identificadas **más de 100 rutas escénicas en todo el país** y seleccionadas 30 de ellas para su publicación en la [web de La Ruta Natural](#).

Para enriquecer la experiencia de los visitantes en el destino y potenciar a las rutas escénicas, resultaba fundamental poder complementar el trabajo de promoción con cartelera en destino. Con ese fin, y basados en referencias internacionales de cartelera de rutas escénicas, se elaboró una propuesta de diseño que fue trabajada en conjunto con Vialidad Nacional y las provincias, indicando el inicio y el fin de cada una de las rutas y los puntos de interés²².

A diciembre de 2023, Vialidad Nacional colocó 52 carteles a lo largo de ocho rutas escénicas en siete provincias.



Fuente: Vialidad Nacional - MOP

²¹ Ver sistema gráfico.

²² Rutas Escénicas, La Ruta Natural, 2023.

2.2.4 Promoción de inversiones privadas para el segmento

En el turismo de naturaleza, al igual que en otros segmentos del sector turístico, **la inversión privada es un componente clave y complementario** al resto de las líneas de acción. Desde la Dirección Nacional de Crédito e Inversiones Turísticas se pusieron en marcha una serie de iniciativas para promocionarla, entre las que se destacan:

- Apoyos para pequeños prestadores turísticos: InTur.
- Financiamiento bancario a tasa subsidiada Banco Nación para proyectos estratégicos para MiPyMes y grandes empresas turísticas.
- Puesta en marcha de plataforma web para la promoción de inversiones privadas en turismo, con información relevante para la toma de decisiones.

INTUR

El InTur (Programa de Incentivo para Inversiones Turísticas de Pequeños Prestadores) es un programa orientado a fortalecer las capacidades de los pequeños prestadores para que desarrollen proyectos y obtengan recursos en etapas iniciales del proceso inversor, mejorando su oferta de productos y servicios turísticos.

El programa financia bienes de capital y la adecuación, ambientación o refacción de inmuebles. Entre agosto de 2022 y julio de 2023 se desarrollaron cuatro ediciones del Programa InTur, en las que se presentaron más de 7.400 proyectos de inversión, solicitando aportes no reembolsables para financiar inversiones en el sector, con el objeto de desarrollar la oferta turística en todo el país.

Una de las cuatro ediciones estuvo específicamente dirigida a fortalecer el turismo de naturaleza. Si se observa el total de los 7.400 proyectos en sus cuatro ediciones, como así también de los 900 aportes reembolsables otorgados, casi el 90% fueron para pequeños proyectos relacionados directa o indirectamente al turismo de naturaleza²³.

Entre los proyectos financiados, vale la pena mencionar algunos ejemplos:

- Adquisición de materiales y equipamiento para la puesta en marcha de un Glamping Astronómico Ecocultural en Villa Yacanto (Córdoba):
 - Tres carpas específicamente hechas para la modalidad glamping con una capacidad para alojar hasta cuatro personas por unidad.
 - Sillones y mesas fabricadas con tablas de madera reciclada.
 - Materiales para terminar la construcción de baños y duchas (50% de avance): biodigestor, tanque de agua, caños y accesorios.
- Equipamiento para la incorporación de turismo aventura a la prestación de servicios turísticos de cooperativa en Jaukanigás (Villa Ocampo, Santa Fe):
 - Nueve bicicletas MTB para los 17 km del circuito ecoturístico.
 - Una bicicleta adaptada para realizar paseos dentro de la reserva (que cuenta con rampas de acceso).
 - Dos kayaks triples equipados con chalecos y remos para navegar en el humedal.



²³ Se consideran proyectos de naturaleza aquellos que contribuyan al desarrollo y mejora de la oferta de turismo de naturaleza (ejemplos: adquisición de kayaks, telescopios/binoculares, equipamiento parques aéreos, adquisición de domos, equipamiento glamping, etc) y/o fortalezcan destinos vinculados al turismo de naturaleza (ejemplo: materiales para la adecuación de alojamiento en destinos de naturaleza).

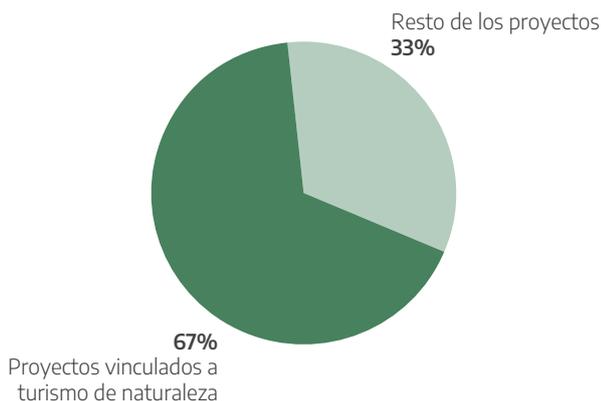
FINANCIAMIENTO A TASA SUBSIDIADA

El Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación lanzó una línea de crédito junto con el Banco de la Nación Argentina, destinada a **proyectos estratégicos del sector turismo**, con bonificación de tasa por parte del Ministerio.

El programa contempla la adquisición de bienes de capital, incluidos rodados y embarcaciones, y/o la construcción o adecuación de instalaciones.

Durante los meses de vigencia de la línea, se recibieron **más de 300 solicitudes de 22 provincias para obtener el certificado de elegibilidad**. Sobre ese total, se otorgaron 76 certificados y el 67% está directa o indirectamente relacionado al turismo de naturaleza.

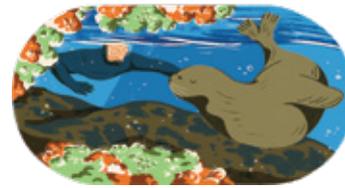
Certificados de elegibilidad emitidos por proyecto
En porcentaje. Año 2023



Fuente: Dirección Nacional de Créditos e Inversiones Turísticas - MTYD

ALGUNOS EJEMPLOS DE PROYECTOS ELEGIBLES

- Ampliación de seis cabañas de lujo en las inmediaciones del Parque Nacional Iguazú.
- Construcción de una embarcación para avistaje de ballenas, que permite también acceder a playas inaccesibles y hacer limpieza de las mismas.
- Puesta en valor del camping Laguna Verde, en el Parque Nacional Lanín.



PLATAFORMA WEB PARA LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES PRIVADAS

Mejorar la experiencia de los visitantes en destinos de naturaleza en desarrollo y emergentes requiere, además de la mejora de infraestructura pública y la mejor promoción del destino, un aumento de la inversión privada (restaurantes, plazas hoteleras, etc). Por este motivo, se trabajó en conjunto con la Dirección Nacional de Crédito e Inversiones Turísticas en la definición de territorios de oportunidad²⁴ para las inversiones e **identificación de vectores de inversión²⁵ vinculados al turismo de naturaleza y el desarrollo de oportunidades específicas en el país**.

Como resultado, se elaboraron 24 documentos con la propuesta estratégica de cada jurisdicción en la que se presentan los territorios de oportunidad junto a los posibles vectores de inversión.

Asimismo, se elaboraron documentos específicos de cada vector a nivel nacional con información de interés para quienes quieran invertir, como actividades de naturaleza, turismo náutico, turismo en motorhomes, cruceros, entre otros.

Por último, se diseñó una plataforma web donde se sistematizó y consolidó toda la información relevante y actualizada para la toma de decisiones para quienes deseen invertir. Está disponible en español e inglés y concentra más de 80 documentos especializados disponibles para los actores relevantes en la generación de inversiones. La plataforma inversionesturisticas.gov.ar se lanzó en diciembre de 2022 y cuenta con **más de 5.000 usuarios de alrededor de 20 países en todo el mundo**.

²⁴ Se consideran territorios de oportunidad aquellos donde se identifica potencial para la realización de inversiones turísticas. Pueden ser circuitos territoriales o temáticos, corredores turísticos interprovinciales, binacionales o regionales actuales o potenciales, destinos consolidados, en desarrollo o emergentes, cuyo desarrollo turístico puede estar asociado a atractivos estratégicos culturales o de naturaleza, o a su rol como centros productores o industriales y/o porque constituyen nodos de conectividad e infraestructura con otras ciudades y destinos. En lo que respecta al turismo de naturaleza, los imperdibles de La Ruta Natural son considerados territorios de oportunidad.

²⁵ Los vectores de inversión corresponden a actividades específicas vinculadas al desarrollo turístico con potencial para invertir en territorios de oportunidad determinados, según su vocación turística.

2.2.5 Fortalecimiento profesional y asesoramiento jurídico

DESARROLLO DE CAPACIDADES

Como parte del impulso al turismo de naturaleza, se llevó adelante una **estrategia para fortalecer las capacidades y conocimientos** de guías, prestadores turísticos, agentes de viajes, referentes municipales y provinciales sobre el turismo de naturaleza en general, el

vínculo del turismo con el entorno natural y la sostenibilidad desde una perspectiva de educación ambiental.

En la plataforma Campus Mintur, administrada por la Dirección de Formación en Turismo de la Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional, están incluidas las siguientes instancias formativas generadas desde la Dirección de Desarrollo de Turismo de Naturaleza:

Formaciones virtuales disponibles en el Campus Mintur			
FORMACIÓN	FECHA DE INCORPORACIÓN	CANTIDAD DE MATRICULADOS	CANTIDAD DE CERTIFICADOS ²⁶
Curso de Turismo de Naturaleza	Marzo 2022	5510	2734
Cápsula de Aprendizaje: Las reglas jurídicas del turismo de naturaleza	Junio 2023	404	176
Cápsula de Aprendizaje: Introducción al cicloturismo	Octubre 2022	1063	535
Curso de observación de aves silvestres	Julio 2022	3528	1597
Curso de Gestión Integral del Riesgo de Desastres para el sector turístico	Junio 2020	4637	1864

Fuente: Dirección de Formación en Turismo - MTYD



²⁶ Desde su incorporación hasta el 27 de octubre de 2023.

Asimismo, en el marco del Convenio de Cooperación²⁷ con la Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura (AAETAV) se llevaron a cabo capacitaciones presenciales para guías y prestadores vinculados al turismo de naturaleza.

El objetivo fue facilitar el acceso a certificaciones que cumplen con estándares internacionales de calidad en materia de gestión de riesgo

y socorrismo en ambientes naturales²⁸, reconocidos a nivel internacional por operadores y agencias de viajes.

Estos cursos fueron impartidos en 21 provincias (a excepción de La Pampa, Santiago del Estero y Ciudad de Buenos Aires) alcanzando a un total de 850 prestadores turísticos con los siguientes resultados en relación a las certificaciones otorgadas:

Certificados otorgados por tipo y provincia			
PROVINCIA	GRAN	WFR	WAFA
Buenos Aires	8	29	-
Catamarca	10	26	-
Chaco	26	-	14
Chubut	22	62 (2 ediciones)	-
Córdoba	25	14	-
Corrientes	13	26	-
Entre Ríos	21	17	-
Formosa	15	-	-
Jujuy	27	33	-
La Rioja	55 (2 ediciones)	31	-
Mendoza	23	29	-
Misiones	25	23	-
Neuquén	25	39 (2 ediciones)	-
Río Negro	18	32	-
Salta	25	27	-
San Juan	18	23	-
San Luis	7	46 (2 ediciones)	-
Santa Cruz	19	13	-
Santa Fe	9	25	-
Tierra del Fuego	30	60 (2 ediciones)	-
Tucumán	28	25	-

Fuente: elaboración propia de la Dirección de Desarrollo de Turismo de Naturaleza en base a Informes presentados por AAETAV y datos de YVERA.

²⁷ Convenios marco: CONVE-2021-04647812-APN-DDE#MTYD y específicos: CONVE-2021-40635103-APN-DDE#MTYD, CONVE-2021-84234001-APN-DDE#MTYD y CONVE-2022-47089010-APN-DDE#MTYD

²⁸ Cursos de Certificación Internacional de Gestión de Riesgo en ambientes naturales (GRAN) - Wilderness First Responder (WFR) y Wilderness Advanced First Aid (WAFA).

TURISMO AVENTURA: SENDERISMO Y CICLOTURISMO

De acuerdo con el diagnóstico²⁹ realizado en 2016 por la Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura (AAETAV), donde se relevaron 2511 prestadores de turismo activo natural, se identificaron las principales actividades desarrolladas a nivel nacional.

El senderismo y el cicloturismo ya entonces figuraban como actividades de Turismo Aventura muy difundidas en todo el país. Por este motivo se planteó para 2023 el dictado de cursos para **mejorar las capacidades específicas**

de los guías que las realizan y como cierre de un proceso formativo luego de las certificaciones de gestión de riesgos obtenidas a través del GRAN y del WFR.

Por otra parte, estas certificaciones de competencias laborales cuentan **con el reconocimiento del Ministerio de Trabajo y de la Administración de Parques Nacionales (APN)**. Razón por la cual, quienes aprueban estos cursos, cuentan con una herramienta que les facilita la habilitación como nuevos guías de estas actividades en la jurisdicción de la APN.

Cursos específicos impartidos				
	CURSOS DE SENDERISMO	CURSOS DE CICLOTURISMO	PARTICIPANTES	CERTIFICADOS
Tucumán	1	-	26	25
Salta	-	1	22	17
La Rioja	1	-	20	14
Chubut	1	-	22	17

Fuente: elaboración propia de la Dirección de Desarrollo de Turismo de Naturaleza en base a Informes presentados por AAETAV y datos de YVERA.



²⁹ <http://www.derecho.uba.ar/institucional/2018-diagnostico-nacional-de-turismo-activo>

ASISTENCIA JURÍDICA PARA LEGISLACIÓN Y NORMATIVA

Durante el período 2016-2019, se prestó **asistencia jurídica a las provincias en materia de normativa de turismo de naturaleza**. En ese momento, 12 provincias contaban con legislación específica en materia de turismo aventura/activo, mientras que algunas iniciaban los procesos de registro de prestadores y otras carecían totalmente de cualquier tipo de regulación.

A partir de 2020, se planteó la necesidad de dar continuidad al proceso de asesoramiento jurídico en materia de:

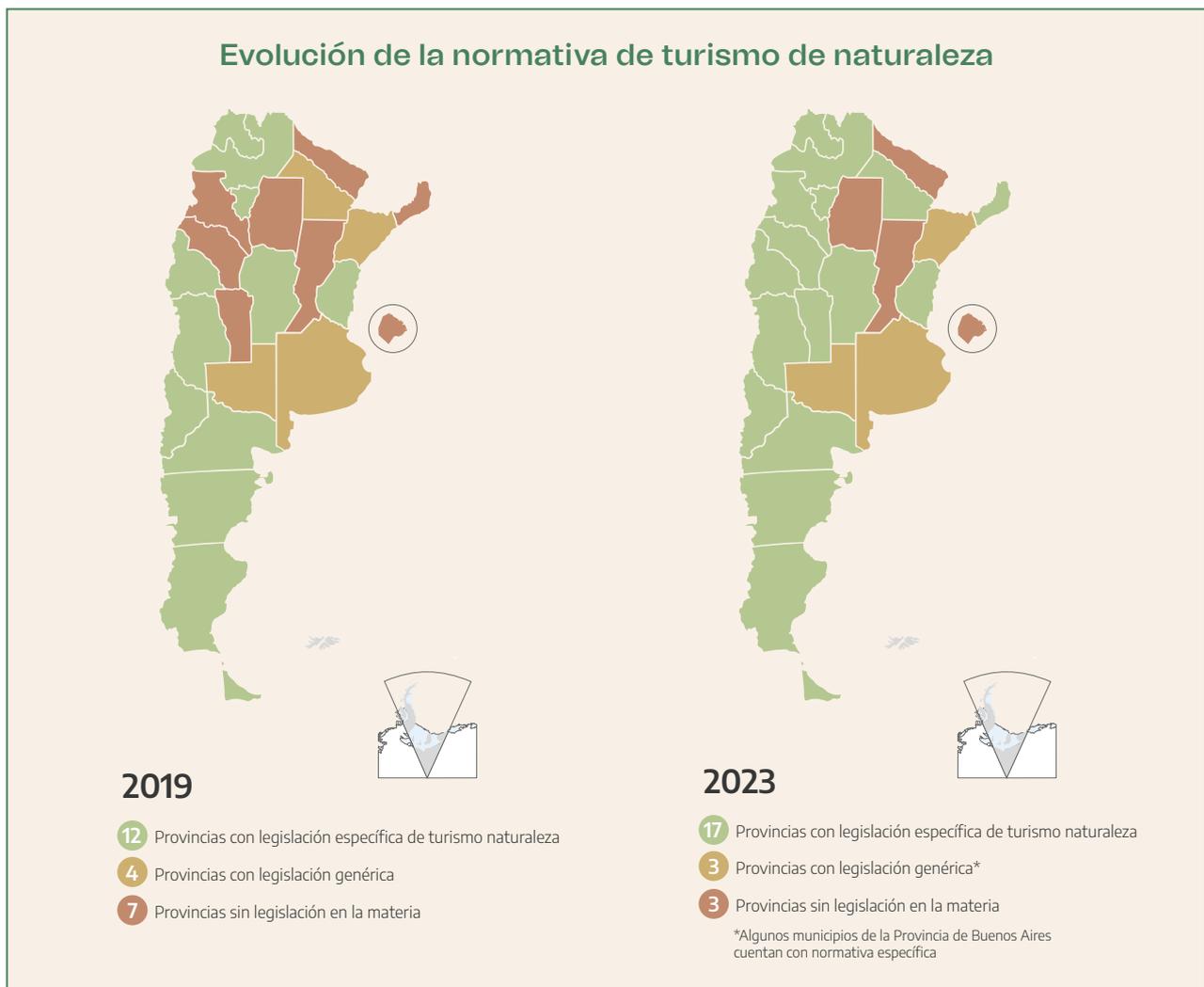
- Regulación y reglamentación de la actividad de turismo de naturaleza.
- Actualización de normativa existente.
- Apertura o simplificación de registros de prestadores.

Misiones fue la primera jurisdicción en generar una nueva normativa, adoptando modelos de simplificación registral. Esto dio como resultado un nuevo registro provincial conocido como "Rastro Activo" en 2021.

A partir de 2022, gracias a la asistencia legal suministrada, las provincias de **Catamarca, San Juan, San Luis y Entre Ríos** pudieron actualizar su normativa e iniciar procesos de apertura e inscripción de prestadores de turismo aventura/activo.

A su vez, se dio asesoramiento a nivel municipal a destinos como **Tandil, Balcarce, Tornquist y Benito Juárez** (Provincia de Buenos Aires), interesados en ordenar y regular su oferta de servicios de turismo de naturaleza.

De este modo, el mapa actualizado de provincias con normativa específica y/o registros de turismo de naturaleza para 2023 se configura de la siguiente manera:



Fuente: elaboración propia.

Si se analiza el estado de situación de la normativa en 2019, donde ocho provincias (Buenos Aires, La Pampa, San Luis, Catamarca, Santiago del Estero, Santa Fe, Formosa y Misiones) más CABA, carecían de normativa y registros específicos de turismo de naturaleza, los avances han sido significativos, dado que actualmente sólo tres provincias (Formosa, Santa Fe y Santiago del Estero) y CABA, permanecen sin avances en esta materia.

Asimismo, frente a la necesidad de propiciar condiciones de calidad y seguridad tanto para el turista como para el prestador de servicios turísticos, se trabajó en la generación de una herramienta conocida como **Consentimiento informado del pasajero**, en consonancia con lo dispuesto por el Código Civil y Comercial de la Nación.

En 2021, se elaboró y publicó un formulario como modelo sugerido de consentimiento informado, posteriormente traducido al inglés y el portugués, que se encuentra disponible para su descarga.

Para difundir y explicar el uso de esta herramienta, durante 2022 se realizaron talleres donde se dictaron capacitaciones presenciales para prestadores turísticos en las provincias de Tucumán, San Juan y Salta.

Luego, en 2023, se llevaron a cabo seis capacitaciones virtuales, de las cuales participaron 260 actores pertenecientes a agencias de viajes, alojamientos, prestación de servicios turísticos, organismos provinciales de turismo, entidades educativas y áreas naturales protegidas.

Asimismo, para ampliar el alcance del consentimiento informado a todo el ecosistema turístico, se elaboró una Cápsula de aprendizaje sobre **“Las Reglas Jurídicas del Turismo de Naturaleza”** que se encuentra disponible en el Campus MINTUR, tal como se menciona en el punto anterior.

Por tratarse de competencias provinciales y en algunos casos municipales, el trabajo de asistencia jurídica atravesó distintos procesos de implementación en las distintas jurisdicciones que solicitaron asesoramiento. **En la mayoría de los casos, los referentes provinciales entendieron que estas reglas favorecen tanto a la gestión pública como la privada.**

Hoy, el turismo de naturaleza cuenta con más herramientas jurídicas disponibles para facilitar su desarrollo. Por otra parte, el camino de actualización normativa iniciado junto a las provincias, está dando resultados concretos para garantizar la seguridad de turistas, trabajadores y prestadores, así como del destino turístico.

El desafío sigue siendo continuar el fortalecimiento institucional a través de la simplificación registral y la formalización de los prestadores en consonancia con las recomendaciones de la OMT. Asimismo, continuar y profundizar el trabajo con los referentes provinciales permitirá mejorar las capacidades jurídico-legales de los organismos de turismo y que las herramientas jurídicas se conviertan en un aliado para todos los actores involucrados con el turismo de naturaleza.



2.2.6 Desarrollo de herramientas para la facilitación de la comercialización

La Ruta Natural busca darle **visibilidad a prestadores de naturaleza y agencias de viaje** que trabajan con turismo interno y receptivo, para facilitar la planificación de los viajes y la contratación de servicios turísticos con empresas habilitadas y registradas. De esta manera, el impacto de la web no se agota en la etapa de inspiración e información/planificación para llegar de manera independiente a los destinos, sino que va un paso más allá y contribuye a la contratación de servicios vinculados como parte de la etapa de “reserva/compra” de un viaje.



A su vez, esta plataforma 4.0 de La Ruta Natural, también favorece el armado de redes y facilita el acceso a la información sobre prestadores y agencias receptoras locales a los actores del sistema turístico. En el caso de aquellas empresas que están empezando a generar nuevos productos y comercializar destinos emergentes, pueden encontrar no sólo nuevos destinos y actividades para ofrecer, sino también socios para futuras alianzas estratégicas a partir del ecosistema disponible en la web.



ENLACES A LOS REGISTROS DE PRESTADORES

Se trabajó con los organismos provinciales/municipales de turismo para incorporar, en la página web de La Ruta Natural, links a los registros de prestadores provinciales o municipales, de forma de **dar a conocer quienes prestan servicios turísticos de manera formal** por estar habilitados y registrados ante las provincias y municipios, y facilitar a los viajeros la contratación de servicios seguros en destino. Los mismos pueden encontrarse en la sección [Turismo Aventura](#).

Esta iniciativa alienta la regularización de guías y el trabajo conjunto con las jurisdicciones para

la armonización de sus registros de prestadores y normativas. Sólo es posible ofrecer dicha información a los usuarios si las provincias o municipios cuentan con un registro y si ese registro se encuentra disponible online en un sitio oficial de estas jurisdicciones.

Sin embargo, aún queda bastante camino por recorrer en este sentido debido a que, de 20 provincias que cuentan con registros de prestadores, sólo 17 lo tienen online. Y sobre esas, sólo 10 cuentan con una plataforma amigable para los usuarios, en donde se puede filtrar por tipo de actividad y encontrar a los proveedores de servicios específicos.

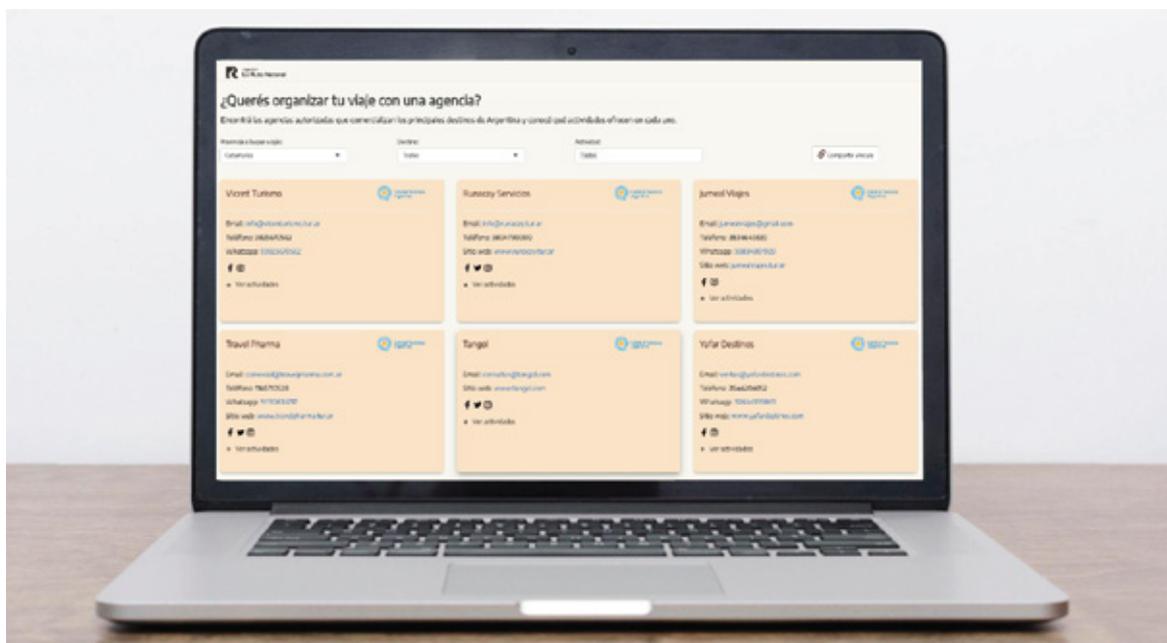
BUSCADOR DE EMPRESAS DE VIAJES Y TURISMO

Muchos turistas que viajan a destinos conocidos de Argentina, o bien, a lugares poco visitados y emergentes, requieren asesoramiento profesional para la planificación y realización de sus viajes. En este sentido, la participación de las agencias de viaje es clave. Teniendo en cuenta esto, se desarrolló un **portal que incluye a las agencias de viaje nacionales con oferta en nuestro país**, y disponible en la web de La Ruta Natural, facilitando a turistas nacionales e internacionales la búsqueda de agencias en función de los productos y destinos que ofrecen.

A noviembre de 2023, la plataforma incluye 261 destinos en 24 jurisdicciones y se inscribieron 406 agencias para promocionar sus servicios. De los 261 destinos, 255 están representados por al menos una agencia y 231 por al menos una agencia de la provincia en la que se encuentra el destino.

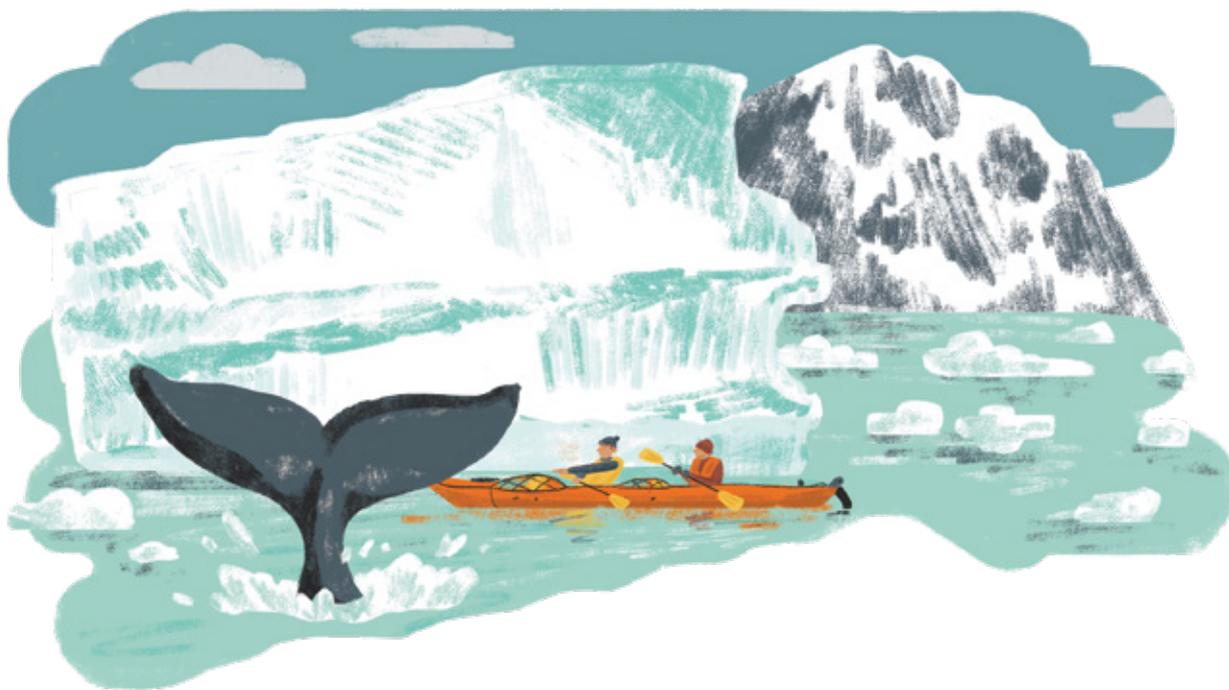
La construcción de la plataforma permitió confirmar que la mayoría de las agencias de viajes prefieren comercializar los destinos más consolidados, encontrándose escasa oferta para el resto. Mientras que once destinos³⁰ son ofrecidos por más de 75 agencias, hay cerca de 100 destinos que sólo son ofrecidos por cinco agencias o menos. Esto también se ve reflejado en los catálogos de las agencias receptoras, que dan cuenta de la alta concentración de la oferta de paquetes turísticos hacia destinos consolidados.

Ante esto, se presenta el desafío y la oportunidad de diversificar estas propuestas a través de nuevos destinos y atractivos menos conocidos, asociados al turismo de naturaleza. Para ello, la web de La Ruta Natural es una herramienta fundamental, pero también lo son la infraestructura, la inversión privada, la capacitación y la normativa.



Link a la plataforma: <https://tableros.yvera.tur.ar/agencias-larutanatural/>

³⁰ Los 11 destinos más ofrecidos son: Parque Nacional Iguazú y Cataratas del Iguazú, Puerto Madryn y alrededores, Quebrada de Humahuaca, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ciudad de Mendoza, Parque Nacional Los Glaciares y Glaciar Perito Moreno, San Carlos de Bariloche, Ciudad de Salta, Ushuaia, Parque Nacional Talampaya y Parque Nacional Tierra del Fuego.



2.2.7 Comunicación y Promoción

Producto de la necesidad de potenciar las iniciativas más clásicas de desarrollo (infraestructura, capacitación, normativa), se formó dentro de la Dirección de Desarrollo de Turismo de Naturaleza un equipo que pudiera abordar todos los temas vinculados a la comunicación y promoción del turismo de naturaleza en el país, ya que sólo mediante un enfoque integral se le puede dar verdadero impulso.

CRECIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DEL CONTENIDO WEB

Datos confiables y útiles son fundamentales para facilitar la etapa de planificación de un viaje, aumentando las posibilidades de que el mismo se concrete, y atrayendo al viajero ideal para cada tipo de destino. La necesidad de ofrecer información precisa se acrecienta a la hora de promocionar destinos de naturaleza, en ocasiones agrestes: ir bien preparado contribuye a una mejor experiencia y a la práctica de un turismo responsable.

La página web de La Ruta Natural, entre todas sus secciones, tiene cerca de **1.000 cápsulas de contenido**, por lo que se crearon mecanismos de actualización permanente, disponibles en un manual de uso interno.

Además, desde su lanzamiento en mayo de 2022, la web de La Ruta Natural ha crecido en contenidos. La oferta disponible de circuitos ha aumentado un 50%, se han más que duplicado las rutas escénicas (pasando de 12 a 30), se han sumado imperdibles y destinos en la mayoría de las actividades. Todo esto ha sido fruto del intercambio con las áreas técnicas provinciales (que tuvieron un rol fundamental en la validación del contenido) y con toda la cadena del sector turístico. Los nuevos contenidos no sólo permiten promocionar más destinos, sino que además contribuyen a mejorar el posicionamiento de la web en los motores de búsqueda.

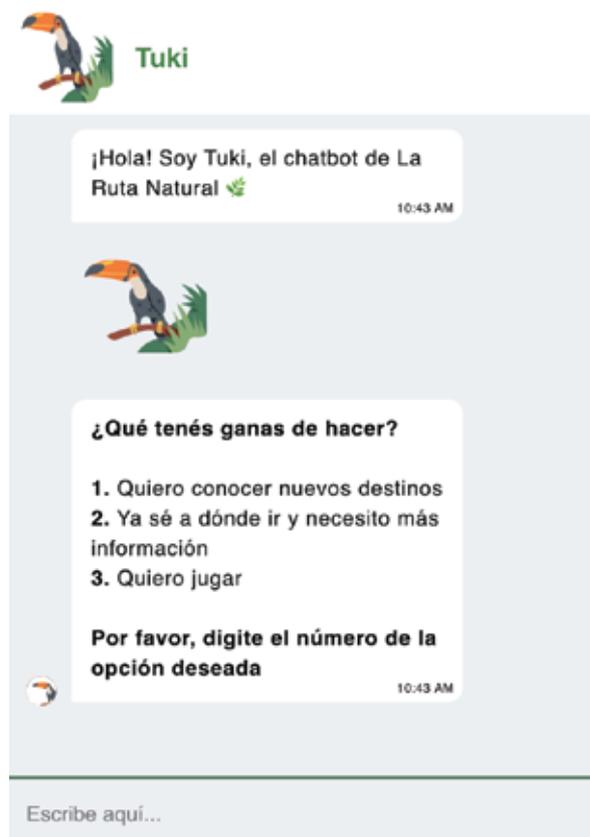
En el futuro, es fundamental que la página se mantenga actualizada ya que es un cuerpo de información sumamente valioso y que no está disponible en otros sitios. Para ello, sería deseable que se implementen mecanismos periódicos, en que las distintas provincias tuvieran la posibilidad de revisar el contenido al menos dos veces por año, hacer correcciones/mejoras, sugerir nuevas imágenes, links para ampliar la información, etc. Por otro lado, resulta prioritario incluir en la web algún mecanismo por el cual los usuarios puedan evaluar si la información que se les brindó fue útil, de manera de mejorar el contenido si no es satisfactorio.

CHATBOT

Para facilitar la navegación de la web de La Ruta Natural y ayudar a los usuarios a encontrar información pertinente para cada destino o actividad, en noviembre de 2023 se le sumó a la web un chatbot³¹. Bajo el seudónimo “Tuki”, el asistente virtual simula una conversación real y acompaña a los viajeros que están en la etapa de inspiración y/o planificación.

Más allá de la utilidad del chatbot para los usuarios, una herramienta de estas características permite conocer más acerca del comportamiento de los usuarios y de sus intereses en tiempo real, gracias a un seguimiento de las estadísticas de uso. Las respuestas y la información brindada por el chatbot pueden ampliarse a medida que se obtienen más interacciones, y de esta manera, perfeccionarlo con el tiempo.

En un futuro, sería deseable incorporar un canal de comunicación directo para aquellas consultas que requieran de asistencia humana y no puedan ser abordadas por el asistente virtual.



Poster del Mar Patagónico, una de las 17 regiones naturales propuestas por **La Ruta Natural**

DESARROLLO DE MARCA, PIEZAS DE DISEÑO Y LENGUAJE FOTOGRÁFICO

La web fue acompañada por el desarrollo de una **identidad visual** para el programa y por una serie de piezas de comunicación que puedan ser utilizadas tanto en formato digital como impreso. En este sentido, se elaboraron mapas, material gráfico y audiovisual que se encuentran disponibles en la web, son de libre uso y fueron transferidos al sector privado como herramientas para facilitar la comunicación y comercialización del turismo de naturaleza en la Argentina.³²

La identidad del programa La Ruta Natural, con el uso novedoso de ilustraciones y con abundantes escenas de personas disfrutando la naturaleza, tiene un rol clave en transmitir la importancia de practicar un turismo responsable y en revalorizar la biodiversidad del territorio.

³¹ Un chatbot es una aplicación de software automatizada que puede responder preguntas en base a un árbol de decisión.

³² <https://arutanatural.gov.ar/es/mapas-y-otras-descargas>

MATERIAL FOTOGRÁFICO Y AUDIOVISUAL

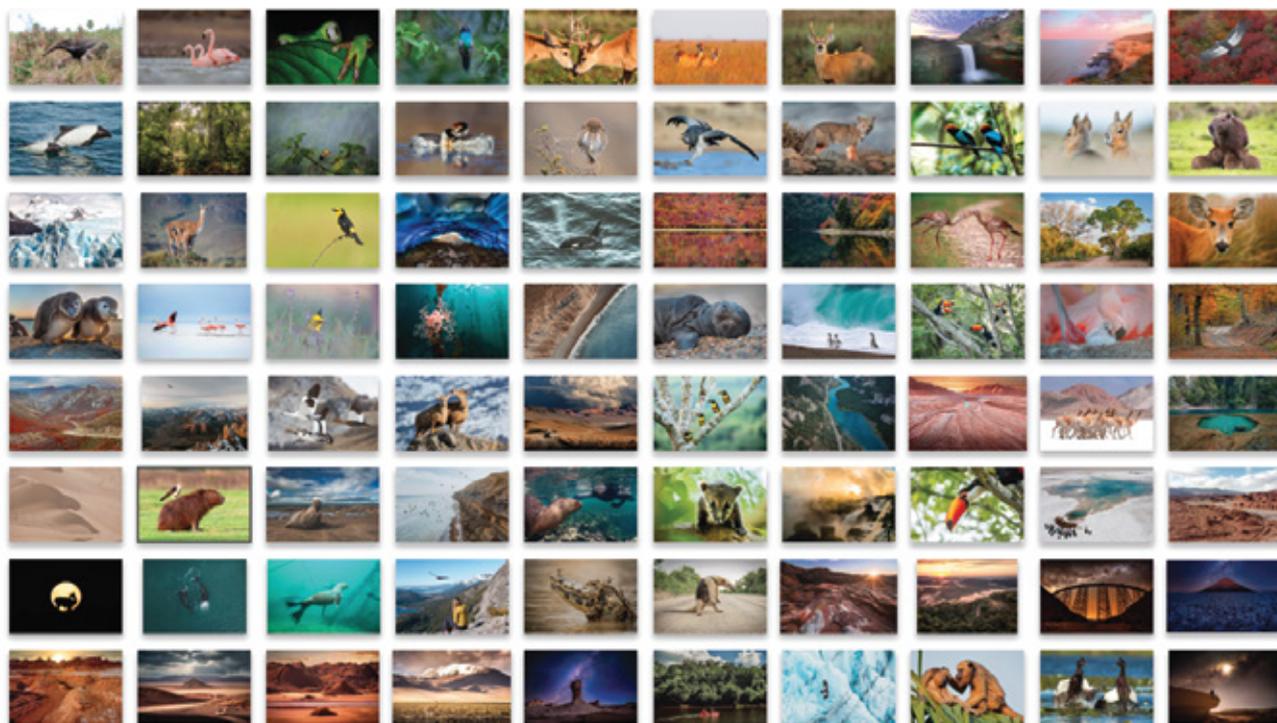
Al comenzar la gestión en 2019, el archivo audiovisual del MinTurDep no contaba con imágenes que representaran la diversidad natural de Argentina, ni los destinos, circuitos, áreas protegidas, paisajes, especies de flora y fauna y eventos naturales que conforman la oferta de turismo de naturaleza de todo el país, y que pudieran acompañar la estrategia de difusión y promoción de La Ruta Natural. Los únicos destinos que estaban cubiertos eran los más consolidados (como las Cataratas de Iguazú, el glaciar Perito Moreno y la Quebrada de Humahuaca), pero el resto de la oferta, incluyendo destinos emergentes, no contaba con material de promoción. Al mismo tiempo, el material disponible estaba desorganizado, repartido en discos rígidos sin back up ni acceso libre para los equipos correspondientes.

Para eso, en colaboración con el INPROTUR, se conformó **un nuevo archivo exclusivo de**

naturaleza que cubre los atractivos naturales de toda la Argentina y que cuenta con 400 fotografías (300 para redes sociales y promoción digital, 100 en alta para uso en gran tamaño en stands, vía pública, eventos, etc, todas con licencia de uso no exclusivo a favor de MinTurDep, sin límite de tiempo) y un banco de cuatro horas de video en full HD (con licencia de uso por tres años).

Este material fotográfico y audiovisual, junto con el producido gracias a FonProTur (2020)³³, resultó ser un **insumo fundamental** para ilustrar todos los contenidos de la página web, y una herramienta clave que permitió dotar a los equipos de promoción, comunicación y prensa de un archivo organizado, diverso y de alta calidad.

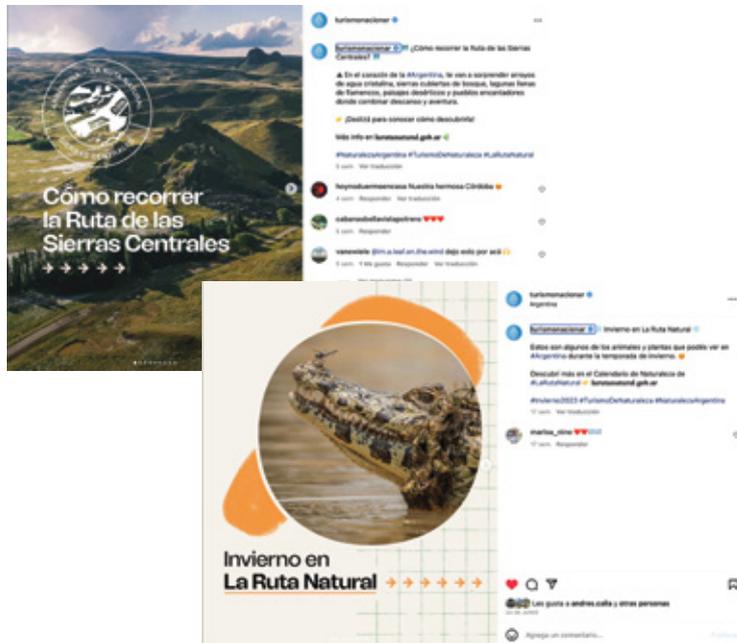
A futuro, resulta importante la curaduría y actualización constante del material fotográfico y audiovisual, ya que toda la promoción y comunicación de los programas del Ministerio de Turismo dependen y se nutren del mismo.



³³ <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-presento-el-fondo-de-promocion-turistica>

PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES Y MEDIOS NACIONALES

Bajo la premisa de **ampliar la difusión de los destinos menos visitados y con menor promoción**, pero preparados para recibir visitantes, se realizó una intensa promoción en redes sociales y medios nacionales, alternando publicaciones informativas e inspiradoras para llegar a diferentes públicos.



Publicaciones realizadas en las redes de @turismonacionar

Revista Gente, nota impresa en mayo 2023



Perfil, nota impresa en julio 2023

En cuanto a las redes sociales, la promoción se realizó en las cuentas del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (@turismonacionar), trabajando en conjunto con el equipo de comunicación para la elaboración de las piezas. En las publicaciones se abordaron los ejes de la web (“destinos”, “actividades”, “planificación” y “calendario de naturaleza”, además de incluir efemérides relevantes), adaptando los contenidos a sus respectivos formatos (galerías, reels, historias, entre otros). A su vez, se utilizaron las redes sociales para informar nuevos contenidos del sitio. En líneas generales, las publicaciones con imágenes de fauna nativa, así como aquellas que brindan información práctica acerca de un destino o una región, fueron las más vistas y/o compartidas.

Para ampliar la difusión de destinos, experiencias y circuitos menos conocidos, se publicaron todos los meses notas de prensa en medios nacionales, incluyendo en cada una de ellas material fotográfico curado y de calidad para ilustrarlas.

En ambos casos, en el criterio de selección de los contenidos a difundir, primó la mirada federal del territorio, sin repetir regiones ni

destinos, y tomando la variable de la época del año para elegirlos.

Vale aclarar que el fin último de todas estas piezas fue traccionar visitas al sitio de La Ruta Natural, incorporando una leyenda del tipo “Más información en larutanatural.gov.ar” en redes o links a las secciones correspondientes en prensa, donde está el contenido ampliado y desarrollado con mayor profundidad.

Por último, la promoción, visibilidad y llegada del sitio escaló cuando se realizaron dos campañas nacionales en medios impresos, televisivos y digitales gracias al apoyo de la Secretaría de Medios de la Presidencia de la Nación, una de ellas en invierno 2022 y otra en verano 2023, alcanzando en esta última a 60.000 usuarios por día.

De cara al futuro, sería ideal poder complementar y amplificar el alcance de las redes sociales del ministerio con acciones con influencers nacionales, y a través de publicaciones conjuntas con las cuentas de redes sociales de provincias y municipios. De esta manera, se podría acceder a públicos más diversos que los que actualmente son seguidores de las redes del ministerio.

PROMOCIÓN INTERNACIONAL

La promoción del turismo de naturaleza a nivel internacional requiere una **estrategia específica que permita la identificación de mercados, productos y ámbitos** en los cuales resulta conveniente promocionar la naturaleza de Argentina.

La concentración en los destinos más relevantes de Argentina es aún mayor en los turistas internacionales que en los nacionales: una buena parte de los turistas que provienen del extranjero visita el país pocas veces en su vida, por lo que suele recorrer los destinos más conocidos. Por ese motivo, la estrategia de promoción del turismo de naturaleza debe estar enfocada en ampliar mercados, alargar las estadías en destino y en incrementar el gasto promedio por turista. Con este fin, se trabajó en conjunto con el INPROTUR en:

- Identificación de destinos³⁴, mercados³⁵ y productos³⁶ más atractivos para los turistas internacionales
- Sensibilización de los distintos equipos de Inprotur
- Sensibilización de la representaciones argentinas en el exterior
- Participación en ferias internacionales (Travel & Adventure Show, LATA, Fitur, ITB Berlín y Birdfair Reino Unido)
- Campañas digitales



SENSIBILIZACIONES Y EVENTOS CON PÚBLICO

Se trabajó en la **sensibilización a turistas, prestadores, agencias de viaje y universidades**³⁷ sobre los diferentes usos de la web de La Ruta Natural, destacando la utilización de la información, así como el kit de herramientas para la comercialización.

La sensibilización abarcó a todos los prestadores participantes de los cursos WFR y GRAN de AAETAV, agencias de viaje³⁸, hoteles y restaurantes de todo el país³⁹. Asimismo, la participación en ferias de gran concurrencia⁴⁰ permitió no sólo difundir el programa y la web, sino también resultó una oportunidad para medir con usuarios la efectividad de las herramientas desarrolladas.

Para los eventos con público y como herramienta de comercialización para las agencias de viaje y los prestadores, los mapas son un insumo clave y resulta importante continuar en su desarrollo y perfeccionamiento en el futuro.

³⁴ De las 17 rutas naturales, se seleccionaron 9 con mayor potencial internacional: Selva Misionera, Patagonia Andina, Patagonia Austral, Mar Patagónico, Fin del Mundo, Continente Blanco, Iberá, Puna y Valles, Quebradas y Yungas.

³⁵ Se seleccionaron nueve mercados con potencial para el segmento naturaleza: Brasil, Uruguay y Chile; México, EEUU y Canadá; España, Italia, Alemania, Francia y Reino Unido.

³⁶ Observación de aves, avistaje de fauna, turismo astronómico, turismo aventura, trekking, parques nacionales y rutas escénicas.

³⁷ Entre los años 2021 y 2023, se realizaron presentaciones en las siguientes universidades: UAI, UNDAV, UMPA, UNPSJB, UNQUI, UNRN, UNS, UNSAM, UCES, UNIPE y UNLP.

³⁸ Se trabajó con agencias de viaje receptoras (DMC) que participan de misiones comerciales junto al INPROTUR. En agosto 2023 se brindó una capacitación en el marco del Congreso de FAEVYT 2023.

³⁹ Se avanzó a través de la Federación Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) en la sensibilización del sector a través de capacitaciones sobre La Ruta Natural como herramienta comercial.

⁴⁰ FIT 2022, FIT 2023 y Bioferia 2023.

2.2.8 Otras líneas de acción de desarrollo

1. TURISMO ASTRONÓMICO

En el marco de La Ruta Natural, se da visibilidad al turismo astronómico como una modalidad asociada al turismo de naturaleza y al turismo científico. El astroturismo se presenta como una alternativa para **diversificar y complementar la oferta de naturaleza** de una manera sustentable en aquellos destinos donde las condiciones garantizan una buena visibilidad de los cielos.

Principalmente después de la pandemia, y con la sucesión de algunos fenómenos astronómicos como los eclipses, **en la mayoría de las provincias crecieron notablemente las iniciativas y emprendimientos con propuestas de observación nocturna y astroturismo**. En consecuencia, aumentaron las consultas en relación a las características de la actividad, las entidades idóneas para formar y evaluar conocimientos, los requisitos para habilitar guías y prestadores de astroturismo y las certificaciones nacionales e internacionales que se encuentran disponibles en el mercado.

Por tal motivo, se generó una propuesta de trabajo articulado intersectorial público y privado⁴¹ para analizar el estado de situación de la temática, generar bases comunes para acompañar el proceso de desarrollo del producto a nivel nacional. Entre otras líneas de trabajo que se están llevando a cabo figuran: definir parámetros mínimos para caracterizar la actividad con sus particularidades y tipologías, y requerimientos de conocimientos particulares, científicos y técnicos para garantizar experiencias turísticas satisfactorias y de calidad.



Asimismo, se propone avanzar en una planificación estratégica que facilite una gestión profesional y responsable del turismo astronómico a nivel nacional y se consensuaron las siguientes acciones:

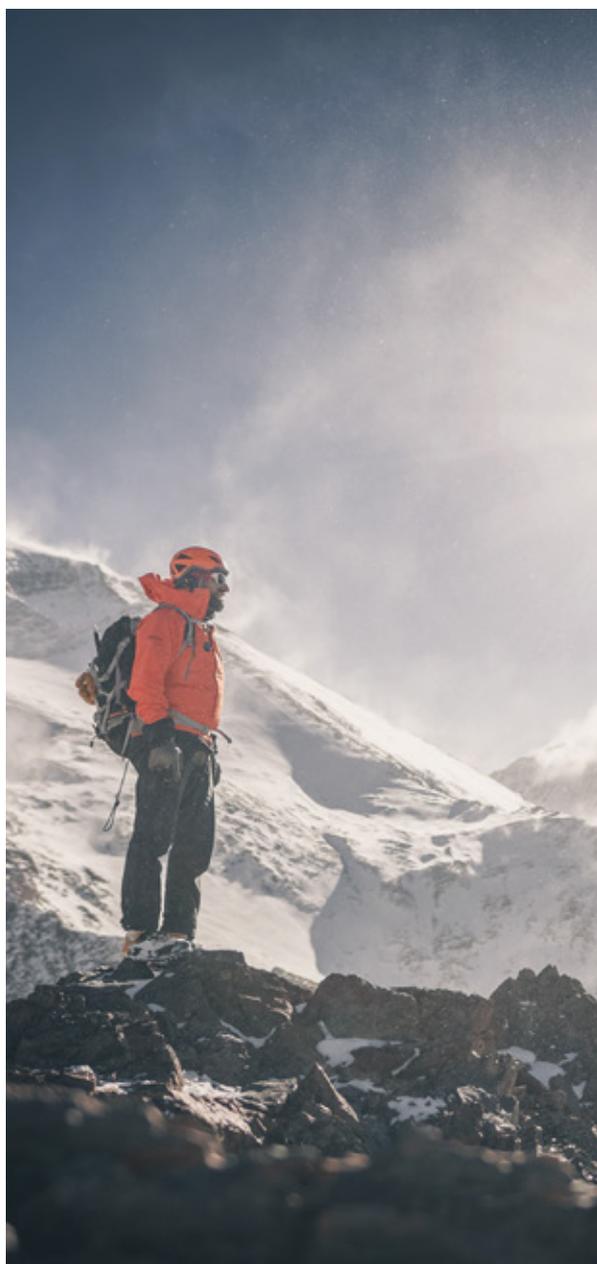
- Consensuar el marco conceptual de la actividad.
- Establecer parámetros mínimos de contenidos científicos y de calidad para los prestadores de estos servicios.
- Definir un perfil del guía o prestador de turismo astronómico.
- Delinear un posible marco normativo (requisitos) para registro de prestadores de astroturismo.
- Elaborar un calendario de eventos astronómicos a nivel nacional.
- Realizar un relevamiento, análisis y diagnóstico del astroturismo por provincia.

⁴¹ Bases para el desarrollo del turismo astronómico en Argentina, 2023

2. PROYECTOS CON ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL (PAMPA AZUL, PESCA DEPORTIVA, OVOP, CNM, COMITÉ DE MONTAÑA)

Se continuó con la participación en diferentes proyectos en el marco de mesas interinstitucionales en articulación con distintas áreas del gobierno nacional:

- A.** Ministerio de Innovación, Ciencia y Tecnología (MINCYT)
- B.** Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
- C.** Ministerio de Cultura - Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos (CNMLBH)
- D.** Ministerio de Desarrollo Social



Entre las acciones llevadas adelante se encuentran:

A. Presentación de dos proyectos ante el MINCYT - PROMAR - Pampa Azul para el fortalecimiento y mejora de la visitación turística en el ANP Península Valdés. En 2022, se gestionó financiamiento de conectividad y desarrollo de una web app, aprobado, ejecutado y rendido en su totalidad. En 2023, postulación, aprobación y financiamiento del proyecto “Propuesta Interpretativa del Área Protegida Península de Valdés” por RESOL-2023-423-APN-MCT.

B. Participación en las reuniones del Comité para el Desarrollo Sustentable de las Regiones Montañosas - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y colaboración en la elaboración de Guía Argentina para Montañistas y Senderistas, que toma como caso piloto al cerro Tronador (Río Negro).

Articulación con los equipos del Gabinete Nacional de Cambio Climático, Humedales de Importancia Internacional (Sitios Ramsar) y Reservas de Biósfera (MAB UNESCO).

C. Elaboración de una metodología de análisis y priorización de 15 circuitos con articulación entre el patrimonio cultural y el natural en el marco de La Ruta Natural a partir de los 25 presentados por la CNMLBH, teniendo en cuenta variables como: cercanía a ciudades capitales, conectividad y accesos, relevancia en materia de servicios turísticos y jerarquización de los atractivos culturales e históricos incluidos en el circuito.

D. Análisis de ocho proyectos presentados en el marco del proyecto “One Village One People” (OVOP) que lleva adelante el Ministerio de Desarrollo Social, selección de cinco con mirada turística y elevación de propuesta de posible vinculación con La Ruta Natural.

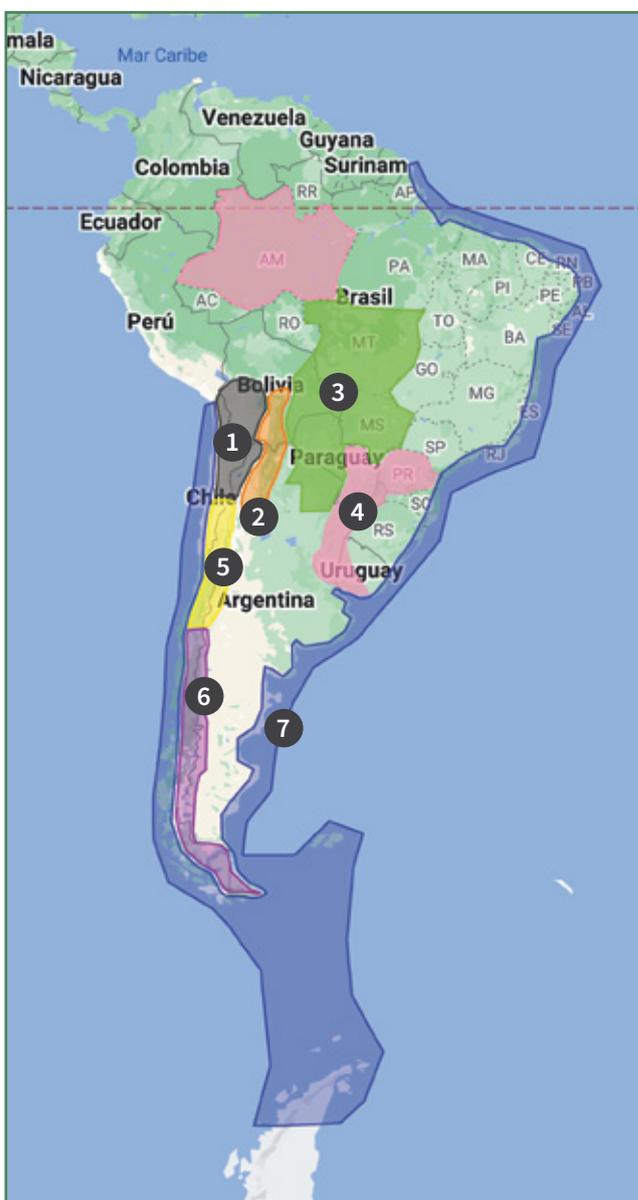
3. INTEGRACIÓN REGIONAL MERCOSUR A TRAVÉS DE LA RUTA NATURAL DEL SUR

Considerando la oportunidad de **expandir el programa La Ruta Natural a nivel regional**, Argentina, en el ámbito de la Presidencia Pro Tempore del MERCOSUR en el año 2021, presentó el proyecto **La Ruta Natural del Sur**.

El proyecto propone el posicionamiento de la región a través de la valorización de los recursos naturales y la consolidación de la oferta turística de cada país, vinculando atractivos naturales

icónicos con otros paisajes, áreas protegidas y patrimonios menos conocidos, entrelazándolos con la oferta cultural, gastronómica y recreativa.

Los objetivos son desarrollar y potenciar el turismo de naturaleza en los países del MERCOSUR y asociados con una mirada regional; promover la integración y el posicionamiento de atractivos y destinos turísticos vinculados a la naturaleza y contribuir a la conservación de áreas naturales, al desarrollo sustentable y al fortalecimiento de las comunidades receptoras.



- 1. Ruta de la Puna o Altiplano**
(Argentina, Bolivia y Chile)
- 2. Ruta de Valles, Quebradas y Yungas**
(Argentina y Bolivia)
- 3. Ruta del Chaco y Pantanal**
(Argentina, Bolivia, Brasil y Paraguay)
- 4. Ruta de la Selva y Grandes Ríos**
(Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay)
- 5. Ruta de los Altos Andes**
(Argentina y Chile)
- 6. Ruta de la Patagonia, Lagos y Volcanes**
(Argentina y Chile)
- 7. Ruta Oceánica**
(Argentina, Brasil, Chile y Uruguay)

Fuente: Elaboración propia

Entre las acciones realizadas figuran:

- Conformación de una comisión de trabajo de turismo de naturaleza integrada por autoridades y equipos técnicos de los países pertenecientes al MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) y los asociados (Chile, Bolivia)
- Agenda de reuniones técnicas mensuales de la comisión de trabajo de turismo de naturaleza en base a un cronograma de trabajo común.
- Organización territorial en siete rutas naturales, con su correspondiente denominación y delimitación geográfica: Puna o Altiplano (Argentina, Bolivia y Chile), Valles, Quebradas y Yungas (Argentina y Bolivia), Chaco y Pantanal (Argentina, Brasil, Paraguay y Chile), Selva y Grandes Ríos (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), Altos Andes (Argentina y Chile), Patagonia, Lagos y Volcanes (Argentina y Chile) y Oceánica (Argentina, Brasil, Chile y Uruguay).
- Elaboración de un relevamiento de los principales atractivos de naturaleza (“imperdibles”) en cada una de las siete rutas naturales identificadas, con su correspondiente descripción y georreferenciación.
- Redacción de un documento técnico del proyecto donde se detalla la propuesta estratégica, objetivos, marco conceptual, delimitación de las rutas naturales, cronograma y plan de trabajo.
- Definición de contenidos para la realización de una capacitación virtual sobre turismo de naturaleza en La Ruta Natural del Sur, y gestión con la Dirección de Formación para la futura implementación de la misma.

Entre los principales logros alcanzados por este proyecto se encuentran:

- Generación de una dinámica de trabajo conjunta entre los países participantes (Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay).
- Fortalecimiento de la cooperación entre los países del MERCOSUR y asociados a través de sus equipos técnicos.
- Creación de espacios de intercambio vinculados al desarrollo y promoción del turismo naturaleza a nivel regional.

De este modo, la conformación de rutas naturales transnacionales ha permitido avanzar hacia una visión integral de toda la región en torno al turismo de naturaleza, teniendo en cuenta las particularidades de cada país, pero priorizando una mirada regional de este producto turístico.

4. ARTICULACIÓN CON LA DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA

Para fortalecer la mirada estratégica de La Ruta Natural, la Dirección Nacional de Mercados y Estadística lideró la construcción de indicadores e informes estadísticos que den cuenta del estado actual y de la potencialidad del turismo de naturaleza en el país, entre ellos:

- Informe Anual de Turismo de Naturaleza que provee información estadística relacionada con las prácticas turísticas en entornos naturales. Para ello se consideró la realización de actividades relativas al turismo de naturaleza captadas por la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) para turistas no residentes, y la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) para turistas residentes. Se incorporaron, además, las visitas a parques nacionales.
- Indicadores para cada una de las 17 Rutas Naturales. Entre las dimensiones abordadas, se encuentra la magnitud y el perfil del turismo interno y del turismo internacional, la conectividad aérea, la distribución espacial de rutas nacionales, provinciales y la red vial terciaria, la oferta hotelera y parahotelera, las áreas protegidas y las empresas y el empleo registrado de ramas características del turismo.
- Colaboración del INDEC para el cambio de la ETI. Se modificó la pregunta sobre las actividades que formarían parte del turismo de naturaleza para tener una mayor especificación de las mismas, a partir de octubre 2022 las categorías referidas a turismo de naturaleza pasaron a ser: observación de aves y/o fauna, turismo aventura, visitas a áreas naturales o parques nacionales, actividades en la nieve, senderismo/trekking y otras actividades en la naturaleza.

Asimismo, la Dirección estuvo a cargo del desarrollo del [portal](#) que incluye a las agencias de viajes nacionales con oferta en nuestro país, y disponible en la web de La Ruta Natural, facilitando a turistas nacionales e internacionales la búsqueda de agencias en función de los productos y destinos que ofrecen. Para más información, ver 2.2.6: Desarrollo de herramientas para la facilitación de la comercialización.

Por último, y en línea con el objetivo de La Ruta Natural de ofrecer a los visitantes información que sea útil y se encuentre validada sobre destinos, se inició el desarrollo del conjunto de aplicaciones web que conforman la Plataforma de Turismo Inteligente, la cual contribuirá de forma directa a mejorar el seguimiento, gestión y promoción del turismo en los destinos. La plataforma proveerá al usuario visitante de información y recomendaciones para sus actividades turísticas en los destinos, y al mismo tiempo facilitará a los organismos participantes estadísticas georreferenciadas sobre visitas e intereses de los visitantes en tiempo casi real. La plataforma contará con una web de gestión y seguimiento desde la cual los organismos participantes podrán agregar y actualizar la información de destinos, atractivos y eventos, entre otras características. También podrán consultar estadísticas relacionadas a ellos tales como el perfil demográfico de usuarios visitantes, intereses y tipos de viaje principales de los mismos, cantidad de visitas con interacción in situ, entre otros indicadores clave.

Esta iniciativa se enmarca en la plataforma web Datatur para la gestión del intercambio de estadísticas de turismo entre organismos nacionales, provinciales y municipales. La misma constituye un sistema federal de gestión de datos turísticos con dos módulos diferenciados: un módulo de intercambio de indicadores, tales como tasa de ocupación hotelera, cantidad de reservas y estadía promedio, y otro módulo de registro y consolidación de registros hoteleros que permite sistematizar la confección del Padrón Único Nacional de Alojamientos.



3.

Conclusiones



Conclusiones

Por su carácter federal, su relevancia económica y su significancia social y ambiental, el turismo de naturaleza es sin lugar a dudas uno de los segmentos estratégicos para el crecimiento de la Argentina y por eso ha sido el eje central de esta política pública impulsada desde el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación a través del programa La Ruta Natural.

El programa fue llevado a cabo en conjunto con las provincias y el sector privado, con un enfoque integral que incluye acciones de desarrollo y promoción nacional e internacional. Requiere de la articulación entre diferentes áreas del Ministerio de Turismo y Deportes y con otras reparticiones del Estado, a través de consensos que promueven avanzar de manera sostenible, con respeto por los intereses locales y de la identidad natural y cultural de cada territorio, sosteniendo este camino de crecimiento a largo plazo.

Además, estas líneas de acción se complementaron con una potente plataforma web, que permite capitalizar el trabajo realizado en una herramienta dinámica que contiene información útil sobre experiencias, productos y destinos en todo el territorio para turistas nacionales y extranjeros, favorece la generación de redes entre los actores del ecosistema turístico y alienta la comercialización para prestadores de naturaleza y agencias de viaje que trabajan con turismo interno y receptivo y permite, a su vez, incorporar nuevas acciones que contribuyan al impulso del Turismo de Naturaleza para que la Argentina alcance todo su potencial y se posicione como un referente de este segmento.





Argentina
La Ruta Natural



Argentina
La Ruta Natural



Ministerio de
Turismo y Deportes
Argentina



Argentina