

PROVINCIA DE CATAMARCA



RESUMEN EJECUTIVO “PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO SUSTENTABLE”

INDICE:

TEMA	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	3
FASE I: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y CONCLUSIONES	7
FASE II: FORMULACIÓN ESTRATÉGICA Y PLAN OPERACIONAL	11

INTRODUCCIÓN

El Turismo es considerado uno de los sectores económicos más dinámicos en la actualidad. La práctica de esta actividad contribuye directamente al desarrollo sustentable del destino y de su región, generando empleos directos e indirectos, riquezas y contribuyendo a la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la región.

La Provincia de Catamarca es un entorno ideal para el desarrollo de la actividad turística en todo su vasto territorio. Su patrimonio cultural y natural cuenta con características altamente atractivas sobre todo para el turista extranjero que visita nuestro País.

Considerar el consumo de destinos turísticos en la región Norte del País es fundamental a la hora de pensar en una estrategia focalizada en la regionalización. Catamarca integra junto a Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán la Región Norte, integración formalizada en el contexto del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016.

En concordancia con ello, el Consejo Federal de Inversiones – CFI – en forma conjunta con el Gobierno de la Provincia de Catamarca y la Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia, han considerado estos antecedentes de peso para la elaboración del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia que fije como sus principales objetivos:

- Consolidar la actividad turística en todo el territorio de la Provincia en forma eficiente, responsable y reforzando la competitividad del destino en la región.
- Definir un modelo de desarrollo turístico que enuncie las bases y principios rectores a seguir para el desarrollo del sector en todo el territorio de la Provincia.
- Describir en términos prácticos las herramientas que permitan visualizar en el corto y mediano plazo los frutos de la buena práctica de la actividad turística, para que la misma sea aprovechada por todos habitantes de la Provincia.
- Generar nuevos productos turísticos a lo largo de todo el territorio de la Provincia.

Desde este punto de partida, el Plan Estratégico será la herramienta técnica que servirá de referencia para todas las actuaciones en la materia de ahora en más.

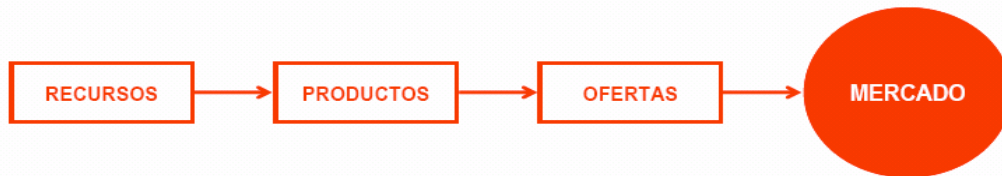
Su formulación se materializará gracias a la elaboración de dos planes: un Plan de Desarrollo Turístico y un Plan de Marketing Turístico.

El Desarrollo Turístico requerirá de un proceso que transforme los Recursos Turísticos existentes en Productos Turísticos. El Plan de Marketing Turístico contendrá el proceso donde se definirán las Ofertas de los Productos Turísticos que se presentarán al mercado.

RECURSOS, PRODUCTOS Y OFERTAS

La Gestión Turística requiere impulsar dos procesos de transformación:

- transformar recursos naturales y culturales en productos turísticos;
- transformar productos turísticos en ofertas para dirigirlas al mercado.



Se entiende por “recursos” al conjunto de atractivos del territorio, el patrimonio natural y cultural.

Entendemos por “producto”, aquel recurso al que se puede acceder porque se ha formulado una propuesta sobre el mismo (visitarlo, adquirirlo, disfrutar de servicios varios, adquirir conocimiento sobre su historia, etc...)

Nos referimos a “oferta” cuando un producto se promociona para su consumo fuera de su locación.

Entendemos por “oferta turística”, la consolidación de un conjunto de productos turísticos, ya sean de bienes o servicios, promocionados mediante un programa de actuaciones dirigidas al mercado.

“Mercado”, es el conjunto de personas que, atraídas por la oferta, consumen los productos turísticos.

EL DESARROLLO, UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN



El Plan de Desarrollo Turístico tiene como objetivo transformar los Recursos en Productos Turísticos, así como también perfeccionar los productos existentes.

Para promover la gestión turística debemos comprender como se comportan e interactúan tres estos elementos fundamentales: El hombre, su entorno y su legado histórico. En este proceso, deberemos trabajar sobre cuatro aspectos fundamentales:

- Sobre el conjunto de **ATRATIVOS NATURALES** y **CULTURALES** del territorio (patrimonio cultural y natural)
- Sobre las **INFRESTRUCTURAS Y SERVICIOS** (tanto los generales como los específicos de la actividad turística)
- Sobre las **PERSONAS** que habiten e interactúan en el territorio de destino y que se vincules directa e indirectamente con la actividad turística
- Y sobre las **ORGANIZACIONES** del turismo (sean entidades públicas, privadas o mixtas que en forma coordinada o no, planifiquen, legislen y gestionen la actividad turística)

EL MARKETING, LA OFERTA AL MERCADO



El Plan de Marketing Turístico tiene como meta definir y consolidar las ofertas de productos turísticos al mercado, tanto en el corto como en el largo plazo.

En el diseño de un Plan de Marketing se intervendrá en los siguientes ámbitos:

- Estrategia de Productos
- Estrategia de Mercados Nacionales e Internacionales
- Posicionamiento
- Actuaciones dirigidas al Trade y al Consumidor

Con este marco conceptual, con la premisa de la búsqueda de consensos con la comunidad turística y bajo la articulación de la Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia de Catamarca, se presenta el resumen ejecutivo del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Catamarca. Esta herramienta consolidará la Visión Estratégica del Gobierno de la Provincia de transformar al turismo en un sector fundamental para su desarrollo económico provincial.

FASE I - ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y CONCLUSIONES

En esta fase se analizaron distintos aspectos de la realidad turística actual en general, (en el mundo, en la región y en la Argentina), y en Catamarca en particular, siendo los aspectos analizados los siguientes:

- La situación del turismo en el mundo, en Argentina y en Catamarca
- La situación de los recursos y productos turísticos de la Provincia
- La situación de la oferta turística de la Provincia
- La opinión del turista
- La política turística nacional y provincial
- La opinión interna

Desde la perspectiva de la opinión interna, resulta importante destacar la realización de Talleres Participativos en toda la Provincia, donde se recabó la opinión de los distintos actores públicos y privados vinculados a la actividad sobre la situación actual de la misma y sus perspectivas de futuro.

LAS CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO ACTUAL DE CATAMARCA

Analizamos varios elementos para ilustrar el posicionamiento actual de la Provincia de Catamarca.

Hemos utilizado para ello el esquema de posicionamiento de territorios desarrollado por el Dr. Josep Chias, que considera la existencia de 4 factores de posicionamiento: Naturaleza, Cultura, Sensaciones y Estímulos.

En el Eje Naturaleza-Cultura:

La Naturaleza, es el factor que agrupa los diferentes recursos ligados a paisajes naturales: montañas, ríos, valles, etc.

La Cultura, es aquel que agrupa los recursos patrimoniales históricos y la cultura viva en la región (gastronomía, artesanías, fiestas populares etc.)

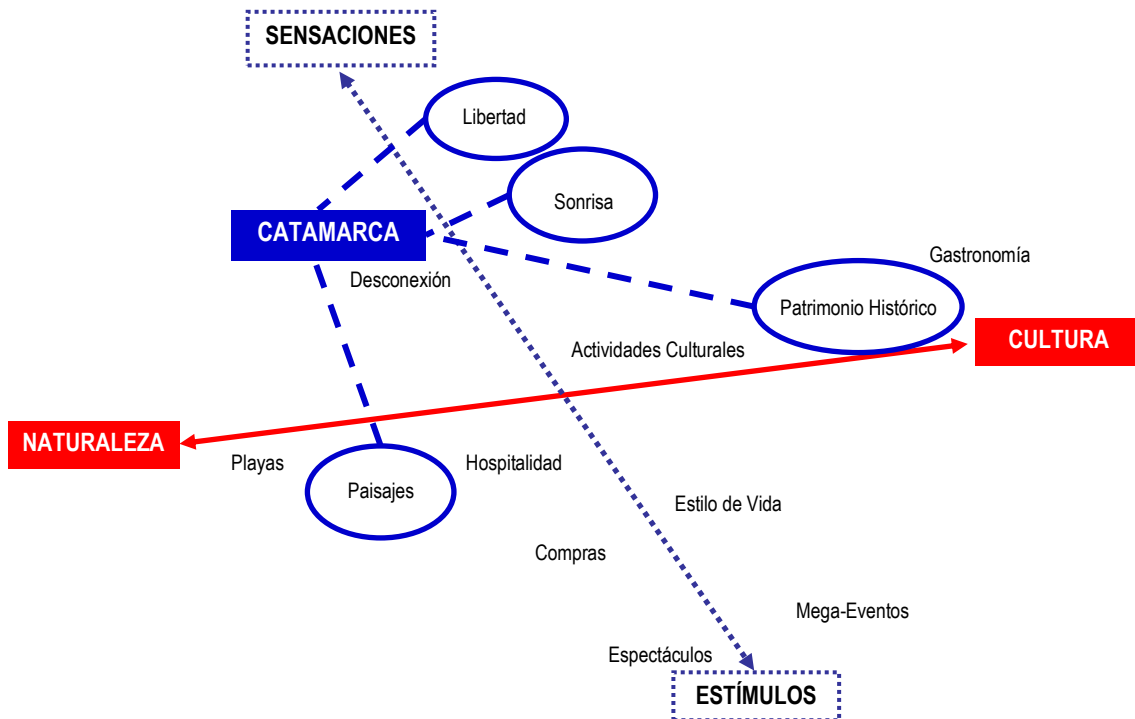
En el Eje Sensaciones-Estímulos:

Las Sensaciones, como elementos del disfrute de las actividades recreativas y su quiebre con los hábitos de la vida cotidiana: tranquilidad, descanso, desconexión, hospitalidad.

Los Estímulos como la oferta creada por el hombre moderno como mega-eventos, acontecimientos culturales y deportivos, recitales, compras, espectáculos.

De acuerdo con este esquema, podemos establecer el siguiente mapa de posicionamiento:

¿Dónde está CATAMARCA hoy?



Luego de haber desarrollado la etapa de diagnóstico, podemos arribar a una conclusión respecto a la ubicación del destino turístico Catamarca dentro del mapa de posicionamiento.

Catamarca se encuentra ubicada en un punto de bastante equilibrio entre NATURALEZA y CULTURA, aunque levemente volcado hacia la naturaleza, siendo los sub factores determinantes de este posicionamiento sus Paisajes Naturales, el Patrimonio Histórico, la sensación de Libertad y la Sonrisa, como sinónimo de la satisfacción positiva al disfrute de estos atractivos.

Ahora bien su realidad implica la permanencia en el área de las SENSACIONES por sobre el área opuesta que se sitúa en el mundo de los ESTÍMULOS, lo que implica un bajo gasto turístico por parte de quienes la visitan.

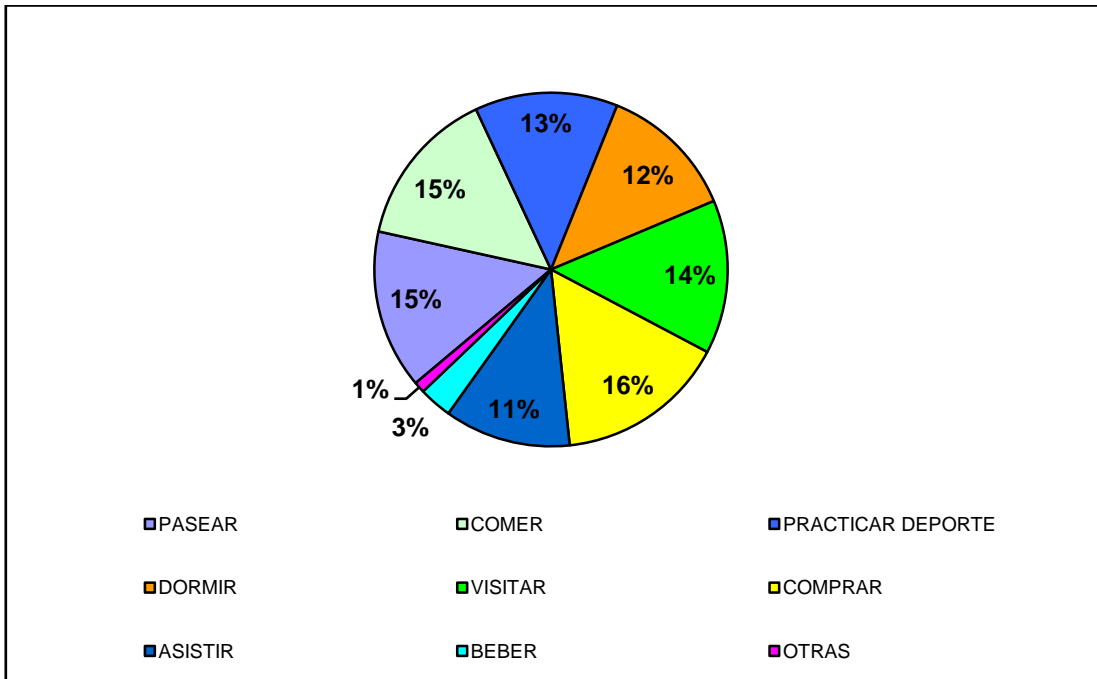
LOS GAPS DEL TURISMO DE CATAMARCA

Esta metodología nos permite cuantificar el estado de los procesos de gestión turística de Catamarca. Se han considerado 2 *gaps* o desajustes:

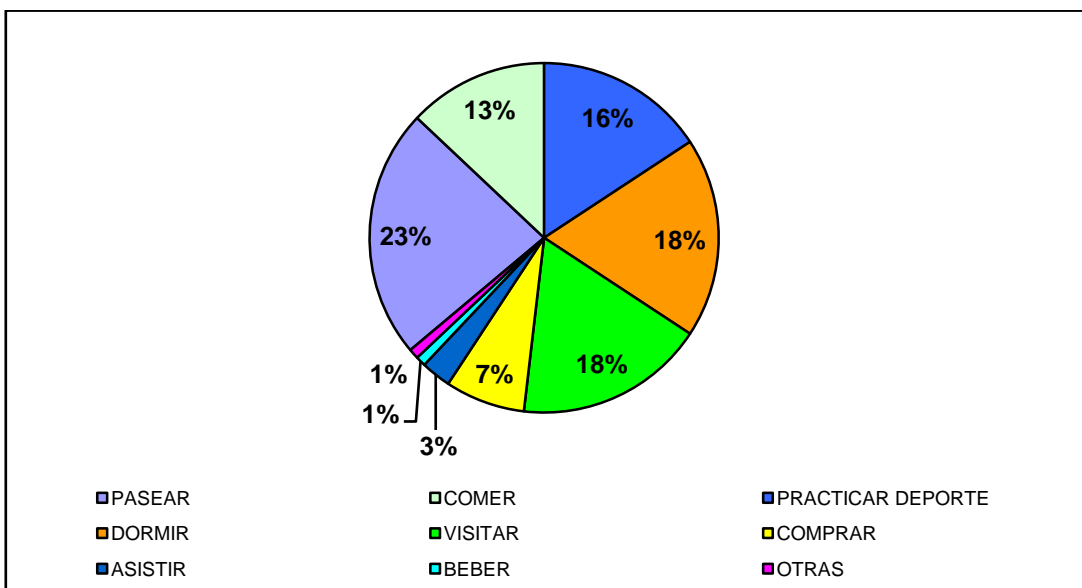
- **El Gap de Estructuración**, que mide el diferencial entre los recursos que tiene Catamarca y su aprovechamiento actual como producto.

- **El Gap de Promoción** considera el diferencial existente entre los productos existentes y la oferta que se realiza al mercado.
- **El Gap de Uso**, por su parte, que mide la diferencia entre lo que tenemos como producto y lo que realmente es utilizado por el turista, no ha sido posible establecerlo debido a la ausencia de información sobre el uso que hace el turista del destino Catamarca (solo se cuenta con información parcial).

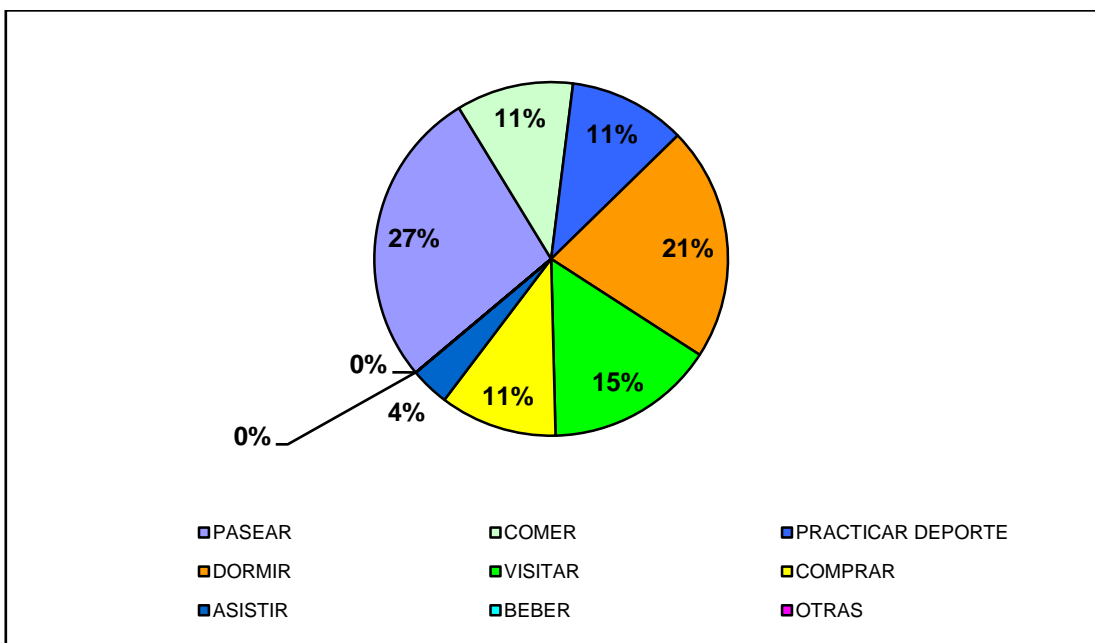
EL POTENCIAL



EL PRODUCTO



LA OFERTA



Como puede observarse, la Provincia tiene un enorme potencial en sus Recursos y Productos turísticos para generar gasto turístico por parte de los visitantes, sin embargo ese potencial no se traduce en ofertas concretas al mercado; esta situación se produce por 3 factores: por falta de transformación de Recursos en Productos turísticos, por falta de valor agregado y actividades en los productos existentes y por deficiencias en la cadena de comercialización y en la promoción actual. Dificultades estas que se pretende subsanar a partir de la definición de las estrategias de futuro para el turismo de la Provincia de Catamarca.

LA CONCLUSIÓN GENERAL

La actividad turística en la Provincia de Catamarca es incipiente, estacional y con poco desarrollo de servicios e infraestructuras específicas. Esta situación impide definir a la Provincia como un destino turístico con todos los atributos que la definición implica.

Sin embargo puede observarse el interés en los distintos actores involucrados por el desarrollo de la actividad y en ese aspecto resulta de vital importancia la decisión del Gobierno de la Provincia de transformar a la actividad turística en Política de Estado y en una de sus herramientas principales para el desarrollo económico y social sustentable de la Provincia de Catamarca y concretarlo a través de la Secretaría de Turismo, y la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Sustentable y participativo, que se transforme en la carta de navegación del desarrollo y el marketing turístico de la Provincia para los próximos 10 años.

FASE II: FORMULACIÓN ESTRATÉGICA Y PLAN OPERACIONAL

La Formulación Estratégica, expresa las decisiones más importantes sobre el futuro deseado para el turismo de la Provincia de Catamarca y el camino para lograrlo. Se ha planteado con una perspectiva de largo plazo y con un horizonte temporal que llega hasta el año 2024.

Resulta importante destacar que esta estrategia de futuro fue validada en el territorio, a través de 4 Talleres de Validación que contaron con la participación de los distintos actores públicos y privados involucrados con la actividad y de otras áreas del Gobierno Provincial, quienes enriquecieron la misma a partir de sus diferentes puntos de vista.

Aunque en realidad son un conjunto de decisiones interrelacionadas entre sí, para su definición y presentación se sigue el siguiente proceso metodológico:



1. LA VISIÓN 2024

La Visión es la formulación de la imagen turística deseada para la Provincia de Catamarca en el año 2024 y debe ser el resultado de los procesos de desarrollo y marketing turístico que se van a realizar y de la experiencia que los turistas y profesionales del sector obtengan de la misma.

CATAMARCA,

UN DESTINO TURÍSTICO DE TODO EL AÑO, CON UN DESARROLLO TURÍSTICO EQUILIBRADO Y SUSTENTABLE Y UN MODELO DE MARKETING COHERENTE E INNOVADOR. CON UNA DIVERSIDAD DE OPCIONES QUE SE HACEN TANGIBLES EN:

SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA, LA CAPITAL PROVINCIAL, VIDRIERA DE LA IDENTIDAD Y LA VIDA CULTURAL DE LA PROVINCIA Y DE SU RIQUEZA PAISAJÍSTICA, LUGAR DE PEREGRINACIONES MULTITUDINARIAS Y DESBORDANTES DE FE, SEDE DE REUNIONES Y EVENTOS CULTURALES Y DEPORTIVOS DE RELEVANCIA EN LA REGIÓN, CON UNA VIDA CULTURAL QUE LE ES PROPIA Y DONDE DESTACA SU GASTRONOMÍA Y SU ARQUITECTURA REPUBLICANA.

LA PUNA, UN ESPACIO NATURAL DE REFERENCIA MUNDIAL; MONTAÑAS, SALARES, RÍOS, CULTURAS ANCESTRALES,... SE UNEN EN UN PAISAJE SINGULAR Y EN ESTADO PURO.

EL ESTE, LA TIERRA DONDE LA MANO DEL HOMBRE SE MANIFIESTA EN SUS ARTESANÍAS Y PRODUCTOS REGIONALES, HACIENDO SENTIR SU IDENTIDAD Y DONDE EL PASADO SE HACE PRESENTE A TRAVÉS DE INNUMERABLES VESTIGIOS ARQUEOLÓGICOS, EN UN ENTORNO SEMBRADO DE DIQUES Y ESPEJOS DE AGUA QUE DAN AL PAISAJE UNA CARACTERÍSTICA ESPECIAL.

EL OESTE, DE LAS ALTURAS A LOS VALLES CALCHAQUÍES, DE LAS DUNAS ETERNAS A LAS COLORIDAS VIDES, DE LA AVENTURA EXTREMA A LAS CULTURAS ANCESTRALES. DE LA RIQUEZA PROFUNDA DE LA TIERRA AL TRABAJO FECUNDO DEL HOMBRE MATERIALIZADO EN SUS ARTESANÍAS ÚNICAS Y EN SUS VINOS.

EL CENTRO, EL LUGAR DE LAS TRADICIONES GAUCHAS CATAMARQUEÑAS, DE FRAY MAMERTO ESQUIÚ, DE LOS PAISAJES INOLVIDABLES POR TODOS SUS TONOS DE VERDE, DEL FOLCLORE, LAS VILLAS VERANIEGAS Y DEL ENCUENTRO CON LA PAZ Y LA TRANQUILIDAD QUE ALIMENTA EL ALMA.

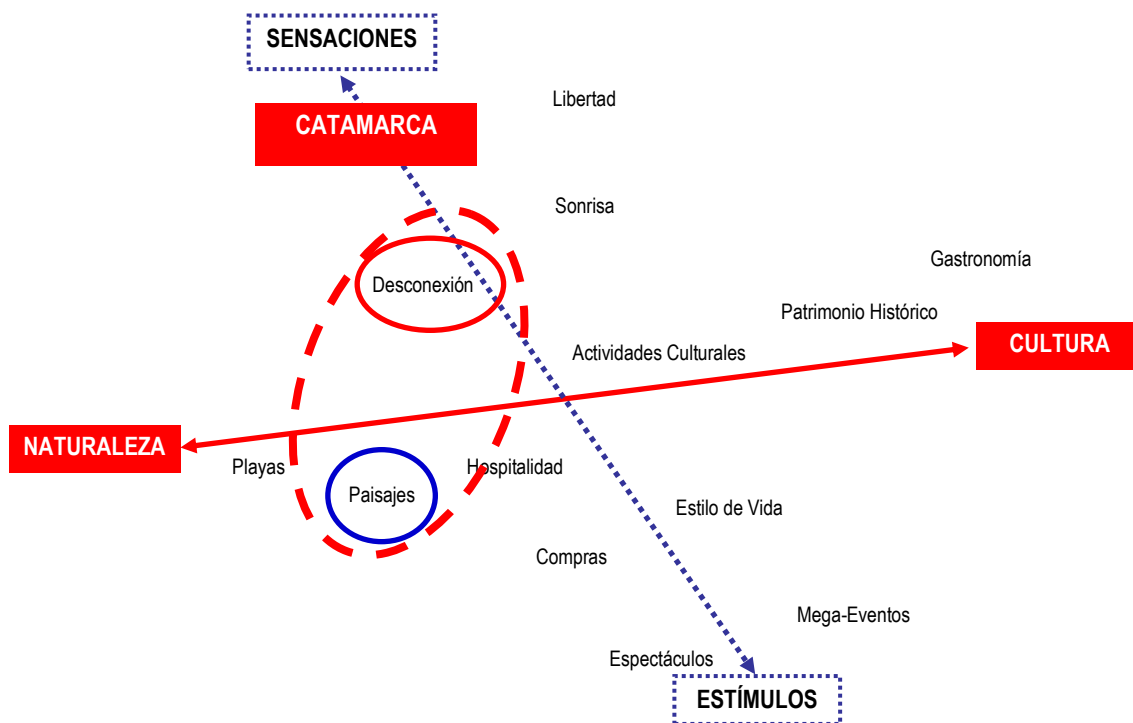
UNA PROVINCIA CON PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS DE CALIDAD QUE PERMITEN VIVIR EXPERIENCIAS AUTÉNTICAS, DIVERSAS Y ÚNICAS EN FORMA SEGURA Y SUSTENTABLE, BAÑADAS POR EL CELESTE ETERNO DEL CIELO Y UN SOL OMNIPRESENTE Y POR UNA NOCHE LIMPIA E ILUMINADA POR LA LUNA Y UN OCÉANO DE ESTRELLAS... Y TODO CON UN INIGUALABLE VALOR AGREGADO, LA CALIDEZ, HOSPITALIDAD Y SIMPATÍA DEL PUEBLO CATAMARQUEÑO.

2. EL POSICIONAMIENTO DESEADO

Para concretar la Visión descrita en el apartado anterior, se plantea “mover” a la Provincia de Catamarca dentro del Mapa de Posicionamiento competitivo ubicándolo en una situación de LIDERAZGO ABSOLUTO EN EL MUNDO DE LAS SENSACIONES, pero incorporando actividades que generen el imprescindible gasto turístico que lo haga sustentable.

Para ello, nos apoyaremos en el posicionamiento actual de la provincia, como destino turístico, pero incorporando elementos que los realcen y generen actividad turística en todo el territorio provincial:

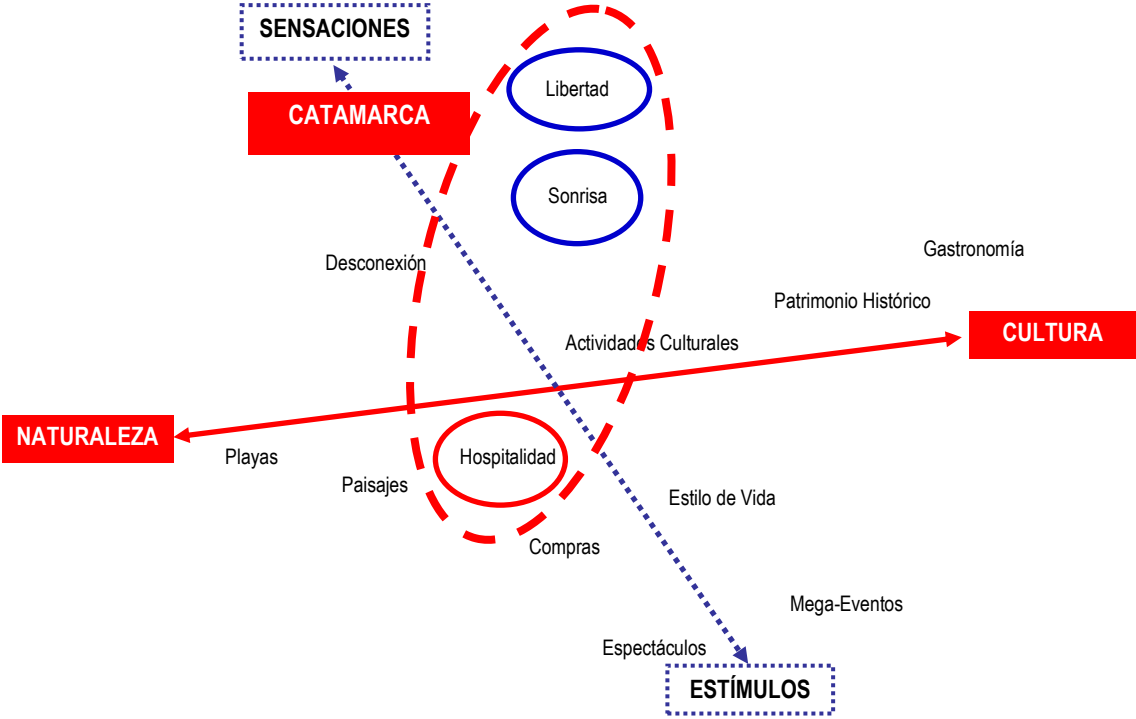
Desde esta perspectiva, a los Paisajes, le añadiremos Desconexión activa para su contemplación, uso y deleite por parte de turistas y visitantes:



Al Patrimonio Histórico, le añadiremos Actividades Culturales, para que el turista sienta, conozca y comprenda una cultura distinta a la suya, desde lo ancestral, hasta la actualidad y, como expresión genuina de las distintas culturas que a lo largo del tiempo habitaron el suelo catamarqueño, pondremos en valor su Gastronomía.



Y a la extraordinaria sensación de Libertad que se vive en el suelo catamarqueño y a la Sonrisa y simpatía propia de su gente, le agregaremos Hospitalidad, entendida como calidad de atención al turista y conocimiento, precisión y destreza en el servicio y la información a brindarle al mismo.



Esta combinación de factores permitirá transformar a Catamarca en un destino de referencia a nivel Nacional e Internacional, y generar un desarrollo equilibrado y sustentable de la actividad turística, resguardando los valores identitarios de la comunidad como así también generando más y mejores empleos e ingresos derivados del incremento de actividad turística y, en definitiva, mejorar la Calidad de Vida de todos los Catamarqueños.

3.EL MODELO DE DESARROLLO DE CATAMARCA

Para hacer posible la Visión y el Posicionamiento Deseado, habrá que trabajar en el proceso de transformación de los recursos actuales en productos y, a la vez, en la mejora de los productos actuales.

El modelo propuesto plantea actuar por Polos de Desarrollo, concentrando las inversiones de acuerdo con un proceso llamado de “Mancha de Aceite” que garantice los retornos de la inversión a medio plazo y facilite el crecimiento de largo plazo. De esta forma, se plantea consolidar destinos turísticos en los distintos Polos de Desarrollo para aumentar de esa manera la estadía en los mismos por parte del turista y como consecuencia de la misma, aumentar el gasto turístico y la generación de empleo local y, en paralelo, generar actividad y servicios turísticos en destinos emergentes próximos, los cuales se deberán ir consolidando a lo largo del tiempo.

Resulta también importante destacar que, desde la perspectiva de las actuaciones, se incorporan todos los programas, proyectos y acciones que actualmente lleva adelante la Secretaría de Turismo, ya sean de desarrollo o marketing, los cuales están considerados aunque no enunciadas en los siguientes contenidos. Por lo tanto, poner en marcha las propuestas de actuación del presente Plan Estratégico, no significa discontinuar los proyectos y actuaciones en marcha bajo gestión de la Secretaría de Turismo de la Provincia. Su consideración generará una importante sinergia con las actuaciones planteadas en la presente herramienta de gestión lo que redundará en beneficios para la actividad turística provincial.

Un Polo de Desarrollo es un territorio que se diseña integralmente y en el que, a partir de la definición inicial de su Conceptualización, se procede a su Estructuración turística, actuando sobre las Infraestructuras y Servicios Públicos, las inversiones públicas en Infraestructuras Turísticas y el fomento de las inversiones privadas en Infraestructuras Turísticas y de otros sectores relacionados.

Siguiendo con esta línea de trabajo, proponemos la creación de 5 Polos de Desarrollo Turístico en Catamarca y la ejecución de 6 Macro programas de Desarrollo Turístico y 2 Programas Especiales. Son los siguientes:

Polos de Desarrollo Turístico:

- La Puna
- El Este
- El Oeste
- El Centro
- San Fernando del Valle de Catamarca

Macro programas de Desarrollo Turístico:

- Macro programa de Infraestructuras Generales
- Macro programa de Servicios Generales
- Macro programa de Nuevos Productos Turísticos
- Macro programa de Mejora de Productos Turísticos Actuales
- Macro programa de Apoyo a la Actividad Turística
- Macro programa de Organización Turística

Programas Especiales:

- Turismo Arqueológico
- Artesanías de Catamarca

3.1. POLOS DE DESARROLLO TURÍSTICO:

POLO LA PUNA

Comprende el Municipio de Antofagasta de la Sierra

La Puna, un espacio natural de referencia mundial, montañas, salares, ríos, culturas ancestrales,... se unen en un paisaje singular y en estado puro.

Un destino para vivir la aventura en la inmensidad con servicios de alta calidad y marcado respeto por el medio ambiente.

POLO ESTE

Comprende los Municipios de Ancasti, El Alto, Icaño, Los Altos, Recreo, Santa Rosa y Tapso.

El Este Catamarqueño, la tierra donde la mano del hombre se manifiesta en sus artesanías y productos regionales, haciendo sentir su identidad y donde el pasado se hace presente a través de innumerables vestigios arqueológicos, en un entorno sembrado de diques y espejos de agua que dan al paisaje una característica especial.

Destinos donde se rinde culto al trabajo artesanal en un entorno paisajístico singular y servicios turísticos diferenciales.

POLO OESTE

Comprende los Municipios de Aconquija, Andalgalá, Belén, Corral Quemado, Fiambala, Hualfin, Londres, Mutquín, Pomán, Pozo de la Piedra, Puerta de Corral Quemado, Puerta de San José, San Fernando, San José, Santa María, Saujil, Tinogasta y Villa Vil.

El Oeste Catamarqueño, de las alturas a los Valles Calchaquíes, de las dunas eternas a las coloridas vides, de la aventura extrema a las culturas ancestrales. De la riqueza profunda de la tierra al trabajo fecundo del hombre materializado en sus artesanías únicas y en sus vinos. Del celeste eterno y un sol omnipresente a una noche limpia iluminada por la luna y un océano de estrellas.

Diversidad de paisajes y sensaciones que permiten vivir experiencias auténticas con servicios turísticos de calidad.

POLO CENTRO

Comprende los Municipios de Capayán, El Rodeo, Fray Mamerto Esquiú, Huillapima, La Puerta, Las Juntas, Los Varela, Paclín y Valle Viejo.

El Centro Catamarqueño, el lugar de las tradiciones gauchas catamarqueñas, de Fray Mamerto Esquiú, de los paisajes inolvidables por todos sus tonos de verde, del folclore, las villas veraniegas y del encuentro con la paz y la espiritualidad que alimenta el alma.

Un centro de 2das residencias, villas veraniegas y tradiciones con variedad de servicios turísticos de calidad.

POLO SAN FERNANDO DEL VALLE DE CATAMARCA

Comprende el Municipio de San Fernando del Valle de Catamarca.

San Fernando del Valle de Catamarca, la Capital provincial, vidriera de la identidad y la vida cultural de la Provincia y de su riqueza paisajística, lugar de peregrinaciones multitudinarias y desbordantes de Fe, sede de reuniones y eventos culturales y deportivos de relevancia en la región, por la calidad de sus instalaciones y equipamientos y de sus recursos humanos, con una vida cultural que le es propia y donde destaca su gastronomía y su arquitectura republicana.

Una Ciudad Capital de escala humana, próxima, amable y activa, con identidad y vida cultural propia y una arquitectura republicana que la distingue en la región.

3.2.MACRO PROGRAMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO:

MACRO PROGRAMA DE INFRAESTRUCTURAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Se plantea a través de este macro programa abordar todos aquellos temas vinculados a la posibilidad de dotar y/o mejorar la accesibilidad general y específica a los distintos recursos y productos turísticos de la Provincia de Catamarca definidos en este plan, aún aquellos que no son de responsabilidad directa de la Secretaría de Turismo provincial. Para ello se plantea generar los espacios de encuentro e intercambio que sean necesarios con las autoridades competentes en cada tema específico y, por otra parte, dotar a la Secretaría de Turismo de recursos para cumplir con aquellos requerimientos que sí son de su competencia. Se hace especial hincapié en las infraestructuras necesarias para que en la Provincia de Catamarca puedan desarrollar actividades turísticas con altos niveles de calidad personas con capacidades diferentes (turismo accesible).

- **Programa de Accesibilidad General**

Este Programa tiene como objetivo generar la interacción de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Catamarca con otras áreas de los Gobiernos nacional y provincial responsable de temas viales y de uso del espacio público, en temas concretos vinculados a dotar y/o mejorar la accesibilidad general e identificación de los distintos recursos (para poder transformarlos en productos) y productos turísticos de la Provincia de Catamarca.

- **Programa de Accesibilidad Turística**

Este Programa tiene como objetivo mejorar la accesibilidad a los distintos recursos (para poder transformarlos en productos) y productos turísticos de la Provincia, desde la perspectiva específica del turismo, ya sea en temas vinculados a la señalización de aproximación o in situ como desde la perspectiva de la accesibilidad a servicios y actividades turísticas para personas con capacidades diferentes. Este programa trata de temas que se encuentran bajo responsabilidad directa de la Secretaría de Turismo provincial.

MACRO PROGRAMA DE SERVICIOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

Se plantea a través de este macro programa abordar todos aquellos temas vinculados a la posibilidad de dotar y/o mejorar los servicios generales y específicos vinculados a facilitar el acceso, principalmente desde la perspectiva de la información, a los distintos recursos y productos turísticos de la Provincia de Catamarca definidos en este plan, aún aquellos que no son de responsabilidad directa de la Secretaría de Turismo provincial. Para ello se plantea generar los espacios de encuentro e intercambio que sean necesarios con las autoridades competentes en cada tema específico y, por otra parte, dotar a la Secretaría de Turismo de recursos para cumplir con aquellos requerimientos que sí son de su competencia.

- **Programa de Comunicaciones**

Este Programa tiene como objetivo generar un espacio de intercambio entre la Secretaría de Turismo provincial y las áreas de Gobierno nacional y provincial competentes en temas vinculados a las telecomunicaciones y tecnologías de la información a fin de interactuar con las mismas para introducir en los procesos de decisión en estas temáticas la perspectiva turística.

- **Programa de Puntos de Información y Servicios al Turista**

Este Programa tiene como objetivo generar espacios físicos y herramientas que faciliten el acceso a los distintos servicios y productos turísticos de la Provincia de Catamarca desde la perspectiva de la información turística. Se plantea que, los espacios físicos a generar cuenten con servicios básicos (gastronomía, baños, espacio de descanso,...) de calidad.

MACRO PROGRAMA DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

Se plantea transformar recursos turísticos de alto valor potencial de la Provincia de Catamarca en productos turísticos de calidad, a partir de generar la conceptualización de los mismos y su estructuración para el uso y disfrute por parte del turista.

- **Programa de Gastronomía Catamarqueña**

Este Programa tiene como objetivo el desarrollo de un producto turístico auténtico y de alto valor en términos de identidad y territorialidad, la gastronomía catamarqueña. Su desarrollo resulta fundamental, no solo porque agrega valor a la visita turística, sino por su alto impacto en la generación de ingresos y empleos en toda su cadena

de valor, desde las materias primas hasta su comercialización en establecimientos gastronómicos o mercados alimentarios.

- **Programa de Rutas Escénicas**

Este Programa tiene como objetivo la creación de Rutas Escénicas como un producto turístico singular capaz de atraer a turistas motivados por la observación de naturaleza y capaz de traccionar para la consolidación de circuitos turísticos actuales o potenciales y como impulso a desarrollos de iniciativas responsables y de turismo comunitario.

- **Programa de Lugares con Encanto**

Este Programa tiene como objetivo contar con locaciones que por sus atributos simbólicos, patrimonio tangible, leyendas, reseña histórica, hechos trascendentes, cotidianidad, entre otras características posean una magia o encanto que emane de cada una de sus manifestaciones socioculturales de forma tal que se transformen en íconos turísticos de la Provincia y en consecuencia sean conservados y/o puestos en valor para uso y disfrute de sus habitantes y visitantes.

- **Programa de Avistaje de Aves**

Este Programa tiene como objetivo estructurar con profesionalismo y calidad la actividad de Avistaje de Aves. El Avistaje de Aves o *birdwatching* se está generalizando como un tipo de turismo con cada vez más aficionados nacionales y principalmente, internacionales. Se trata de un turismo con vocación conservacionista, la observación de aves como reflejo del respeto y conservación de los entornos naturales en su estado puro.

- **Programa de Turismo de Reuniones e Incentivos**

Este Programa tiene como objetivo posicionar a la Provincia de Catamarca como un destino de reuniones, eventos, espectáculos culturales y deportivos e incentivos de referencia en el Norte Argentino por la cantidad y calidad de sus infraestructuras, el profesionalismo y hospitalidad de sus recursos humanos y la vida cultural en un entorno natural único.

MACRO PROGRAMA DE MEJORA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ACTUALES

Se plantea mejorar los productos turísticos actuales de alto valor potencial de la Provincia de Catamarca, a partir de generar la conceptualización de los mismos y dotarlos de una serie de proyectos específicos que potencien su estructuración actual y aumenten el gasto turístico por parte del turista.

- **Programa de Turismo Minero**

Este Programa tiene como objetivo acompañar y profundizar las tareas que desarrolla la Secretaria de Turismo de la Provincia de Catamarca para el desarrollo de esta actividad que pone en valor una de las principales actividades económicas con que contó y cuenta la provincia. Para su desarrollo, Catamarca cuenta con una gran diversidad de emprendimientos mineros, ya sean ancestrales como antiguos y actuales, y como derivado de esto, con la posibilidad de explorar técnicas de

producción de distintas características, siendo más importante aún la posibilidad de contar con testimonios vivos de métodos de exploración y explotación de minas consideradas míticas en nuestro País y en el mundo (Minas de Rodocrosita). Si bien se trata de un producto turístico de nicho, resulta importante su desarrollo por ser parte de la identidad catamarqueña, como así también por su desarrollo territorial y su potencial respecto a la generación de empleo e ingresos.

- **Programa de Turismo Religioso**

Este Programa tiene como objetivo el desarrollo del Turismo Religioso, desde una perspectiva cultural y de mejora de las condiciones de visita de los Peregrinos, a quienes a partir de su motivación de visita específica, se procurará que extiendan la misma incorporándole la perspectiva cultural y natural. Como quedo establecido, la Provincia de Catamarca tiene un alto potencial para el desarrollo de este producto en todo su territorio.

- **Programa de Montañismo**

Este Programa tiene como objetivo (a partir del alto valor potencial que tiene este producto turístico en la Provincia de Catamarca, y la posibilidad que el mismo tiene de transformarse en uno de los mascarones de proa de la promoción turística de la Provincia, generando una imagen de “destino de calidad”), mejorar las infraestructuras específicas para el desarrollo de esta actividad por parte de profesionales, expertos y novatos, principalmente aquellas vinculadas a la seguridad de los mismos y a la cualificación profesional de quienes tienen vínculo directo con la prestación de servicios.

- **Programa de Turismo de Aventura**

Este Programa tiene como objetivo posicionar a la Provincia de Catamarca como uno de los destinos turísticos más diversos y seguros de Latinoamérica para la práctica del turismo aventura y los deportes extremos.

- **Programa de Fiestas y Festividades**

Este Programa tiene como objetivo la puesta en valor de todas las manifestaciones populares que se desarrollen bajo la modalidad de Fiestas y/o Festividades en la Provincia y tengan valor y contenido turístico, como una manera de consolidar la identidad catamarqueña generando orgullo por lo propio, y en paralelo, generar una experiencia turística del alto valor agregado por su autenticidad y unicidad.

- **Programa de Termalismo y Bienestar**

Este programa tiene como objetivo aumentar el valor percibido, la calidad y los servicios específicos, vinculados al turismo termal, considerando el potencial que el mismo tiene en la provincia y estructurando una oferta concreta que amplíe el concepto de salud, llevándolo hacia el concepto de Bienestar.

MACRO PROGRAMA DE APOYO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El macro programa de apoyo a la actividad turística plantea el desarrollo de una batería de herramientas que brinden asistencia técnica y conocimientos específicos que permitan, por una parte, facilitar el surgimiento de micro y pequeños emprendedores turísticos en todo el territorio de la Provincia de Catamarca y, por otra parte, colaborar en la mejora de los servicios turísticos actuales que se prestan en toda la Provincia. Este macro programa contempla la descentralización de todas las actividades planteadas en el mismo.

- **Programa de Apoyo a los Emprendedores**

Este Programa tiene como objetivo brindar asesoramiento a los potenciales y actuales micro y pequeños emprendedores turísticos en todos los temas vinculados al desarrollo de su actividad turística.

- **Programa de Capacitación**

Este Programa tiene como objetivo brindar capacitaciones específicas que complementen las que actualmente brinda la Secretaría de Turismo en toda la Provincia e incorpora un componente de entrenamiento in situ en servicios turísticos de alojamiento y gastronomía.

- **Programa de Calidad Turística**

Este Programa tiene como objetivo complementar los programas de Calidad que actualmente lleva adelante la Secretaría de Turismo de la Provincia y agregar valor a los servicios turísticos que se prestan en la misma a partir de herramientas específicas que incorporen la expectativa de calidad hacia los servicios turísticos de turistas expertos. También incorpora herramientas de distinción y reconocimiento para aquellos servicios que mejoren la calidad de los mismos.

MACRO PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

Se plantea a partir de este macro programa de organización turística adecuar los aspectos institucionales, gestión y legislación, a la nueva realidad turística de la Provincia de Catamarca, producto de la aprobación y puesta en marcha de la presente herramienta de gestión.

- **Programa de Fortalecimiento Institucional**

Este Programa tiene como objetivo la adecuación y fortalecimiento de la Secretaría de Turismo provincial a la nueva realidad turística de la misma, producto de la puesta en marcha del Plan Estratégico de Turismo Sustentable, como así también la creación de otras herramientas e instrumentos que garanticen la implantación del mencionado plan a lo largo del tiempo.

- **Programa de Actualización Legislativa**

Este Programa tiene como objetivo generar el marco legal necesario para transformar la actividad turística provincial en política de estado, tal la visión política del Gobierno Provincial al poner en marcha la elaboración de la presente herramienta de gestión.

3.3.PROGRAMAS ESPECIALES:

TURISMO ARQUEOLÓGICO

Este Programa tiene como objetivo la puesta en valor del patrimonio arqueológico provincial, es decir su identificación y estimación social, entendiéndolo como un recurso social, cultural y también económico, para su utilización tanto educativa como comercial, esta última de la mano del turismo.

Esto implica que, en el proceso de construcción sociocultural del pasado deben participar diferentes actores sociales, con mayor o menor grado de responsabilidad, pero todos con el compromiso de velar por los bienes culturales, tanto en el aspecto material como simbólico y significativo.

ARTESANÍAS DE CATAMARCA

Este Programa tiene como objetivo configurar a la Provincia de Catamarca como un lugar de referencia nacional e internacional a partir de la producción de artesanías auténticas que permitan hacer tangible el alto valor simbólico de las culturas originarias y criollas. Crear puntos de exposición y comercialización que permitan obtener un precio justo para las artesanías catamarqueñas. Lograr una marca registrada de artesanías catamarqueñas que facilite su comercialización y diferenciación del resto de las artesanías de la región. Agregar valor al proyecto en marcha (desarrollado por el Consejo Federal de Turismo – CFI) de puesta en valor y mejora de la comercialización de la Fábrica de Alfombras y Mercado Artesanal de Catamarca ubicado en la Manzana del Turismo en San Fernando del Valle de Catamarca.

4.LOS PROPÓSITOS Y OBJETIVOS DEL PLAN

4.1.LOS PROPÓSITOS

Los propósitos son aquellas definiciones que permiten concretar y orientar los objetivos a alcanzar a partir de la puesta en marcha del plan estratégico, los mismos adjetivan las actuaciones y, para la Provincia de Catamarca se han definido los siguientes propósitos:

- Promover un desarrollo turístico equilibrado en toda la Provincia
- Generar empleo genuino y de calidad en toda la Provincia
- Aumentar el ingreso por turismo, en una proporción mayor al aumento del volumen de llegadas
- Mejorar la competitividad turística de la Provincia
- Mejorar la calidad de los servicios turísticos

- Consolidar la imagen turística de la Provincia de Catamarca
- Potenciar los productos turísticos de la Provincia en los mercados regional, nacional e internacional
- Generar una oferta turística integral de la Provincia, para diversificarla y desestacionalizar la actividad
- Potenciar la integración con la Región Norte y el Ministerio de Turismo de la Nación para la promoción conjunta a nivel nacional e internacional

4.2.LOS OBEJTIVOS

Los objetivos son aquellas definiciones cuantitativas a alcanzar a partir de la puesta en marcha del plan estratégico, las mismas concretan en números, de arribos de turistas, de pernóctes y de ingreso directo generado por la actividad, el esfuerzo a realizar. Para la Provincia de Catamarca se han definido los siguientes objetivos a alcanzar:

Objetivos de Captación de Turistas:

	2012	2016	2020	2024
ARRIBOS DE TURISTAS	SIN DATOS	294.000	388.800	459.900

Mercado Nacional:

	2012	2016	2020	2024
ARRIBOS DE TURISTAS NACIONALES	SIN DATOS	264.600	311.040	344.925

Mercado Internacional:

	2012	2016	2020	2024
ARRIBOS DE TURISTAS INTERNACIONALES	SIN DATOS	29.400	77.760	114.975

Por otra parte, se plantea una política de captación apoyada en los mercados nacional e internacional con un aumento continuo en el número de arribos desde los

mismos, en términos absolutos, pero cambiando el peso relativo a lo largo del tiempo considerando el gasto per cápita diario de los mismos.

	% 2012	% 2016	% 2020	% 2024
MERCADO NACIONAL	SIN DATOS	90	80	75
MERCADO INTERNACIONAL	SIN DATOS	10	20	25

Desde el punto de vista de la estadía promedio y a partir de considerar la capacidad actual instalada de alojamientos en la Provincia y del potencial de los Productos Turísticos Actuales de la Provincia de Catamarca y de los Productos Turísticos a desarrollar, como así también de las posibilidades de captación a partir del esfuerzo promocional a desarrollar se plantean los siguientes objetivos de estadía promedio:

Objetivos de Estadías promedio:

Mercado Nacional:

	N. 2012	N. 2016	N. 2020	N. 2024
ESTADÍA PROMEDIO DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES	SIN DATOS	3	3,5	4

Desde el punto de vista de los ingresos, se plantea: Aumentar el gasto turístico per cápita diario, a partir de la mejora del perfil de la demanda y la desestacionalización de la actividad.

Mercado Nacional

	U\$S 2012	U\$S 2016	U\$S 2020	U\$S 2024
GASTO PROMEDIO PER CÁPITA DIARIO TURISTA NACIONAL	73	80.-	105.-	140.-

Mercado Internacional

	U\$S 2012	U\$S 2016	U\$S 2020	U\$S 2024
GASTO PROMEDIO PER CÁPITA DIARIO TURISTA INTERNACIONAL	79	100.-	125.-	170.-

Como derivado de los Objetivos planteados, se estiman los siguientes Ingresos Directos por Actividad Turística para la Provincia de Catamarca:

Ingresos Directos por Turismo:

Ingreso Total:

	2012	2016	2020	2024
INGRESOS TOTALES EN U\$S	SIN DATOS	72.324.000.-	148.327.200.-	271.341.000.-
INGRESOS TOTALES EN \$ (\$ 5,5 x 1 U\$S)	SIN DATOS	397.782.000.-	815.799.600.-	1.492.375.500.-

Mercado Nacional:

	2012	2016	2020	2024
INGRESOS TOTALES EN U\$S	SIN DATOS	63.504.000.-	114.307.200.-	193.158.000.-
INGRESOS TOTALES EN \$ (\$ 5,5 x 1 U\$S)	SIN DATOS	349.272.000.-	628.689.600.-	1.062.369.000.-

Mercado Internacional:

	2012	2016	2020	2024
INGRESOS TOTALES EN U\$S	SIN DATOS	8.820.000.-	34.020.000.-	78.183.000.-
INGRESOS TOTALES EN \$ (\$ 5,5 x 1 U\$S)	SIN DATOS	48.510.000.-	187.110.000.-	430.006.500.-

Así como el Desarrollo Turístico es una actividad cuyos resultados se hacen visibles en el medio y largo plazo de la implementación del Plan, el Marketing Turístico debe hacerse visible ya desde el corto plazo para generar, así, un mayor número de turistas, lo que, de acuerdo con nuestra experiencia, actúa siempre como elemento catalizador de las inversiones en la mejora del producto actual y en la creación de nuevos productos. Resulta importante destacar que, dada la dinámica de los mercados, la aparición de nuevos destinos competidores, la velocidad en la que se producen los cambios tecnológicos y los continuos cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, entre otros aspectos a considerar, para definir la estrategia de marketing se considerará un horizonte temporal de 3 años (2014 – 2015 – 2016), debiéndose a partir de su cumplimiento revisar la estrategia para su ajuste y adecuación,

Desde esta perspectiva, se plantea un modelo de marketing turístico concreto, coherente, innovador y posible, que:

- Aumente la visibilidad de la Provincia en el corto plazo.
- Integre toda la oferta turística de la Provincia
- Aumente los ingresos directos generados por turismo
- Aumente los empleos directos generados por turismo

Para ello se define un esquema de captación turística que permitirá:

- Consolidar la imagen de Catamarca como destino de calidad
- Profundizar la presencia de productos generales, especializados y de nicho en las distintas acciones promocionales que desarrolle la Provincia
- Actuar de manera innovadora sobre el consumidor final, combinando actividades de marketing sobre la línea y bajo la línea
- Consolidar la presencia promocional de Catamarca en los mercados emisores regional, nacional e internacional.

Y un esquema de comunicación a medida que buscará:

- Aumentar el valor de la marca turística “Catamarca”
- Incrementar la percepción de sostenibilidad de los productos turísticos de Catamarca, a partir de considerar el aumento de la conciencia medioambiental de los consumidores
- Utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para llegar de manera innovadora y diferencial al consumidor final

EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y MERCADOS

De acuerdo con las informaciones sobre el mercado actual y potencial, se propone la siguiente clasificación de los mercados geográficos prioritarios, combinando los elementos claves de la proximidad y la accesibilidad con las motivaciones y demandas turísticas:

Mercados de Proximidad:

- Salta
- Tucumán
- Jujuy
- La Rioja
- Santiago del Estero

Mercado Nacional:

- CABA
- Provincia de Buenos Aires
- Córdoba
- Santa Fe
- Mendoza

Mercado Internacional:

- Brasil
- Chile
- EEUU
- Francia
- Alemania
- Inglaterra

A su vez, y de acuerdo con los recursos y productos turísticos de Catamarca, se ha seleccionado una estrategia de productos focalizada en: la potencialidad que la Provincia de Catamarca tiene de diferenciarse como destino en el mercado turístico nacional e internacional a través de los mismos, y, en la posibilidad de gasto que estos productos generan, el impacto que los mismos tienen en todo el territorio provincial desde el punto de vista de la generación de micro y pequeños emprendimientos locales y empleo local y por su bajo impacto desde la perspectiva ambiental.

De acuerdo con ambas decisiones, se propone el siguiente portafolio de productos/mercado, en el que se expresan las prioridades de actuación en una escala que va de 1 a 3 estrellas:

Mercados de Proximidad:

PRODUCTO/MERCADO	SALTA	TUCUM.	JUJUY	L. RIOJA	S. EST.	NICHO
CIRCUITO GENERAL	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
T. RELIGIOSO						★★★
T. AVENTURA	★★	★★	★	★★	★★	
MONTAÑISMO						★
T. ANTROP./CIENTIF.						★
T. MINERO						★★
ARTESANÍAS	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
GASTRONOMÍA	★★	★★	★★	★★	★★	
AVISTAJE DE AVES						★
2das RESIDENCIAS	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
LUG. CON ENCANTO	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
RUTA 40	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
REUNIONES E INCENT.	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
FIESTAS Y FESTIV.	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	

Mercado Nacional:

PRODUCTO/MERCADO	CABA	BS. AS.	CÓRDOBA	STA. FÉ	MENDOZA	NICHO
CIRCUITO GENERAL	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
T. RELIGIOSO						★★★
T. AVENTURA	★★★	★★★	★★★	★★	★★	
MONTAÑISMO						★★★
T. ANTROP./CIENTIF.						★★★
T. MINERO						★★
ARTESANÍAS	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
GASTRONOMÍA	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
AVISTAJE DE AVES						★★
2das RESIDENCIAS	★	★	★	★	★	
LUG. CON ENCANTO	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
RUTA 40	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
REUNIONES E INCENT.	★★★	★★★	★★	★★	★★	
FIESTAS Y FESTIV.	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	

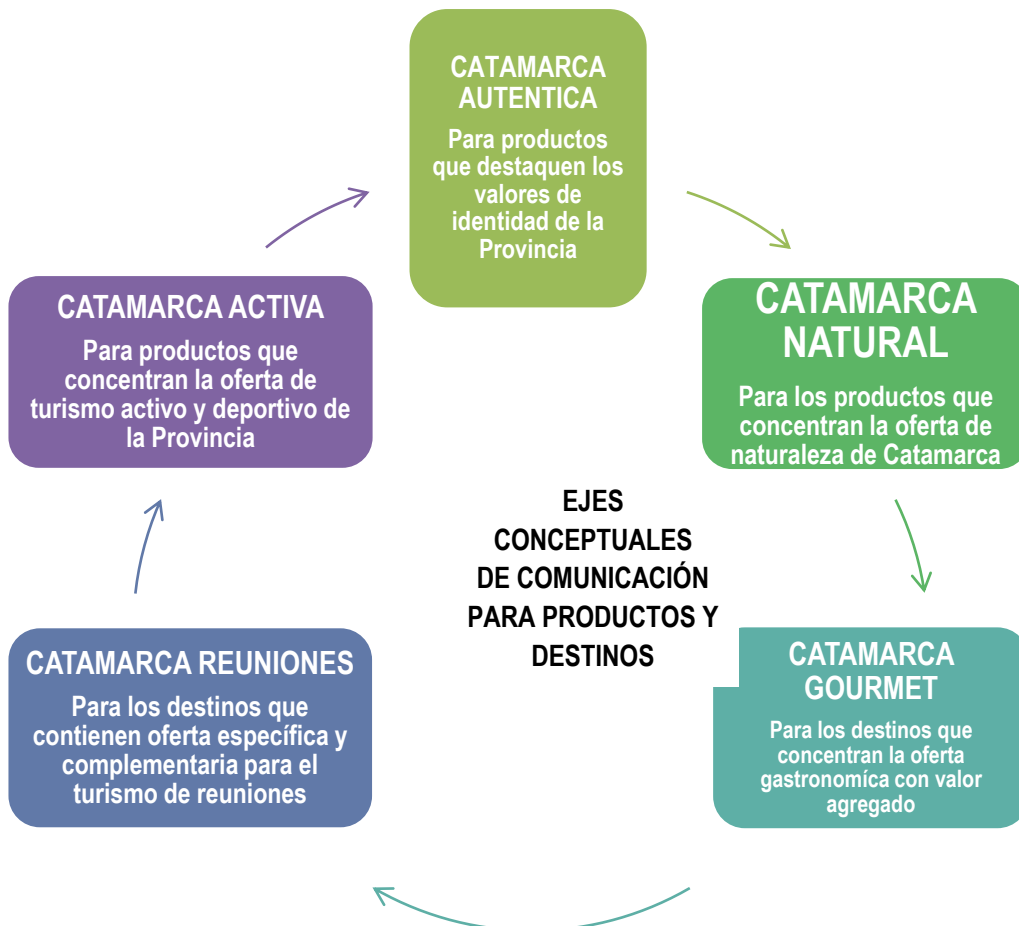
Mercado Internacional:

PRODUCTO/MERCADO	BRASIL	CHILE	EEUU	FRANC.	ALEM.	INGL.	NICHO
CIRCUITO GENERAL	★	★★	★	★	★	★	
T. RELIGIOSO							★★★
T. AVENTURA	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
MONTAÑISMO							★★★
T. ANTROP./CIENTIF.							★★★
T. MINERO							★★★
ARTESANÍAS	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
GASTRONOMÍA	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
AVISTAJE DE AVES							★★★
2das RESIDENCIAS	★	★	★	★	★	★	
LUG. CON ENCANTO	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
RUTA 40	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	
REUNIONES E INCENT.	★	★	★	★	★	★	
FIESTAS Y FESTIV.	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	

La Marca y el Mensaje Permanente se plantea que continúen siendo los actuales, ya que, por una parte, la marca es coherente con el posicionamiento a adoptar y su diseño y sus colores representan el territorio. Por otra parte, el mensaje permanente, que en términos de comunicación es reciente, necesita un tiempo para fijarse en el inconsciente colectivo, y si bien no involucra al potencial visitante, describe con certeza la promesa que se le realiza al mismo. Sin embargo, se recomienda su revisión al término de la aplicación del plan operacional de marketing (2015) y evolucione hacia el involucramiento del turista desde el momento en que el mismo piensa en su elección de destino.



- **Los Mensajes Generales y Específicos:** Se plantea que los mismos se desarrollen a partir de los siguientes ejes comunicacionales:



La Estrategia de Marketing se concreta a través de los siguientes Programas:

PROGRAMA DE SOPORTE

Este Programa tiene como objetivo desarrollar todos aquellos materiales que den soporte a la actividad promocional de la Provincia.

PROGRAMA DE MARKETING CON EL CONSUMIDOR

Este Programa tiene como objetivo generar una batería de actuaciones que coloquen al Destino Catamarca en la mente del turista como la principal alternativa a la hora de pensar un viaje de ocio.

Debemos considerar las tendencias en los hábitos de Información, Uso y Compra donde se observa un incremento del uso de las nuevas tecnologías tanto para informarse como para comprar por parte del turista potencial, por otra parte, se observa un acortamiento de los períodos vacacionales y una repetición de los mismos a lo largo del año, como así también la necesidad de vivir experiencias únicas y de relevancia.

PROGRAMA DE MARKETING CON EL TRADE

Este Programa tiene como objetivo generar una batería de actuaciones para estimular a la cadena de comercialización emisiva a que incorpore y/o diversifique (cuando corresponda) los productos turísticos de la Provincia de Catamarca en sus ofertas a los turistas, en todas sus formas.

PROGRAMA DE MARKETING CON LA PRENSA

Este Programa tiene como objetivo generar “publicity” a partir del conocimiento de primera mano que los editores y periodistas de medios generales regionales, nacionales e internacionales y los editores y periodistas de medios especializados nacionales e internacionales tengan con el destino.

PROGRAMA DE SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING

Este Programa tiene como objetivo realizar un seguimiento de la puesta en marcha, desarrollo y resultados obtenidos de las acciones de marketing propuestas en este plan generando informes semestrales que permitan repetir las en el futuro, potenciarlas, discontinuarlas o realizar ajustes en las mismas en caso de ser necesario.

En síntesis, el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Catamarca plantea:

2 PROGRAMAS ESPECIALES

5 POLOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

6 MACRO PROGRAMAS

26 PROGRAMAS

113 PROYECTOS

Y MÁS DE 350 ACCIONES

**QUE TRANSFORMARÁN A CATAMARCA EN UNO DE LOS PRINCIPALES
DESTINOS TURÍSTICOS DE LA ARGENTINA**