



Maestría en Administración de Negocios

Gestión Empresarial y Marketing

"Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios:

Un Enfoque Innovador para Campo Quijano"

Lic. René Alejandro Ramos

Salta, Setiembre 2024

Trabajo Final de Graduación

Gestión Empresarial y Marketing:

"Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios:

Un Enfoque Innovador para Campo Quijano".

ABSTRAT

La tesis "*Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios: Un Enfoque Innovador para Campo Quijano*" se centra en la creación de un marco estratégico integral que tiene como objetivo posicionar a Campo Quijano como un destino turístico y comercial competitivo y sostenible, tanto en el ámbito provincial como nacional. A través de un enfoque holístico que une las estrategias de desarrollo turístico con los principios de negocios innovadores, esta investigación aborda los desafíos y oportunidades que enfrenta la localidad para diversificar y fortalecer su oferta turística, mientras se fomenta el crecimiento económico local.

El estudio parte de la hipótesis de que la sinergia entre el turismo y los negocios, apoyada por una gestión eficiente y colaborativa, es el motor clave para el desarrollo sostenible de Campo Quijano. En este sentido, se proponen estrategias que integran el marketing turístico, la digitalización, la personalización de experiencias, la sostenibilidad y la creación de alianzas estratégicas entre los actores empresariales y turísticos. La investigación también destaca la importancia de la innovación, el desarrollo de productos diferenciados y la capacidad de adaptarse a las tendencias globales para garantizar la competitividad en el mercado turístico actual.

Además de la fundamentación teórica, esta tesis valida la hipótesis mediante la implementación de acciones concretas. Durante el desarrollo del trabajo, se llevaron a cabo una serie de eventos, talleres, ferias gastronómicas, actividades de astroturismo, y capacitaciones de hospitalidad, que materializan las estrategias propuestas.

Estas iniciativas no solo demostraron la efectividad de las estrategias planteadas, sino que también reforzaron la importancia de la colaboración interempresarial y el involucramiento de la comunidad local en la promoción y fortalecimiento del destino. A través de estas actividades, Campo Quijano logrará mejorar su visibilidad y atractivo turístico, generando nuevas oportunidades para el desarrollo económico y social de la región.

Los resultados obtenidos a lo largo de este proceso evidencian que la combinación de una oferta turística innovadora con una estructura empresarial sólida y colaborativa es fundamental para el crecimiento sostenido de la actividad turística en Campo Quijano. La tesis concluye que el éxito a largo plazo de la localidad como destino turístico, depende de la capacidad de sus actores para implementar y adaptar estas estrategias en función de los cambios en el mercado, la demanda de los turistas y las oportunidades emergentes.

En conclusión, la investigación no solo ofrece un análisis profundo de la situación actual del turismo en Campo Quijano, sino que también presenta una hoja de ruta detallada para su futuro desarrollo. Al adoptar un enfoque integrado de turismo y negocios, Campo Quijano se consolidará como un destino turístico y comercial líder en la provincia de Salta, garantizando así un crecimiento económico sostenible que beneficie tanto a los residentes locales como a los visitantes.



FACULTAD ESCUELA DE NEGOCIOS
Carrera Maestría en Administración de Negocios
RESOLUCIÓN DE FACULTAD N° 312/2023

En la Ciudad de Salta, Capital de la Provincia del mismo nombre, República Argentina, sede del Anexo Centro de la Universidad Católica de Salta, sita en Pellegrini 790 a los veinte días del mes de octubre del año dos mil veintitrés.

VISTO: La presentación inicial del Trabajo de Graduación del estudiante **RAMOS, Rene Alejandro DNI N° 17.309.294** de la carrera Maestría en Administración de Negocios, Expediente N° 28589/2023,

CONSIDERANDO: Que tal solicitud se enmarca en el Reglamento de Trabajo Final - Tesis de las Carreras de Posgrado, aprobado por Resolución Rectoral N° 960/2021,

Que la dirección de la carrera aceptó el tema y al director propuesto.

Por ello:

EL DECANO DE LA FACULTAD ESCUELA DE NEGOCIOS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°: Aprobar el **Tema:** “Marketing Turístico. Estrategias de desarrollo turístico y de negocios: un enfoque innovador para Campo Quijano” del Trabajo de Graduación propuesto por el estudiante mencionado.

ARTÍCULO 2°: Aceptar como directora del trabajo de graduación a la Mg. Nadia Verónica Loza. DNI.: 28.543.879

ARTÍCULO 3°: Comunicar a Secretaría General y a los interesados.

ARTÍCULO 4°: Disponer su registro y archivo.

INTERVINE
Laura
Rodriguez

DEDICATORIAS

A mis padres Feliciano y Berta que nunca dejaron de creer en mis locuras...

A mi hermosa familia Hermanos Pablo y José y Cuñaditas “Comagritas”...

A mis Amigos del Alma... que me demostraron que la Magia y la Pasión existen ...

A mi Querida Nadia... Directora de este Trabajo...

A Luisa Mabel que me inspiró a terminar el final...

Los que estamos en Turismo podemos hacer dos cosas...

Crear Fantasías para disimular realidades

Ó

Crear REALIDADES para cumplir FANTASÍAS!!!

INDICE

Presentación.....	Pág. 8
Fundamentación Teórica.....	Pág. 10
Problema de Investigación.....	Pág. 14
Objetivos	Pág. 15
Marco Teórico.....	Pág. 16
Perspectiva de Expertos en Organización de Congresos & Eventos.....	Pág. 22
Perspectiva de la Prensa Turística Especializada.....	Pág. 25
Estrategias Metodológicas.....	Pág. 33
Estrategias de Investigación.....	Pág. 34
Marketing Turístico: Definición.....	Pág. 36
Aplicación en Campo Quijano.....	Pág. 38
Gestión de los Destinos Turísticos.....	Pág. 40
Gestión Empresarial.....	Pág. 46
Comunicación y Relaciones Públicas.....	Pág. 50
Colaboración Institucional.....	Pág. 57
Modelo de Joseph Chías.....	Pág. 62

Capítulo I: El diagnóstico Situacional

Importancia del Diagnóstico Situacional en el Desarrollo Turístico.....	Pag. 65
Situación del Turismo Internacional después de la pandemia.....	Pág. 70
Análisis PESTEL del Turismo Internacional.....	Pág. 73
Situación del Turismo Nacional Argentino.	Pág. 83
Análisis PESTEL del Turismo Nacional Argentino.....	Pág. 88
Situación del Turismo Provincial en Salta.....	Pág. 91
Análisis PESTEL del Desarrollo actual del turismo provincial.....	Pág. 96
Situación del turismo municipal de Campo Quijano.....	Pág. 103
Análisis PESTEL del Desarrollo Actual del Turismo en Campo Quijano....	Pág. 111
Fortalecimiento Territorial y Desarrollo Sostenible en Campo Quijano.....	Pág. 114

Análisis de la Oferta Turística del Municipio.....	Pág. 117
Modelo de Situación Actual.....	Pág. 151
Actividades Económicas en Campo Quijano.....	Pág.153
Impacto de la Infraestructura Turística en Campo Quijano.....	Pág.165
El análisis FODA del Municipio.....	Pág.172

Capítulo II: La Formulación Estratégica

Problemas y Objetivos.....	Pág.183
Lineamientos estratégicos y proyectos de desarrollo.....	Pág.189
La Visión y la Misión.....	Pág. 191
Objetivos Principal.....	Pág. 196
Valoración turística del municipio de campo Quijano.....	Pág. 200
Análisis del Posicionamiento actual de Campo Quijano.....	Pág. 204
Imagen que proyecta Campo Quijano al potencial turista.....	Pág. 207
Estrategia de Comunicación y Material Promocional.....	Pág. 208

Capítulo III: Conclusiones Finales

Implementación Estratégica en Turismo y Negocios.....	Pág. 211
Ejemplificación de acciones.....	Pág.226
Conclusiones Finales.....	Pág. 258
Bibliografía.....	Pág. 265
Anexos.....	Pág. 270

1.- PRESENTACIÓN

El presente trabajo final para la obtención del grado de Maestría en Administración de Negocios se titula “*Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios: Un Enfoque Innovador para Campo Quijano*”. Este estudio se centra en la gestión empresarial aplicada al turismo, con un enfoque particular en el diseño e implementación de estrategias de desarrollo y marketing turístico que posicionen al Municipio de Campo Quijano como un destino de referencia dentro de la Provincia de Salta.

El contexto en el que se desarrolla esta investigación está marcado por la creciente importancia del turismo como motor de desarrollo económico y social en las regiones rurales y periurbanas de Argentina. En este sentido, Campo Quijano, ubicado en el Departamento de Rosario de Lerma, de la Provincia de Salta, se presenta como una localidad con un gran potencial turístico debido a su rica oferta natural, cultural y patrimonial. Sin embargo, este potencial aún no fue plenamente explotado, lo que hace necesario el desarrollo de estrategias innovadoras que permitan maximizar sus oportunidades de crecimiento y competitividad en el mercado turístico.

El objetivo general de este trabajo final es crear las estrategias de desarrollo turístico y de negocios innovadoras y efectivas para Campo Quijano, que no solo se inserte en la oferta turística tradicional de la Provincia de Salta, sino que también potencie el atractivo de la localidad a través de la integración de actividades turísticas, culturales, deportivas y científicas. De esta manera, se busca no solo aumentar la afluencia de turistas, sino también generar un impacto positivo y sostenible en la economía local.

Recordemos que la hipótesis central de este estudio plantea que la aplicación eficiente de estrategias de gestión empresarial enfocadas en el marketing turístico y la colaboración entre empresas locales en el Municipio de Campo Quijano, resultará en un aumento significativo de la visibilidad del destino en los circuitos turísticos tradicionales de la Provincia de Salta. Este enfoque empresarial innovador se espera que genere un mayor flujo de turistas y contribuya al crecimiento sostenible de la economía local, posicionando a Campo Quijano como un destino turístico de referencia en la región.

El proyecto de investigación se llevó a cabo mediante una combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos, utilizando técnicas de recolección de datos como entrevistas, encuestas y observación directa. La metodología propuesta se estructuró en torno a tres fases clave: **1.- Diagnóstico, 2.- Formulación Estratégica y 3.- Plan de Acción**, siguiendo un modelo adaptado de Joseph Chias, que se considera adecuado para la realidad de Campo Quijano.

El desarrollo de este trabajo final de graduación, no solo se propone como un aporte académico al campo de la administración de negocios con enfoque turístico, sino que también busca ofrecer soluciones prácticas y aplicables que puedan ser implementadas por las autoridades locales y los actores del sector turístico privado en Campo Quijano. La investigación pretende, además, generar un modelo replicable que sea adaptable a otras regiones con características similares, contribuyendo así al desarrollo turístico sostenible en Argentina.

A lo largo del documento, se presentarán análisis detallados, estrategias innovadoras y recomendaciones prácticas que buscan transformar a Campo Quijano en un destino turístico competitivo y atractivo, promoviendo un crecimiento económico sostenido y un desarrollo integral de la comunidad local.

- **Tema:**

El tema central es la *Gestión Empresarial y Marketing: "Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios: Un Enfoque Innovador para Campo Quijano"*, con una visión específica en el desarrollo turístico y de negocios empresariales, aportando la expertice de las Comunicaciones en el Municipio de Campo Quijano – Departamento de Rosario de Lerma – Provincia de Salta.

- **Área del Conocimiento y Ámbito de Aplicación:**

Se enmarca en el área del conocimiento de la Gestión de Empresas Turísticas y Marketing, con un enfoque específico en el Marketing Turístico y su integración con las Comunicaciones Sociales y las Relaciones Públicas. Se presenta así un campo interdisciplinario que abarca conceptos y prácticas relacionadas con la administración de empresas en la industria turística. Esta gestión empresarial implica la planificación, organización, dirección y control de recursos y actividades para alcanzar éxito y sostenibilidad Turística.

Esta perspectiva interdisciplinaria se vuelve fundamental para abordar la falta de visibilidad de Campo Quijano en los circuitos turísticos tradicionales de la Provincia de Salta.

La integración de las comunicaciones sociales y las relaciones públicas en el contexto del marketing turístico representa un enfoque innovador y esencial para esta investigación. Estas disciplinas desempeñan un papel clave en la promoción y difusión efectiva de las estrategias de marketing turístico propuestas. La capacidad de comunicar de manera estratégica y auténtica, así como establecer conexiones sólidas con los diferentes públicos objetivo, es vital para atraer turistas y desarrollar una imagen positiva de Campo Quijano como destino.

Además, el contexto de aplicación de esta investigación se extiende más allá del ámbito académico y se integra plenamente con el entorno empresarial y comunitario. Quién suscribe, al formar parte de la **Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano**, tiene un acceso privilegiado a la realidad local y una participación activa en el desarrollo de la **Cultura Empresarial** en un municipio emergente en el campo turístico. Esto implica que se logró una colaboración estrecha con actores locales, la implementación de estrategias directamente en el terreno y un compromiso sólido con el crecimiento sostenible de la comunidad.

2.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La Gestión Empresarial Turística se basa en una serie de conceptos y teorías fundamentales:

- a.- Satisfacción del Cliente:** Uno de los pilares de la gestión empresarial turística es la satisfacción del cliente. Autores como Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) desarrollaron el modelo de calidad de servicio SERVQUAL (1), que se utiliza para medir y mejorar la satisfacción del cliente en el sector de servicios, incluido el turismo.

- b.- Marketing Turístico:** El marketing turístico se enfoca en la promoción de destinos y servicios turísticos. Autores como Philip Kotler y Kevin Lane Keller (2016) (2) desarrollan una base sólida para comprender los principios del marketing aplicados al turismo.

c.- **Desarrollo Turístico Sostenible**: La sostenibilidad es una preocupación creciente en el turismo. Autores como C. Michael Hall (2008) (3) exploran la importancia de equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno y la cultura local.

d.- **Gestión de Destinos Turísticos**: La gestión efectiva de destinos es fundamental para maximizar el potencial turístico. Autores como Dimitrios Buhalis (2000) (4) investigaron la gestión estratégica de destinos turísticos.

3.- **APORTE EMPRESARIAL TURÍSTICO**

Este trabajo Final de Graduación contribuirá al campo de la Gestión Empresarial Turística al abordar la problemática específica de Campo Quijano y proponer estrategias de desarrollo turístico y de negocios innovadores y efectivos. El núcleo central de la investigación es generar un conjunto de estrategias que permitan superar la falta de visibilidad en los circuitos turísticos tradicionales de la Provincia de Salta y aumentar el flujo de turistas hacia Campo Quijano.

El aporte empresarial se basará en:

a.- **Identificación de Oportunidades de Negocios**: El estudio identificará oportunidades específicas para el desarrollo de empresas turísticas en Campo Quijano, aprovechando su potencial turístico y recursos.

- b.- Creación de Productos y Experiencias Turísticas:** Se diseñarán productos y experiencias turísticas atractivos que satisfagan las necesidades de diferentes segmentos de turistas. Poniendo un especial énfasis en las Experiencias Inmersivas de acuerdo a las últimas tendencias mundiales. Ej: Salta Gaucha y Salta Andina. Cena a la Luz de las Velas. Astroturismo.
- c.- Promoción Efectiva:** Se desarrollarán estrategias de promoción innovadoras y efectivas que potencien la visibilidad de Campo Quijano como destino turístico.
- d.- Fomento de la Cultura Empresarial:** Se promoverá la colaboración entre las empresas locales y la comunidad empresarial para impulsar el crecimiento económico y la sostenibilidad. Se pretende instalar la Excelencia en Networking de contactos empresariales.

Este escenario académico no solo contribuirá al desarrollo del crecimiento económico del Municipio Campo Quijano, sino que también enriquecerá el conocimiento en el campo de la gestión empresarial turística al ofrecer soluciones específicas y aplicables a un destino turístico emergente en una región en desarrollo, que tiene amplias posibilidades de progreso.

En resumen, el trabajo se adentrará en el cruce de la Gestión Empresarial Turística, el Marketing, las Comunicaciones Sociales, las Relaciones Públicas y la valiosa experiencia adquirida en el campo de la Prensa Turística Especializada, ya desde hace más de 20 años, y tendrá un impacto tangible en el desarrollo de Campo Quijano como destino turístico emergente y en la promoción de una cultura empresarial sólida en la región.

4.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

El problema central que esta Tesis aborda es la falta de visibilidad de Campo Quijano en los circuitos turísticos tradicionales de la Provincia de Salta, lo que resulta en un bajo flujo de turistas que eligen este Municipio, con la gran cantidad de atractivos naturales y culturales que cuenta. Esta problemática fue objeto de estudio y preocupación en la comunidad académica y la industria turística en general.

Según Philip Kotler, uno de los principales expertos en marketing, *"la falta de visibilidad es un desafío común para muchas localidades que intentan destacarse en la industria del turismo"* (5). Esta falta de visibilidad se debe a la falta de estrategias de marketing efectivas que resalten las características únicas de la localidad y atraigan la atención de los posibles visitantes.

Por otro lado, Peter U. C. Dieke (2013), en su obra "Marketing of Tourism Destinations in Africa", destaca "la importancia de desarrollar estrategias de marketing turístico que se adapten a las características y recursos específicos de cada destino, enfatizando la necesidad de una promoción efectiva para superar la falta de visibilidad" (6).

En el contexto del Municipio, se observa que, a pesar de su potencial turístico, las actividades y estrategias de promoción para atraer a las diferentes corrientes turísticas **son insuficientes**. Esto se evidencia en el bajo flujo de turistas y la falta de reconocimiento en los circuitos turísticos regionales y nacionales. Un claro ejemplo de ello, es la sensación de los habitantes locales: *"- Los Turistas pasan de largo para la puna andina"*. Impresión causada por la cantidad de turistas que asisten en colectivos y autos particulares, a la famosa excursión del Tren a las Nubes en San Antonio de los Cobres, o continuarán para las Salinas Grandes en Jujuy.

La falta de visibilidad de Campo Quijano también se relaciona con la ausencia de una estrategia de comunicación adecuada, se debe realizar un arduo trabajo para sensibilizar a los medios de prensa locales, sobre la importancia del Turismo y el Comercio. Como menciona Philip J. Kitchen en "Marketing Communications: Principles and Practice", "la comunicación efectiva es esencial para destacar en un mercado saturado y competitivo" (7), lo que se aplica directamente a la problemática del Municipio.

Por lo tanto, esta Tesis Final de Graduación, se propone abordar este problema a través de la investigación, el diseño de estrategias de marketing turístico y la implementación de actividades innovadoras que promuevan la visibilidad de Campo Quijano, en la industria turística y generen un mayor flujo de turistas al Municipio, conocido como "*El Portal de los Andes*".

5.- OBJETIVOS:

Objetivo General:

- Crear una serie de Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios, innovadoras y efectivas para el Municipio de Campo Quijano, que se inserte en la oferta turística tradicional de la Provincia de Salta.

Objetivo Específico:

- Diseñar actividades turísticas, culturales, deportivas y científicas para atraer a diferentes tipos de prospectos turistas.

6.- MARCO TEÓRICO:

El marco teórico y conceptual de este Trabajo de Graduación proporciona la base intelectual y teórica desde la cual se aborda el problema de investigación y se desarrollan los objetivos propuestos. Este marco se compone de una selección de teorías y conceptos que se relacionan directamente con el Marketing Turístico, el Desarrollo de Destinos, las acciones de la Prensa Turística Especializada y las Estrategias Empresariales, en el contexto del Municipio de Campo Quijano.

Hipótesis

"La aplicación eficiente de estrategias de gestión empresarial enfocadas en el marketing turístico y la colaboración entre empresas en el Municipio de Campo Quijano resultará en un aumento significativo de la visibilidad del destino en los circuitos turísticos tradicionales de la Provincia de Salta. Este enfoque empresarial innovador generará un mayor flujo de turistas y contribuirá al crecimiento sostenible de la economía local, posicionando a Campo Quijano como un destino turístico de referencia en la región".

Esta hipótesis se basa en la premisa de que la gestión empresarial efectiva en el ámbito turístico, que incluye la planificación estratégica, la optimización de recursos y la colaboración entre empresas locales, desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y la sostenibilidad de Campo Quijano como destino turístico.

Este Trabajo final de Graduación se centrará en evaluar y respaldar esta hipótesis mediante un análisis en profundidad de las estrategias empresariales implementadas y su impacto en el desarrollo del municipio.

Teorías y Enfoques Clave:

A.- Marketing Turístico: El marketing turístico se enfoca en la promoción y comercialización de destinos turísticos para atraer a turistas y aumentar su visibilidad. Autores como Philip Kotler y Kevin Lane Keller (Kotler y Keller, "*Marketing Management*", Editorial Pearson Año 2016), (8) proporcionan un marco fundamental para comprender los principios del marketing aplicados al turismo.

Poniendo como ejemplo a las localidades de la Quebrada del Toro, El Encón, La Silleta o Campo Quijano, podemos explorar cómo las estrategias de marketing turístico transformaron otros destinos similares en regiones turísticas exitosas. El estudio de casos de estas localidades permitirá identificar estrategias efectivas que pueden ser adaptadas al Municipio de Campo Quijano.

B.- Desarrollo Turístico Sostenible: La sostenibilidad es esencial en el contexto actual del turismo. Autores como Philip Kotler y Kevin Lane Keller (Kotler y Keller, "*Marketing Management*," Editorial Pearson (Año 2016) (9), exploran la importancia de equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno y la cultura local.

Mediante un análisis detallado de cómo otros destinos implementaron prácticas de desarrollo turístico sostenible, se pueden extraer lecciones y estrategias aplicables a Campo Quijano para garantizar que el crecimiento turístico sea sostenible a largo plazo. Y más aún, teniendo en cuenta el acelerado crecimiento que se avizora con el tema de la minería.

C.- Gestión de Destinos Turísticos: La gestión efectiva de destinos es fundamental para maximizar el potencial turístico. Autores como Dimitrios Buhalis - "*Marketing the Competitive Destination of the Future*" Editorial Tourism Management (Año 2000) Reino Unido (10) investigaron la gestión estratégica de destinos turísticos.

En este contexto, es crucial explorar cómo se aplicó la gestión de destinos en áreas geográficas similares a Campo Quijano y cómo estas estrategias contribuyeron al desarrollo turístico y empresarial. Estos ejemplos proporcionarán una base sólida para la formulación de estrategias de gestión de destino efectivas en "*El Portal de los Andes*".

El análisis y estudio de estas teorías y enfoques clave, en conjunto con ejemplos prácticos de otras localidades, enriquecerán la comprensión de cómo aplicar con éxito estrategias de marketing turístico, desarrollo turístico sostenible y gestión de destinos en el contexto específico de Campo Quijano. Esta base teórica y práctica será esencial para la creación de estrategias innovadoras y efectivas que impulsen el crecimiento turístico y empresarial en la región.

7.- MARCO CONCEPTUAL

En el marco conceptual, se definen y explican los conceptos clave que se utilizarán a lo largo de la investigación, brindando una base sólida para comprender y abordar los desafíos específicos del desarrollo turístico y empresarial en Campo Quijano:

7.1.- Potencial Turístico: Este concepto se refiere a las características únicas y atractivas de un destino que atraen a diferentes tipos de turistas. Incluye recursos naturales, culturales, históricos y patrimoniales que hacen que una región sea atractiva para los visitantes. En el contexto de Campo Quijano, el potencial turístico incluye su entorno natural en la Quebrada del Toro, su rica herencia cultural y la posibilidad de ofrecer experiencias auténticas a los visitantes.

Asimismo, cuenta con una herencia gauchesca muy importante dentro del Municipio, por ejemplo, se menciona en la actualidad a la *Agrupación de Gauchos “El Pialador”*, que tiene para toda Argentina, la ubicación a mayor altura 3.200 m.s.n.m en el Paraje Santa Rosa de Tastil.

7.2.- Estrategias de Desarrollo Turístico: Este concepto se refiere a las acciones planificadas y estratégicas destinadas a fomentar el crecimiento y la diversificación del turismo en una región. Incluye la identificación de oportunidades, la creación de nuevos productos turísticos, la promoción y la colaboración con partes interesadas locales. En el caso de Campo Quijano, estas estrategias se enfocarán en la creación de actividades turísticas, culturales, deportivas, gastronómicas y científicas que atraigan a una variedad de turistas.

Como ejemplo, se menciona la implementación de nuevos paquetes turísticos para su comercialización en el mercado empresario, como *“Salta Gaucha”* y *“Salta Andina”* y el reciente proyecto de Astroturismo, declarado de Interés Turístico Provincial *“Cielos Ancestrales de Tastil”*.

7.3.- Promoción Turística: La promoción turística se relaciona con las actividades destinadas a aumentar la visibilidad y la atracción de un

destino turístico. Esto abarca desde campañas de marketing y publicidad hasta la creación de una presencia en línea efectiva y la gestión de relaciones públicas. Para Campo Quijano, la promoción turística se centrará en destacar su singularidad como destino y en llegar a una audiencia más amplia de posibles visitantes.

Entre ellos el desarrollo de nuevas actividades de integración con otras regiones turísticas, por ejemplo, la implementación de la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente, actividad organizada con otros organismos interprovinciales, como así también la realización de **la II° Semana Mundial del Turismo**, en diferentes localidades del municipio.

7.4.- Cultura Empresarial: Este concepto se refiere a los valores, las prácticas y la mentalidad compartidos dentro de una comunidad empresarial. Implica la promoción de la innovación, el emprendimiento y la colaboración entre las empresas locales. En el contexto de Campo Quijano, el fomento de una cultura empresarial sólida es esencial para aprovechar las oportunidades del turismo y el desarrollo económico. Un dato llamativo que arrojaron las encuestas, entre ellos mismos no se conocen, lo que genera un poderoso sentido de no pertenencia.

Para ello mencionamos al autor Edgar H. Schein, "**Cultura Organizacional y Liderazgo**". (Año 2016) - Editorial Wiley - Nueva Jersey - Estados Unidos (11). En su libro de la 5° Edición explora en profundidad cómo la cultura dentro de las organizaciones influye en su capacidad para innovar, liderar y adaptarse a los cambios, temas que están alineados con el enfoque de la Cultura Empresarial que se busca instalar en la localidad de Campo Quijano.

Desde un tiempo a esta parte se trabaja mancomunadamente desde la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, junto a otras instituciones como la Cámara de Comercio e Industria de la provincia de

Salta, La Cámara Hotelera, Gastronómica y Afines de Salta y la Cámara de Turismo de la Provincia de Salta, para afianzar esta Cultura de Negocios que tanto necesita no solo la Provincia de Salta.

7.5.- Sostenibilidad: La sostenibilidad se refiere a la capacidad de desarrollar y crecer sin agotar los recursos naturales y culturales del área. En el caso de Campo Quijano, se garantizará que el crecimiento turístico y empresarial se realice de manera sostenible, preservando el entorno y la identidad cultural de la comunidad, para ello se hace sumamente necesario los diferentes estrados de capacitación a fin de estar todos alineados.

En este Municipio, la sostenibilidad es un aspecto crítico a considerar, especialmente en el contexto del desarrollo minero que se avecina en la región. La minería tendrá un impacto significativo en el entorno natural y la comunidad local, lo que destaca la importancia de una gestión responsable y sostenible de esta actividad.

La explotación minera debe llevarse a cabo siguiendo prácticas que minimicen los impactos ambientales y sociales negativos. Esto incluye la implementación de tecnologías y procesos que reduzcan la contaminación, la gestión adecuada de los desechos y la participación activa de la comunidad en la planificación y supervisión de las operaciones mineras.

Además, será esencial que los beneficios económicos derivados de la minería se reinviertan en la comunidad local y se utilicen para impulsar el desarrollo sostenible en áreas como el turismo, la infraestructura y la educación. Esta es una acción inmediata, ya que, al entrar en contacto con la comunidad entrevistada para este trabajo, en un 80 % manifestaron su malestar que no ven las inversiones en el Municipio.

En el marco de este Trabajo de Graduación de Maestría, se contemplará cómo el desarrollo minero puede coexistir con el desarrollo turístico sostenible en Campo Quijano y cómo se establecerán políticas y prácticas que equilibren estos dos sectores, garantizando la sostenibilidad a largo plazo de la región.

Para este aporte se rescata lo planteado en el libro *“Prácticas Mineras Sostenibles: Una Perspectiva Global”* cuyo autor A.P.G. Dikshit, Editorial: CRC Press (Año 2012) Estados Unidos (12), ofrece un enfoque integral sobre cómo lograr un equilibrio entre el desarrollo económico impulsado por la minería y el cuidado ambiental, no habla específicamente sobre el turismo, pero aporta elementos clave en la discusión sobre la sostenibilidad a largo plazo de las regiones mineras que buscan desarrollar el turismo, como Campo Quijano.

Perspectiva de los Expertos en Organización de Congresos & Eventos:

1.- Eventos como Atractivos Turísticos: Los expertos en organización de eventos se destacan cómo la planificación y ejecución de eventos, como congresos, conferencias, ferias y festivales, pueden convertirse en atractivos turísticos importantes para el Municipio. Asimismo, proporcionarán ejemplos de acontecimientos exitosos que atrajeron a nuevos visitantes e impulsaron la economía local en otras regiones.

En su trabajo, *“Turismo de Eventos: Conceptos, Casos Internacionales y Estudios de Investigación”* el autor Donald Getz - Editorial Cognizant Communication Corporation (Año 2019) Estados Unidos (13), proporciona ejemplos de eventos que transformaron pequeñas localidades en destinos turísticos atractivos, con un impacto económico significativo y un efecto duradero en la promoción de la cultura y las tradiciones locales. Este enfoque se aplica en justa medida, al caso de Campo Quijano para aprovechar el potencial de los eventos en la atracción de nuevos visitantes y en el impulso de la economía local.

Entonces se aplicará conceptos de marketing turístico y se proporcionan ejemplos específicos de eventos que funcionarían como atractivos turísticos en la región de Campo Quijano:

1.1.- Congresos y Convenciones: Organizar congresos y convenciones es una estrategia efectiva de marketing turístico. Estos eventos atraen a profesionales de diferentes industrias y pueden generar una gran demanda de alojamiento, restaurantes y servicios locales. Por ejemplo, Campo Quijano podría promoverse como un destino ideal para congresos sobre turismo sostenible, aprovechando su entorno natural y su oferta de espacios para eventos.

1.2.- Festivales Culturales: La organización de festivales culturales es otra forma de atraer visitantes. Estos eventos pueden destacar la cultura local, la música, la danza y la gastronomía. Por ejemplo, un festival de música folclórica en Campo Quijano atraerá a amantes de la música tradicional de todo el país, así como los países limítrofes.

1.3.- Competencias Deportivas: Las competencias deportivas, como carreras de montaña o ciclismo de montaña, pueden aprovechar el paisaje montañoso de Campo Quijano. Atraerán a atletas y entusiastas del deporte que deseen desafiarse en un entorno escénico.

1.4.- Eventos Científicos y Educativos: La región también puede ser anfitriona de eventos científicos y educativos, como simposios sobre ecología o talleres de conservación. Estos eventos atraerán a investigadores y estudiantes interesados en la biodiversidad de la zona.

2.- Colaboración Interinstitucional: Estos expertos enfatizan la importancia de la colaboración entre el sector público y privado para organizar eventos exitosos. La cooperación entre empresas locales, organismos gubernamentales y organizadores de eventos es esencial para el éxito a largo plazo.

Aquí ejemplificaremos de cómo aplicar conceptos de marketing turístico en el contexto de la colaboración interinstitucional en Campo Quijano:

La colaboración interinstitucional permite aprovechar recursos y experiencias de diversas organizaciones para promocionar un destino de manera efectiva. En el caso de Campo Quijano, la colaboración entre instituciones locales será un factor clave para impulsar el desarrollo turístico. Aquí daremos algunos ejemplos:

2.1.- Alianzas Estratégicas: Las instituciones locales, como la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, pueden establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y proveedores de servicios turísticos. Ahora con estas nuevas desregulaciones del Gobierno Nacional, juntos, pueden crear paquetes turísticos que incluyan alojamiento, actividades y experiencias locales, lo que facilitará la promoción y la venta de productos turísticos integrados.

2.2.- Promoción Conjunta: Las instituciones pueden colaborar en campañas de marketing conjuntas que promocionen Campo Quijano como destino. Esto incluiría campañas publicitarias en línea, en medios impresos y en redes sociales, con un mensaje unificado y atractivo que resalte los aspectos únicos del lugar.

2.3.- Eventos Colaborativos: Organizar eventos colaborativos, como ferias turísticas, festivales o conferencias, atraerán a un público diverso y aumentarán la visibilidad del destino. Las instituciones pueden contribuir con recursos y conocimientos especializados para que estos eventos sean un éxito.

2.4.- Capacitación y Formación: La capacitación de los actores locales en gestión empresarial y marketing turístico será una forma efectiva de mejorar la calidad de los servicios y experiencias ofrecidas en Campo Quijano. Las instituciones pueden ofrecer programas de formación en temas como servicio al cliente, marketing digital y gestión hotelera.

2.5.- Feedback y Evaluación: La colaboración interinstitucional también implica la comunicación constante y la evaluación de resultados. Las instituciones deben recopilar feedback de turistas y residentes locales para ajustar continuamente las estrategias de marketing y mejorar la experiencia del visitante.

2.6.- Creación de Redes de Negocios: Fomentar la creación de redes entre empresas locales fortalecerá la oferta turística de Campo Quijano. Por ejemplo, restaurantes pueden colaborar con productores locales para ofrecer alimentos frescos y auténticos, creando experiencias gastronómicas únicas para los visitantes.

En resumen, la colaboración interinstitucional en Marketing Turístico en Campo Quijano ayudará a maximizar el impacto de las estrategias de promoción y a ofrecer experiencias memorables a los turistas. Al trabajar juntos, las instituciones locales fortalecerán la marca del destino y atraerán a un público diverso.

Perspectiva de la Prensa Turística Especializada:

- 1.- **Comunicación y Promoción:** Los profesionales de la Prensa Turística Especializada resaltarán el papel esencial de la comunicación y la promoción en el posicionamiento de un destino turístico. Pueden proporcionar ejemplos de cómo una cobertura mediática positiva puede aumentar la visibilidad de Campo Quijano y atraer la atención de los medios de comunicación nacionales e internacionales.

La comunicación y promoción efectivas son fundamentales en el marketing turístico para atraer la atención de los turistas y promover un destino de manera atractiva. En Campo Quijano, estas estrategias pueden utilizarse para resaltar sus atractivos y experiencias únicas. Aquí hay ejemplos de cómo aplicar conceptos de marketing turístico:

- 1.1.- **Desarrollo de una Marca Turística:** Campo Quijano debe desarrollar una marca turística sólida que refleje sus valores y atractivos. Esta marca transmitirá una historia atractiva y auténtica sobre el destino, lo que incluye su cultura local, su entorno natural y sus actividades. Ejemplo: *"Campo Quijano: Donde Tradición y Naturaleza se Encuentran"*.
- 1.2.- **Marketing de Contenido:** Crear contenido turístico de calidad es esencial. Esto incluye la producción de videos promocionales, blogs de viajes, publicaciones en redes sociales y sitios web informativos. Ejemplo: Publicar videos en línea que muestren las bellezas naturales de Campo Quijano y las experiencias que los visitantes pueden disfrutar.

- 1.3.- **Uso de Redes Sociales**: Las redes sociales son una herramienta poderosa para llegar a un público más amplio. Campo Quijano puede utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Twitter para compartir fotos, historias y promociones especiales. Ejemplo: Crear un concurso de fotografía en Instagram que anime a los visitantes a compartir sus imágenes favoritas del destino con un hashtag específico.
- 1.4.- **Colaboración con Influencers**: Es fundamental contar en el destino turístico con influencers de viajes y bloggers, esto amplificará el alcance de la promoción. Invitar a influencers a visitar Campo Quijano y compartir sus experiencias en sus canales, atraerá a nuevos seguidores. Ejemplo: Invitar a un popular blogger de viajes a explorar la región y crear contenido en sus plataformas. Detalle importante, cuando se menciona la invitación, esto implica ***INVITACIÓN SIN COSTO*** para el influencers, aclarar esto ya que encontramos empresarios que afirman férreamente ***“La Prensa es un Costo”***.
- 1.5.- **Eventos Promocionales**: Organizar eventos promocionales, como ferias turísticas o experiencias de puertas abiertas, generará interés en Campo Quijano. Estos eventos pueden agasajar a la cultura local, la gastronomía y las actividades turísticas. Ejemplo: Un ***“Festival de la Tradición Quijaneña”*** que destaque la cultura, la música y la comida de la región.
- 1.6.- **Programas de Lealtad y Descuentos**: Ofrecer programas de lealtad y descuentos para visitantes recurrentes puede incentivar la repetición de visitas. Esto implica un trabajo sumamente prolijo desde la actividad privada que concuerden tarifas con descuentos por x cantidad de personas y corresponde al Municipio la publicidad masiva.

2.- Narrativa y Contenido Turístico: Pueden hablar sobre la importancia de contar historias atractivas sobre el destino. La creación de contenido turístico de calidad, ya sea en forma de artículos, videos, blogs o redes sociales, asimismo influir en la percepción de Campo Quijano como un destino turístico emocionante.

La narrativa y el contenido turístico son herramientas esenciales en el marketing turístico para contar historias cautivadoras que atraigan a los turistas y los sumerjan en la experiencia del destino. En Campo Quijano, la narrativa y el contenido pueden destacar los aspectos únicos y emocionantes del lugar. Estos son ejemplos de cómo aplicar estos conceptos:

2.1.- Identificación de Historias Únicas: Campo Quijano puede identificar historias únicas relacionadas con su cultura, historia, patrimonio y belleza natural. Esto incluiría leyendas locales, eventos históricos significativos o experiencias memorables de viajeros. Ejemplo: *"La Leyenda del Tren a las Nubes: Explorando la Historia Ferroviaria de Campo Quijano"*.

2.2.- Creación de Itinerarios Temáticos: Desarrollar itinerarios temáticos que guíen a los turistas a través de experiencias específicas. Estos itinerarios pueden estar relacionados con la gastronomía local, la música folclórica, la aventura al aire libre o la observación de aves. Ejemplo: *"Ruta Gastronómica de Campo Quijano: Sabores y Tradiciones"*.

2.3.- Uso de Elementos Visuales: El contenido visual, como fotografías y videos de alta calidad, es fundamental para captar la atención de los viajeros. Campo Quijano destacará su paisaje montañoso, su arquitectura pintoresca y su cultura vibrante a través de imágenes impactantes.

Ejemplo: Publicación de fotografías en redes sociales que muestren los picos nevados de las montañas que rodean Campo Quijano.

2.4.- Testimonios de Viajeros: Incluir testimonios y reseñas de viajeros anteriores generará confianza en futuros visitantes. Campo Quijano puede recopilar historias de personas que tuvieron experiencias memorables en la región y compartir sus relatos en línea y en materiales promocionales. Ejemplo: Publicar en el sitio web de Campo Quijano testimonios de turistas que disfrutaron de actividades como el senderismo en la Quebrada del Toro.

2.5.- Creación de Blogs y Artículos de Viaje: Campo Quijano puede patrocinar blogs de viajes y escritores que cuenten historias sobre sus experiencias en la región. Los blogs y artículos de viaje incluirían consejos de viaje, descripciones de actividades y recomendaciones para los visitantes. Ejemplo: Colaboración con un bloguero de viajes para que escriba un artículo detallado sobre las atracciones y experiencias en Campo Quijano.

2.6.- Contenido Educativo: Ofrecer contenido educativo que informe a los visitantes sobre la historia, la ecología y la cultura local enriquecerá su experiencia. Ejemplo: Publicar en el sitio web de Campo Quijano una sección educativa que explique la importancia de la conservación del ecosistema montañoso de la región.

La narrativa y el contenido turístico efectivos enriquecerán la experiencia de los visitantes y les permitirán conectarse emocionalmente con Campo Quijano. Al contar historias auténticas y cautivadoras, el destino se destacará y atraerá a turistas que buscan vivir experiencias significativas en su viaje.

3.- Medición de Impacto: Los profesionales de la Prensa Turística Especializada pueden abordar la medición del impacto de la cobertura mediática en el flujo de turistas. Pueden discutir métricas clave, como el aumento en las búsquedas en línea, el tráfico del sitio web y la llegada de visitantes como resultado de la cobertura mediática.

La medición de impacto es crucial en el marketing turístico para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes según los resultados obtenidos. En Campo Quijano, la medición de impacto ayudará a entender cómo las iniciativas de promoción están afectando al destino y su desarrollo. Ejemplos de cómo aplicar conceptos de marketing turístico en la medición de impacto:

3.1.- Seguimiento de Visitantes: Utilizar herramientas de análisis de visitantes y contadores de turistas para realizar un seguimiento de la cantidad de visitantes que llegan a Campo Quijano. Esto incluye el monitoreo de los picos de visitas en diferentes épocas del año y la procedencia de los turistas.

Ejemplo: Implementar un sistema de conteo de turistas en los puntos de entrada al municipio y registrar el número de visitantes mensualmente.

3.2.- Encuestas de Satisfacción: Realizar encuestas de satisfacción entre los turistas para evaluar su experiencia en Campo Quijano. Esto incluirá preguntas sobre la calidad de los servicios, la hospitalidad local y las actividades disponibles.

Ejemplo: Enviar encuestas por correo electrónico a los visitantes después de su estadía y analizar los comentarios y calificaciones para identificar áreas de mejora.

3.3.- Medios Sociales y Análisis en Línea: Utilizar herramientas de análisis de redes sociales para medir el impacto de las campañas en línea. Esto incluye el seguimiento de las interacciones en las redes sociales, como likes, comentarios y compartidos, así como el tráfico generado hacia el sitio web de Campo Quijano.

Ejemplo: Analizar el aumento en la cantidad de seguidores en las redes sociales y la participación en las publicaciones después de una campaña de promoción específica.

3.4.- Reservas y Ocupación Hotelera: Medir las reservas de alojamiento y la ocupación hotelera en Campo Quijano. Esto proporciona información sobre la demanda de alojamiento y cómo varía a lo largo del año.

Ejemplo: Registrar el porcentaje de ocupación hotelera en los diferentes establecimientos y compararlo con años anteriores.

3.5.- Impacto Económico: Realizar estudios de impacto económico para evaluar cómo el turismo contribuye al crecimiento económico local. Esto incluye la medición de ingresos generados, empleo creado y gasto turístico en la comunidad.

Ejemplo: Contratar una firma de consultoría económica que realice un estudio que analice el impacto económico/turístico en Campo Quijano.

3.6.- Seguimiento de Palabras Clave: Utilizar herramientas de análisis de palabras clave para evaluar el rendimiento de la presencia en línea de Campo Quijano. Esto incluye el seguimiento de las palabras clave relacionadas con el destino y su posición en los motores de búsqueda.

Ejemplo: Realizar un seguimiento de las palabras clave relacionadas con turismo en Campo Quijano y evaluar si el sitio web del destino aparece en los primeros resultados de búsqueda.

La medición de impacto permite a Campo Quijano tomar decisiones informadas sobre las estrategias de marketing turístico y ajustarlas según sea necesario para maximizar los beneficios económicos y sociales del turismo en la región.

Integrar estas perspectivas en el marco conceptual, permite una comprensión de cómo el marketing turístico y la gestión empresarial aprovechan el potencial de Campo Quijano como destino turístico y de eventos, y cómo la colaboración con expertos en organización de eventos y la Prensa Especializada desempeñan un papel estratégico en el proceso.

Este marco conceptual proporciona una base sólida para la comprensión de los conceptos clave que se explorarán y aplicarán a lo largo de la investigación. Cada concepto es esencial para abordar los desafíos específicos de Campo Quijano y para desarrollar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento turístico y empresarial en la región.

7.- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

La elección del paradigma de investigación científica (enfoque o lógica) a adoptar en una tesis de Maestría en Administración de Negocios es un paso crucial que determinará la metodología de investigación a seguir. Aquí, considerando la naturaleza multidisciplinaria de esta investigación, adoptará un enfoque cuanti-cualitativo, también conocido como enfoque mixto o triangulación metodológica.

Fundamentación:

7.1.- Complementariedad: Este enfoque cuanti-cualitativo nos permitirá combinar la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. Dado que la investigación involucra tanto aspectos cuantitativos (como el análisis de datos estadísticos relacionados con el turismo) como aspectos cualitativos (como la comprensión de las percepciones y experiencias de la comunidad local y los turistas), un enfoque mixto brinda una mayor profundidad y riqueza en la investigación.

7.2.- Explicación y Comprensión: Este trabajo tiene un objetivo explicativo (entender por qué Campo Quijano no está incluido en los circuitos turísticos tradicionales) y un objetivo de desarrollo (diseñar estrategias para mejorar la visibilidad). Un enfoque cuanti-cualitativo nos permitirá recopilar datos cuantitativos para analizar tendencias y patrones, así como datos cualitativos para comprender las motivaciones y percepciones de las partes interesadas. Esto es esencial para lograr una comprensión completa del problema y diseñar soluciones efectivas.

7.3.- Flexibilidad: La triangulación metodológica nos brinda flexibilidad para adaptar el enfoque de investigación a las necesidades específicas de cada

aspecto de este proyecto. Se pueden utilizar métodos cuantitativos, como encuestas, para medir el flujo de turistas y datos económicos, al mismo tiempo que emplearemos métodos cualitativos, como entrevistas o grupos focales, para explorar las perspectivas y experiencias de los actores clave.

7.4.- Validación Cruzada: Al utilizar múltiples métodos de investigación, se puede realizar una validación cruzada de los resultados, lo que aumenta la validez y la fiabilidad de los hallazgos. Esto es particularmente valioso en una investigación que busca causas y soluciones multifacéticas al elaborar esta investigación.

En resumen, la elección de un enfoque cuanti-cualitativo nos permitirá abordar de manera efectiva los objetivos de este trabajo de investigación, que incluyen tanto la comprensión de la problemática como la propuesta de soluciones innovadoras en el campo del marketing turístico y el desarrollo empresarial para el Municipio de Campo Quijano.

ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN:

A continuación, se desarrollan las estrategias de investigación en función del enfoque cuanti-cualitativo y se proporcionarán ejemplos de técnicas de investigación que se utilizarán en cada caso:

Dado que la investigación adopta un enfoque cuanti-cualitativo, se utilizarán técnicas cuantitativas y cualitativas de manera complementaria para abordar los objetivos generales y específicos de esta tesis de Maestría en Administración de Negocios. A continuación, se detallan las estrategias de investigación:

A.- Recopilación de Datos Cuantitativos:

- **Encuestas:** Se diseñará un cuestionario estructurado para recopilar datos cuantitativos sobre el flujo de turistas, sus preferencias y gastos. Ejemplo: Cuestionario sobre hábitos de viaje y gastos turísticos.
- **Análisis de Datos Estadísticos:** Se utilizarán técnicas estadísticas para analizar los datos cuantitativos recopilados, como análisis descriptivos, pruebas de hipótesis y análisis de regresión. Ejemplo: Análisis de regresión para identificar factores que influyen en el gasto turístico.

B.- Recopilación de Datos Cualitativos:

- **Entrevistas en Profundidad:** Se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con actores clave, como miembros de la comunidad local, representantes de la industria turística y expertos en marketing. Ejemplo: Entrevistas para comprender las percepciones y barreras de desarrollo turístico en Campo Quijano.
- **Grupos Focales:** Se realizarán grupos focalizados con turistas y residentes locales para discutir sus experiencias y expectativas relacionadas con el turismo en Campo Quijano. Ejemplo: Grupo focal para explorar las expectativas de los turistas sobre las actividades turísticas.

C.- Triangulación de Datos:

- **Comparación y Validación Cruzada:** Se compararán y validarán los datos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión completa del problema. Esto implicará cotejar resultados de encuestas con narrativas de entrevistas y grupos focales.

D.- Análisis de Contenido:

Se realizará un análisis de contenido de las entrevistas y grupos focales para identificar temas y patrones emergentes en las respuestas cualitativas. Ejemplo: Análisis de contenido de las entrevistas para identificar temas recurrentes sobre la percepción del turismo en Campo Quijano.

F.- Modelos de Técnicas:

Se desarrollarán modelos para cada técnica de investigación, lo que incluye la elaboración de cuestionarios, guías de entrevistas y protocolos de grupos focales.

Esta estrategia de investigación permitirá abordar de manera integral los objetivos de la tesis, desde la comprensión del potencial turístico y las barreras en Campo Quijano hasta la formulación de estrategias de desarrollo turístico y de negocios innovadoras y efectivas. La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas permitirá una evaluación completa de la situación y facilitará la toma de decisiones informadas para el crecimiento sostenible de la región.

8.- MARKETING TURÍSTICO**Definición y Conceptos Clave:**

El marketing turístico es una disciplina especializada del marketing que se enfoca en la promoción y comercialización de destinos turísticos, productos y servicios asociados al turismo, tales como hoteles, restaurantes, transportes, atracciones turísticas, eventos, y experiencias de viaje. A diferencia del marketing tradicional, el marketing turístico tiene características distintivas debido a la naturaleza intangibles del servicio turístico, la temporalidad de la demanda, la alta competencia entre destinos, y la importancia del marketing de experiencias.

En términos simples, el marketing turístico se basa en la identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades y deseos de los turistas mediante la creación y oferta de productos y servicios turísticos que les proporcionen experiencias memorables. Este proceso incluye la investigación de mercados, el diseño de estrategias de promoción y comunicación, la fijación de precios, la distribución de productos, y la evaluación del desempeño de las campañas de marketing.

Teorías de Philip Kotler y Kevin Lane Keller:

Philip Kotler, considerado uno de los padres del marketing moderno, fue contundente en la definición y desarrollo de conceptos clave en marketing turístico. En su obra "*Marketing Management*", Philip Kotler y Kevin Lane Keller Editorial: Pearson - Año: 2016 (15ª edición) - Estados Unidos (14), los autores destacan la importancia de crear valor para el cliente, desarrollar relaciones sólidas con los consumidores y gestionar las marcas de manera efectiva. Estas ideas son fundamentales en el marketing turístico, donde la satisfacción del cliente y la reputación de un destino o empresa turística son esenciales para el éxito.

Algunos de los conceptos de Kotler y Keller que se aplican directamente al marketing turístico incluyen:

- **Segmentación de Mercados:** La identificación de diferentes grupos de turistas con características y preferencias similares para diseñar productos y servicios específicos que respondan a sus necesidades. Ej: Campo Quijano segmentaría su mercado en turistas de aventura, ecoturistas, y culturales.
- **Propuesta de Valor:** Ofrecer un conjunto de beneficios que diferencien a un destino o empresa turística de sus competidores. La propuesta de valor de Campo Quijano se centraría en la autenticidad de sus experiencias culturales, sobre todo las fiestas gauchas, religiosas y la belleza natural. la región.

- **Estrategias de Posicionamiento:** El posicionamiento es clave para que un destino sea percibido de manera favorable en la mente de los consumidores. Por ejemplo, Campo Quijano podría posicionarse como un destino de turismo sostenible en la provincia de Salta, atrayendo a turistas interesados en la naturaleza y la conservación ambiental.
- **Marketing de Experiencias:** En el turismo, los consumidores no solo compran productos o servicios, sino que buscan experiencias. Las teorías de Kotler y Keller enfatizan la importancia de crear experiencias memorables que generen emociones positivas en los turistas, lo que a su vez aumenta la probabilidad de que recomienden el destino y regresen en el futuro.

APLICACIÓN EN CAMPO QUIJANO:

La aplicación del marketing turístico en Campo Quijano requiere un enfoque estratégico que combine la teoría con la práctica, adaptando los conceptos de Kotler y Keller a las características únicas del destino. A continuación, se presentan algunas estrategias de marketing turístico que podrían implementarse en Campo Quijano:

1.- Desarrollo de Productos Turísticos:

Campo Quijano debe desarrollar productos turísticos que respondan a los segmentos de mercado identificados. Por ejemplo, podría crear rutas de senderismo y ecoturismo en la Quebrada del Toro, experiencias culturales relacionadas con las tradiciones gauchas locales, y actividades de aventura como la escalada o el ciclismo de montaña. Estos productos deben estar diseñados para resaltar los atributos únicos de Campo Quijano, como su biodiversidad, su historia, y su cultura.

2.- Estrategias de Promoción:

Utilizar una combinación de marketing digital y tradicional para promover Campo Quijano como un destino turístico de referencia. Esto incluiría la creación de una página web atractiva, la gestión activa de redes sociales, la participación en ferias de turismo, y la colaboración con bloggers e influencers especializados en turismo, para ello se tiene que familiarizar el producto, antes que nada, construir la Marca Campo Quijano. Además, se desarrollarían campañas de marketing que cuenten historias atractivas sobre las experiencias que los turistas pueden vivir en Campo Quijano, utilizando técnicas de storytelling para conectar emocionalmente con el público objetivo.

3.- Alianzas Estratégicas:

Formar alianzas con otras localidades cercanas, operadores turísticos, y empresas del sector para crear paquetes turísticos integrados que incluyan varias experiencias en un solo viaje. Por ejemplo, un paquete turístico podría combinar una visita a Campo Quijano con el Tren a las Nubes y una estancia en Casas de Campos Tradicionales, con visita a fábrica de dulce de leche, tambos y sus quesos con variedades de especias y las famosas *Cabalgatas a la luz de la Luna*. Este tipo de colaboración no solo diversifica la oferta turística, sino que también amplía el alcance de la promoción, beneficiando a todas las partes involucradas.

4.- Evaluación y Ajuste de Estrategias:

Implementar un sistema de seguimiento y evaluación de las estrategias de marketing turístico para medir su efectividad. Esto podría incluir encuestas a turistas, análisis de datos de visitas, y monitoreo de la reputación online del destino. Basándose en los resultados, las estrategias pueden ajustarse para mejorar la satisfacción del cliente y maximizar el retorno de la inversión en marketing.

Ejemplo en Campo Quijano:

Un ejemplo concreto sería la promoción de la "*Semana del Ecoturismo en Campo Quijano,*" un evento anual que se posiciona como la principal atracción para los ecoturistas en Salta. Este evento incluiría talleres sobre conservación ambiental, rutas de senderismo guiadas, ferias de productos orgánicos y artesanales, y actividades educativas para niños. La promoción de este evento se realizaría a través de campañas de marketing digital dirigidas a grupos de ecoturistas en Argentina y países vecinos, utilizando plataformas como Instagram y Facebook para llegar a un público más amplio y segmentado.

En resumen, el marketing turístico en Campo Quijano debe enfocarse en identificar y resaltar los **atributos únicos del destino**, **segmentar el mercado** para desarrollar productos y servicios específicos, y utilizar **estrategias de promoción** efectivas para atraer a los turistas adecuados. Al aplicar las teorías de Kotler y Keller, el municipio puede desarrollar un enfoque de marketing turístico integral que no solo incremente el número de visitantes, sino que también contribuya al desarrollo sostenible de la economía local.

3.- GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

Definición y Conceptos Claves:

La gestión de destinos turísticos es el proceso de planificar, desarrollar, y administrar un destino turístico de manera que se optimicen los beneficios económicos, sociales, y ambientales, al mismo tiempo que se mejora la experiencia del turista. Este concepto implica una visión integral del destino como un producto turístico que debe ser gestionado de manera estratégica para satisfacer las necesidades de los visitantes, al mismo tiempo que se preservan y mejoran los recursos naturales, culturales, y sociales.

La misma abarca una amplia gama de actividades, que incluyen la planificación y desarrollo de la infraestructura turística, la promoción y comercialización del destino, la gestión de la calidad del servicio, la protección del medio ambiente, y la cooperación entre diferentes actores involucrados, como el sector público, privado, y las comunidades locales. Este enfoque holístico es crucial para garantizar que el desarrollo turístico sea sostenible y beneficie a todas las partes interesadas.

Teorías y Conceptos Clave:

Dentro de la gestión de destinos turísticos, se destacan varias teorías y modelos que fueron desarrollados por expertos en el campo para guiar el proceso de planificación y administración de destinos. Algunas de las más relevantes incluyen:

3.1.- Teoría de las Cuatro "A's":

Esta teoría, propuesta por Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill "*Turismo: Principios y Práctica*" - Editorial: Pearson Education (Año 1999) - Reino Unido. (15), los autores abordan los fundamentos del turismo desde un enfoque académico y práctico, destacando la importancia de la planificación estratégica y el impacto económico, social y cultural del turismo en diversas regiones.

En la oportunidad, se identifican cuatro elementos clave que deben ser gestionados para el desarrollo exitoso de un destino turístico:

1. **Atractivos:** Los recursos naturales, culturales, históricos, y recreativos que motivan a los turistas a visitar un destino.
2. **Accesibilidad:** Las facilidades y servicios que permiten a los turistas llegar al destino y desplazarse dentro de él, incluyendo transporte, infraestructura, y señalización.

3. **Amenidades:** Las instalaciones y servicios turísticos que satisfacen las necesidades básicas de los turistas durante su estancia, como alojamiento, restaurantes, y servicios complementarios.
4. **Actividades:** Las experiencias y eventos que los turistas pueden disfrutar en el destino, lo que añade valor a su visita y fomenta la permanencia y el retorno.

3.2.- Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos de Ritchie y Crouch:

El modelo de competitividad de destinos turísticos desarrollado por J.R. Brent Ritchie y Geoffrey I. Crouch se describe en su obra titulada: *"La Competitividad de los Destinos Turísticos: Un Modelo Global Integrador"* Editorial: CABI Publishing (Año: 2013) - Wallingford, Oxfordshire - Reino Unido (16). donde sugiere que la competitividad de un destino depende de su capacidad para ofrecer experiencias turísticas superiores y sostenibles.

Este libro aborda cómo los destinos turísticos pueden ser competitivos al enfocarse en ofrecer experiencias de calidad y sostenibles, integrando factores como recursos naturales, infraestructura, y la capacidad de gestión adecuada del destino. Nos ayuda a comprender cómo las políticas y estrategias bien definidas nos llevan a un desarrollo competitivo en el ámbito turístico.

El modelo se basa en cinco componentes clave:

- I. **Recursos y Atractivos del Destino:** Elementos naturales y culturales que atraen a los turistas.
- II. **Facilitadores y Soporte:** Infraestructura, accesibilidad, y calidad de los servicios.

- III. **Gestión del Destino:** Estrategias de planificación, marketing, y gestión de crisis.
- IV. **Políticas del Destino:** Normativas y regulaciones que afectan la operación del destino.
- V. **Demandas de los Visitantes:** Las necesidades y expectativas de los turistas.

3.3.- **Modelo de Gestión Integrada del Destino (GID):**

Este enfoque promueve la integración de todos los actores y recursos del destino bajo una estrategia común, con el objetivo de ofrecer una experiencia turística coherente y de alta calidad. La GID implica la colaboración estrecha entre el sector público, privado, y las comunidades locales, y busca equilibrar los intereses económicos, sociales, y ambientales.

Aplicación en Campo Quijano:

La gestión de destinos turísticos en Campo Quijano debe basarse en estos conceptos y teorías para desarrollar un enfoque integral que permita maximizar el potencial turístico del municipio.

A continuación, se detallan algunas estrategias específicas para Campo Quijano:

1.- Desarrollo de Atractivos Turísticos:

Campo Quijano cuenta con una rica variedad de atractivos naturales, como la Quebrada del Toro y las montañas circundantes, que pueden ser desarrollados y promovidos como principales motores de atracción. Además, el municipio tiene un patrimonio cultural único que incluye tradiciones locales, festividades, y una historia vinculada al Tren a las

Nubes. Estos atractivos deben ser protegidos y mejorados para ofrecer experiencias auténticas a los visitantes.

Por ejemplo, se puede trabajar en la mejora de senderos y rutas de ecoturismo en la Quebrada del Toro, promoviendo actividades como el senderismo, el avistamiento de aves, y la fotografía de paisajes. Estos atractivos naturales pueden ser complementados con visitas guiadas a sitios históricos y culturales en la región.

2.- Mejora de la Accesibilidad y Amenidades:

La accesibilidad al municipio es un factor clave para atraer turistas. Se deben mejorar las rutas de acceso, tanto terrestres como ferroviarias, asegurando que los visitantes puedan llegar de manera cómoda y segura. Además, es crucial desarrollar la infraestructura turística local, como hoteles, restaurantes, y centros de información turística, que ofrezcan servicios de calidad y contribuyan a la satisfacción del turista. Un ejemplo sería la creación de un centro de visitantes en Campo Quijano que funcione como punto de partida para tours y actividades, proporcionando información sobre las diferentes opciones turísticas disponibles en la región, y facilitando la reserva de servicios.

3.- Gestión Integrada del Destino:

Implementar un modelo de gestión integrada donde todos los actores clave (gobierno local, empresas turísticas, y comunidad) trabajen juntos bajo una visión común para el desarrollo del turismo en Campo Quijano. Este modelo podría incluir la formación de un Comité de Gestión de Turismo que se encargue de la planificación estratégica, el marketing, y la coordinación de actividades turísticas.

Por ejemplo, este comité podría organizar campañas promocionales conjuntas para destacar Campo Quijano como un destino de turismo sostenible, participando en ferias de turismo y colaborando con operadores turísticos de la provincia de Salta para incluir al municipio en sus itinerarios.

4.- Sostenibilidad y Competitividad:

En línea con el modelo de Ritchie y Crouch, se debe asegurar que las estrategias de gestión turística en Campo Quijano no solo busquen atraer más visitantes, sino que también promuevan la sostenibilidad del destino. Esto implica la adopción de prácticas de turismo responsable, como la minimización del impacto ambiental, el apoyo a la economía local, y la conservación del patrimonio cultural.

Un ejemplo sería la implementación de programas de turismo comunitario, donde los habitantes locales participen activamente en la oferta turística, ofreciendo alojamiento, gastronomía, y experiencias culturales, lo que no solo diversifica la oferta turística, sino que también asegura que los beneficios económicos se distribuyan de manera equitativa.

Ejemplos en Campo Quijano:

- **Festival de la Montaña:** Un evento anual que se podría organizar en Campo Quijano, promoviendo actividades como carreras de montaña, talleres de escalada, y exposiciones sobre la fauna y flora de la región. Este evento no solo atraería a turistas interesados en el ecoturismo y los deportes al aire libre, sino que también pondría en valor los recursos naturales del municipio.

- **Mini Rutas del Tren a las Nubes:** La colaboración con la operadora del Tren a las Nubes para crear rutas turísticas complementarias que conecten Campo Quijano con las mismas estaciones como Ing. Maury y Gobernador Sola. Estas rutas podrían incluir visitas a comunidades originarias, talleres de artesanía, y degustaciones de productos locales, ampliando la oferta turística y atrayendo a un público diverso.

En resumen, la gestión de destinos turísticos en Campo Quijano debe enfocarse en el desarrollo de atractivos que resalten las características únicas del municipio, la mejora de la accesibilidad y las amenidades para los turistas, y la implementación de un modelo de gestión integrada que promueva la sostenibilidad y la competitividad del destino. Estos esfuerzos, basados en teorías y modelos probados, permitirán que Campo Quijano se posicione como un destino turístico destacado en la provincia de Salta y más allá.

4.- GESTIÓN EMPRESARIAL DEL TURISMO

Principios de la Gestión Empresarial Aplicados al Turismo

La gestión empresarial aplicada al turismo se refiere al conjunto de prácticas, estrategias y procesos administrativos utilizados para optimizar el funcionamiento y desarrollo de las empresas turísticas. Estos principios no solo se enfocan en la rentabilidad y eficiencia operativa, sino también en la sostenibilidad y la adaptación a las necesidades del mercado. La integración de estos principios en el turismo es esencial para el desarrollo de destinos competitivos y sostenibles, como es el caso del Municipio de Campo Quijano.

Precisamente Luis Fernández Fuster, aborda esta temática de la Gestión Empresarial Aplicada al Turismo, en su obra titulada "*Gestión de Empresas Turísticas*", editada por Síntesis (1996) España (17), trata los principios fundamentales de la administración aplicados específicamente al sector turístico, abarcando desde la planificación y organización de empresas hasta la optimización de recursos y la adaptación a las demandas del mercado.

En este libro, el autor destaca la importancia de integrar prácticas sostenibles y la capacidad de innovación para mejorar la competitividad de los destinos turísticos. Este enfoque es funcional para el desarrollo de destinos como Campo Quijano, que buscan mejorar su competitividad a través de una gestión empresarial eficiente y orientada al turismo sostenible.

Planificación Estratégica

La planificación estratégica en la gestión empresarial turística implica el establecimiento de objetivos a largo plazo, la identificación de oportunidades y amenazas en el entorno, y la definición de las acciones necesarias para alcanzar las metas establecidas. En el contexto de Campo Quijano, la planificación estratégica debe considerar los recursos naturales y culturales disponibles, el mercado turístico actual, y las tendencias futuras para posicionar al municipio como un destino atractivo.

Ejemplo: En Campo Quijano, la planificación estratégica podría incluir la creación de rutas turísticas que destaquen los recursos naturales como la Quebrada del Toro, Santa Rosa de Tastil y Gobernador Sola, combinadas con actividades culturales y gastronómicas que aprovechen la riqueza del patrimonio local.

Gestión de Recursos Humanos

Uno de los pilares de la gestión empresarial en turismo es la gestión de recursos humanos, que incluye la formación, motivación y retención de personal cualificado. El personal es el rostro del destino turístico, y su interacción con los visitantes puede definir la experiencia turística.

Ejemplo: Desarrollar programas de capacitación en Campo Quijano para guías turísticos, personal de hotelería y gastronomía que se enfoquen en habilidades de servicio al cliente, hospitalidad y conocimiento del entorno local. Esto no solo mejora la calidad del servicio, sino que también fortalece la identidad del destino.

Innovación y Desarrollo de Productos Turísticos

La innovación es un factor clave en la gestión empresarial del turismo, permitiendo a los destinos diferenciarse y adaptarse a las cambiantes demandas del mercado. Así el desafío será la innovación, que se manifestará en la creación de productos turísticos que integren nuevas tecnologías o que ofrezcan experiencias únicas y auténticas.

Un autor destacado que trata el tema de la **Innovación y Desarrollo de Productos Turísticos** es Juan Ignacio Pulido Fernández en su libro "Innovación en el Turismo: Estrategias y Gestión" - Editorial Pirámide (Año 2012) - España, aborda cómo la innovación se convirtió en un elemento clave para mejorar la competitividad de los destinos turísticos, destacando el papel de las nuevas tecnologías y la creación de experiencias auténticas y diferenciadas para atraer a nuevos visitantes.

Este enfoque es aplicable a Campo Quijano, donde la innovación permitirá el desarrollo de productos turísticos únicos que mejoren la competitividad y se adapten a las tendencias del mercado.

Ejemplo: Implementar un sistema de reservas online para tours personalizados en la región o desarrollar aplicaciones móviles que guíen a los turistas por los atractivos menos conocidos del municipio, como senderos ecológicos o visitas a comunidades locales.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La sostenibilidad en el turismo implica la gestión responsable de los recursos naturales y culturales para asegurar que las generaciones futuras puedan disfrutar de ellos. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto relacionado que enfatiza la importancia de que las empresas turísticas operen de manera ética, considerando no solo el beneficio económico, sino también el impacto social y ambiental de sus actividades.

Ejemplo: Las empresas turísticas en Campo Quijano podrían implementar prácticas de turismo sostenible, como el uso de energías renovables en alojamientos, la promoción de la cultura local a través de colaboraciones con artesanos y comunidades indígenas, y la minimización de la huella ambiental mediante programas de reciclaje y la reducción de desperdicios. Un párrafo aparte merece la incorporación de la industria minera.

Análisis y Adaptación al Mercado

El análisis del mercado es fundamental para entender las preferencias de los turistas y adaptar la oferta turística en consecuencia. Esto incluye el estudio de la competencia, las tendencias de viaje, y la segmentación de mercado para identificar nichos específicos que puedan ser explotados.

Ejemplo: Realizar estudios de mercado en Campo Quijano para identificar los segmentos de turistas más interesados en actividades de ecoturismo y aventura, y

desarrollar campañas de marketing dirigidas a estos grupos, destacando las oportunidades de trekking, observación de aves y deportes de aventura como las cabalgatas o el parapente en la región.

Marketing y Promoción

El marketing y la promoción son elementos esenciales en la gestión empresarial del turismo. Implican la creación de una marca sólida para el destino, el desarrollo de estrategias de comunicación efectivas, y la implementación de campañas de publicidad y relaciones públicas que aumenten la visibilidad del destino.

Ejemplo: Desarrollar una campaña de marketing digital para Campo Quijano que utilice redes sociales, influencers y contenido visual atractivo para promover el destino entre turistas nacionales e internacionales. Además, participar en ferias turísticas y eventos del sector para posicionar a Campo Quijano como un destino emergente en la Provincia de Salta.

La gestión empresarial aplicada al turismo en Campo Quijano debe integrar estos principios para asegurar el desarrollo sostenible y competitivo del destino. A través de una planificación estratégica bien fundamentada, una gestión eficiente de los recursos humanos, la innovación en productos turísticos, un fuerte compromiso con la sostenibilidad, y una promoción efectiva, Campo Quijano se consolidará como un destino turístico de referencia en la región.

5.- COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS EN TURISMO

5.1.- Importancia de las Comunicaciones Estratégicas en el Desarrollo Turístico

La comunicación estratégica y las relaciones públicas desempeñan un papel importante en el desarrollo turístico al influir en la percepción y el comportamiento de los turistas, así como en la reputación y posicionamiento de un destino en el mercado. En un entorno global altamente competitivo, donde los destinos turísticos compiten por atraer visitantes, las estrategias de comunicación bien diseñadas son esenciales para destacar y diferenciarse.

Un autor relevante que aborda el tema de la Importancia de las Comunicaciones Estratégicas en el Desarrollo Turístico es Jorge Delgado Vivas, en su libro "*Comunicación Estratégica y Turismo: Herramientas para el Desarrollo y Gestión de Destinos*". Editorial: Síntesis (Año 2015) – España (18), analiza cómo las estrategias de comunicación son esenciales para construir la reputación y la imagen de un destino turístico. Resalta cómo la gestión efectiva de las relaciones públicas y la comunicación puede influir directamente en la percepción de los turistas, mejorar la competitividad del destino, y fortalecer su posicionamiento en mercados cada vez más globalizados.

Este enfoque es clave en la aplicación al municipio de Campo Quijano, donde una comunicación bien diseñada jugará un rol distinguido al diferenciarse de otros destinos turísticos y atraer más visitantes hacia el destino en cuestión. A continuación, se detallan los aspectos fundamentales de la importancia de la comunicación estratégica en el desarrollo turístico, con un enfoque particular en *El Portal de los Andes*.

5.2.- Creación y Gestión de la Marca del Destino

La marca de un destino es la representación visual y emocional de lo que ese lugar ofrece. Es un conjunto de percepciones que influyen en las decisiones de los turistas al elegir un destino sobre otro. La gestión de la

marca del destino incluye el desarrollo de una identidad coherente que comunique los valores, la cultura y las experiencias únicas que el lugar ofrece. Esto se logra mediante la creación de logotipos, eslóganes, y materiales promocionales consistentes, así como a través de la narrativa y las historias que se cuentan sobre el destino.

Un autor destacado en la creación y gestión de la marca de un destino es Simón Anholt, reconocido por su trabajo en el desarrollo del concepto de "nation branding" y "place branding". En su libro *"Identidad Competitiva: La Nueva Gestión de Marca para Naciones, Ciudades y Regiones"* - Editorial: Palgrave Macmillan (Año 2007) Reino Unido (19), explora cómo las ciudades y los países gestionan su identidad y marca para influir en la percepción global y atraer turismo, inversiones y respeto internacional.

Asimismo, se resalta que una marca de destino va más allá de un simple logotipo o eslogan; se trata de construir una narrativa poderosa que conecte emocionalmente con el público objetivo. Este enfoque incluye comunicar los valores, la cultura, y las experiencias únicas que un lugar ofrece, y asegurar que todas las interacciones con el destino sean coherentes con esta identidad.

Este enfoque es especialmente relevante para **destinos emergentes** como Campo Quijano, donde la creación y gestión de una marca sólida ayudará a posicionarse en el mercado turístico y destacar sus características diferenciadoras. Ejemplo: En Campo Quijano, la creación de una marca podría centrarse en su identidad como *"El Portal de los Andes"* slogan que ya viene instalado en toda la población quijaneña, así que sería fácil comenzar ya con este diferenciador, destacando su acceso privilegiado a paisajes montañosos, rutas de trekking y aventuras en la naturaleza. Una narrativa que enfatice su autenticidad, hospitalidad local y cercanía a la ciudad de Salta,

atraerá a turistas que buscan una experiencia más genuina y tranquila en el Valle de Lerma.

5.3.- Estrategias de Comunicación Multicanal

En la era digital, la comunicación efectiva requiere una presencia en múltiples canales para alcanzar a una audiencia diversa. Esto incluye el uso de redes sociales, sitios web, marketing por correo electrónico, relaciones públicas y medios tradicionales como la prensa escrita, radio y televisión. Una estrategia de comunicación multicanal permite a un destino como Campo Quijano interactuar con diferentes segmentos de turistas en los lugares donde es más probable que busquen información.

Ejemplo: Campo Quijano podría implementar una estrategia de comunicación que integre la promoción en Instagram y Facebook para atraer a turistas jóvenes interesados en ecoturismo y turismo activo, mientras que también utiliza la radio local y el correo electrónico para llegar a turistas de mayor edad o residentes cercanos interesados en escapadas de fin de semana.

5.4.- Relaciones Públicas y Gestión de la Reputación

Las relaciones públicas son fundamentales para construir y mantener la reputación de un destino turístico. Esto incluye la gestión de la percepción pública a través de la interacción con medios de comunicación, bloggers, influencers y otras partes interesadas clave. Las relaciones públicas también implican la gestión de crisis y la respuesta a eventos negativos que podrían afectar la imagen del destino.

Ejemplo: En Campo Quijano, se podrían organizar PressTrips (Viajes de Prensa) para periodistas especializados en turismo, invitándolos en forma

gratuita a experimentar y luego escribir sobre las actividades de ecoturismo, gastronomía local y eventos culturales. Además, establecer relaciones con influencers de viajes que compartan sus experiencias en las redes sociales, aumentará la visibilidad y atraerá a nuevos visitantes.

5.5.- Comunicación de Crisis

En el sector turístico, la comunicación de crisis es vital para manejar situaciones que podrían afectar la percepción del destino, como desastres naturales, problemas de seguridad o mala gestión de servicios. La rapidez y efectividad en la comunicación durante una crisis pueden mitigar los impactos negativos y ayudar a restaurar la confianza de los turistas.

Ejemplo: En caso de un evento adverso en Campo Quijano, como un corte de energía durante un evento turístico, la comunicación de crisis debe ser inmediata, transparente y enfocada en mantener la confianza de los turistas. Esto podría incluir actualizaciones en tiempo real a través de redes sociales, declaraciones oficiales en los medios y la implementación de medidas de contingencia para minimizar las molestias. Otro ejemplo podemos mencionar la inseguridad que generan los continuos accidentes que protagonizan los enormes camiones que se movilizan en la puna, generando inquietud en los huéspedes y que cada vez se repiten con mayor frecuencia.

5.6.- Promoción y Publicidad

La promoción es un componente esencial para atraer turistas a un destino. Esto incluye la creación de campañas publicitarias que se alineen con la identidad de la marca del destino y que destaquen las experiencias únicas que los visitantes pueden disfrutar. La publicidad efectiva utiliza imágenes, videos y testimonios que capturen la esencia del destino y motiven a los posibles turistas a visitarlo.

Ejemplo: Campo Quijano podría lanzar una campaña publicitaria que utilice fotografías de alta calidad de sus paisajes naturales, actividades al aire libre y eventos culturales, entre ellas las Fiestas Gauchas, así como las Fiestas Patronales, acompañadas de un eslogan atractivo como *“Descubre la Magia de los Andes”* Esta campaña podría distribuirse a través de medios digitales y tradicionales para maximizar su alcance.

5.7.- Marketing de Contenidos y Storytelling

El marketing de contenidos se refiere a la creación y distribución de contenido relevante y valioso para atraer y retener a los turistas. El storytelling, o la narración de historias, es una técnica efectiva dentro del marketing de contenidos que ayuda a conectar emocionalmente con los turistas, creando una experiencia memorable y diferenciada.

Ejemplo: Campo Quijano podría desarrollar una serie de videos y artículos que cuenten historias de los habitantes locales, sus tradiciones y cómo interactúan con el entorno natural. Este contenido podría compartirse en plataformas digitales, generando un sentido de autenticidad y conexión que atraiga a turistas interesados en experiencias culturales y ecológicas.

5.8.- Medición y Análisis de Resultados

Finalmente, para asegurar la efectividad de las estrategias de comunicación, es fundamental medir y analizar los resultados de las campañas y actividades de promoción. Esto incluye el seguimiento de métricas como el alcance de las campañas, el *engagement* en redes sociales, el tráfico al sitio web del destino, y las tasas de conversión de visitantes.

Vale aclarar que el *Engagement* es un término ampliamente utilizado en marketing, redes sociales, y gestión empresarial que se refiere al grado de interacción, conexión o compromiso entre una marca o empresa y su audiencia, clientes o empleados. En el contexto del marketing digital, se mide a través de la interacción de los usuarios con el contenido en plataformas como redes sociales, blogs o sitios web. Estas interacciones incluyen "*me gusta*", comentarios, compartidos, clics en enlaces, reproducciones de videos y cualquier acción que demuestre que los usuarios están prestando atención y participando activamente.

En el ámbito empresarial, el **engagement** se usa para describir el nivel de compromiso y motivación de los empleados hacia la empresa y su trabajo, lo cual impacta directamente en la productividad y la retención de talento. En resumen, el **engagement** se refiere a cómo los diferentes públicos (clientes, usuarios, empleados) se involucran y participan activamente con una marca, organización o contenido, reflejando una conexión emocional o de valor.

Ejemplo: Campo Quijano podría utilizar herramientas de análisis de redes sociales para monitorear el impacto de sus campañas en línea, identificando qué tipos de contenido generan más interés y ajustando sus estrategias en consecuencia para mejorar continuamente.

La comunicación estratégica y las relaciones públicas son componentes esenciales para el desarrollo turístico de un destino como Campo Quijano. A través de la creación de una marca fuerte, el uso de estrategias de comunicación multicanal, la gestión de relaciones públicas, y la implementación de campañas de promoción efectivas, Campo Quijano se posicionará como un destino turístico atractivo y competitivo. Además, la integración de técnicas de storytelling y la medición constante de resultados permitirán ajustar y optimizar las estrategias de comunicación para asegurar un crecimiento sostenido en la afluencia de turistas y el desarrollo económico local.

6.- COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

Teorías de Colaboración y su Aplicación en el Turismo Local:

La colaboración institucional es un aspecto fundamental en el desarrollo turístico sostenible y exitoso. Implica la cooperación entre diferentes actores y sectores que comparten intereses comunes y objetivos alineados. La colaboración no solo facilita la gestión eficiente de recursos, sino que también amplifica el impacto de las estrategias de desarrollo turístico al combinar fuerzas, conocimientos y capacidades.

En el ámbito del turismo, la colaboración institucional se exploró a través de diversas teorías que destacan la importancia de las alianzas estratégicas, las redes de cooperación y la gobernanza participativa. A continuación, se presentan algunas de las teorías más relevantes:

6.1.- Teoría de la Red de Actores (Actor-Network Theory, ANT):

Propuesta por Bruno Latour y Michel Callon, la teoría de la red de actores plantea que los actores humanos y no humanos (como las instituciones, las normativas, las infraestructuras) forman redes que interactúan entre sí para alcanzar un objetivo común. En el contexto del turismo, esta teoría subraya cómo las instituciones gubernamentales, las empresas turísticas, las ONGs y las comunidades locales pueden formar redes colaborativas para promover un destino. Bruno Latour y Michel Callon, *“Teoría del Actor-Red” (Actor-Network Theory, ANT)*, Editorial: Oxford University Press (Año 2005) Oxford – Inglaterra (20)

- **Aplicación en Campo Quijano:** En Campo Quijano, la red de actores podría incluir a la Municipalidad, la Cámara de Comercio y Turismo, los operadores turísticos, los fortines gauchos, los guías de turismo y las

asociaciones comunitarias. Una colaboración efectiva entre estos actores puede resultar en la creación de productos turísticos innovadores, como rutas temáticas que involucren a las comunidades locales en la narración de historias y tradiciones, lo que a su vez podría generar empleo y fortalecer la economía local.

6.2.- Teoría de la Gobernanza Participativa:

- Esta teoría se enfoca en la inclusión de diversos actores en los procesos de toma de decisiones, con un énfasis en la equidad y la transparencia. En el turismo, la gobernanza participativa es esencial para garantizar que los intereses de todos los stakeholders (partes interesadas), incluidos los residentes locales, sean representados y respetados.

- **Aplicación en Campo Quijano:** Un ejemplo de gobernanza participativa en Campo Quijano podría ser la creación de un consejo de turismo local que incluya representantes de todos los sectores, desde el gobierno local hasta las comunidades andinas y las empresas privadas. Este consejo podría reunirse regularmente para discutir y decidir sobre políticas turísticas, priorizando siempre el bienestar de la comunidad y la sostenibilidad ambiental.

6.3.- Teoría de las Alianzas Estratégicas:

- Esta teoría sugiere que las organizaciones pueden obtener ventajas competitivas al formar alianzas estratégicas con otras entidades que complementen sus recursos y capacidades. En el turismo, las alianzas estratégicas pueden manifestarse en la colaboración entre destinos turísticos para ofrecer paquetes conjuntos, o entre empresas privadas y el sector público para mejorar la infraestructura turística.

- **Aplicación en Campo Quijano:** Campo Quijano podría beneficiarse de alianzas estratégicas con destinos turísticos vecinos, como Salta Capital y San Lorenzo, para crear rutas turísticas integradas que ofrezcan una experiencia más rica y diversa a los visitantes. Además, las alianzas con empresas de transporte y tecnología podrían mejorar la accesibilidad y la promoción del destino.

Aplicación de la Colaboración Institucional en el Turismo Local

La colaboración institucional en Campo Quijano puede tener un impacto significativo en la promoción del destino, la diversificación de la oferta turística, y la sostenibilidad del desarrollo económico local. A continuación, se describen algunas aplicaciones específicas:

1.- Desarrollo de Infraestructura Turística:

- ✓ La colaboración entre el gobierno municipal y las empresas de construcción puede facilitar la creación de infraestructuras necesarias para el turismo, como rutas de senderismo, centros de interpretación y servicios de alojamiento. Además, la colaboración con organizaciones ambientales puede asegurar que el desarrollo de infraestructura sea sostenible y respetuoso con el entorno natural.
- ✓ **Ejemplo en Campo Quijano:** Un proyecto colaborativo podría ser la construcción de un centro de visitantes en el acceso a la zona andina, con la participación de arquitectos locales, empresarios, y ecologistas. Este centro no solo serviría como punto de información para los turistas, sino que también podría incluir exposiciones sobre la flora y fauna local, promoviendo la educación ambiental.

2.- Promoción y Marketing Conjunto:

- ✓ Las campañas de promoción turística son más efectivas cuando se realizan en colaboración entre múltiples actores, como los gobiernos locales, las Cámaras de Turismo, y las agencias de viajes. El marketing conjunto permite compartir costos y acceder a mercados más amplios.

- ✓ **Ejemplo en Campo Quijano:** La colaboración entre Campo Quijano, Salta Capital, y otras localidades cercanas podría llevar a la creación de una campaña promocional conjunta bajo el lema "*Ruta de los Andes*", que destaque los atractivos naturales y culturales de la región. Esta campaña incluiría eventos turísticos itinerantes, material promocional compartido, y una plataforma web común que ofrezca información integrada para los visitantes.

3.- Eventos Culturales y Festivales:

- ✓ La organización de eventos culturales y festivales es una excelente oportunidad para la colaboración institucional, ya que requiere la coordinación de múltiples actores, desde artistas y patrocinadores hasta medios de comunicación y autoridades locales.

- ✓ **Ejemplo en Campo Quijano:** La realización de un festival anual de música folclórica en Campo Quijano, en colaboración con el Ministerio de Cultura de Salta, empresas patrocinadoras y medios de comunicación, podría atraer a turistas tanto nacionales como internacionales. Este evento no solo promovería la cultura local, sino que también impulsaría la economía del municipio al generar ingresos para hoteles, restaurantes y comercios.

4.- Formación y Capacitación:

- ✓ La colaboración entre instituciones educativas y empresas turísticas puede llevar a la creación de programas de formación y capacitación que mejoren las competencias de los trabajadores del sector turístico.

- ✓ **Ejemplo en Campo Quijano:** La creación de un programa de formación en turismo sostenible, desarrollado en colaboración entre el Ministerio de Trabajo de la Nación, la Universidad Nacional de Salta, la Universidad Católica de Salta, la asociación Argentina de Prensa Turística y la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, y organizaciones no gubernamentales, podría equipar a los jóvenes del municipio con las habilidades necesarias para trabajar en el sector turístico, fomentando así el empleo local.

La colaboración institucional es un elemento esencial para el éxito del desarrollo turístico en Campo Quijano. Al aplicar teorías de colaboración como la red de actores, la gobernanza participativa y las alianzas estratégicas, el municipio puede crear sinergias entre los diversos actores involucrados en el turismo, maximizando los beneficios económicos, sociales y ambientales. A través de la colaboración, Campo Quijano no solo mejorará su oferta turística, sino también se posicionará como un destino competitivo y sostenible en la región de Salta.

Es así como esta Teoría de la Red de Actores o Actor-Network Theory (ANT), desarrollada por Bruno Latour y Michel Callon, ofrece un marco conceptual para entender las colaboraciones institucionales dentro de redes complejas, como las que se pueden encontrar en el desarrollo turístico de Campo Quijano.

7.- MODELO DE JOSEPH CHÍAS

Aplicación del Modelo en el Desarrollo Turístico:

El modelo de Joseph Chías en su libro *"Marketing Turístico"* Editorial: McGraw-Hill – Año 1991 España (21) propone un enfoque integral para la planificación y desarrollo de destinos turísticos, que incluye la identificación de los recursos turísticos, la segmentación del mercado, la formulación de estrategias, y la evaluación de resultados. Este modelo es relevante para Campo Quijano, ya que permite estructurar el desarrollo turístico de manera ordenada y efectiva, asegurando que todas las etapas del proceso estén alineadas con los objetivos estratégicos del municipio.

Justificación de su Relevancia para Campo Quijano:

La aplicación del mismo, en Campo Quijano es pertinente porque ofrece una guía clara y estructurada para el desarrollo turístico, que puede adaptarse a las características específicas del municipio. Este modelo permite la integración de todos los elementos clave del turismo, desde la gestión de recursos hasta la promoción y comercialización del destino, lo que asegura un enfoque cohesivo y sostenible para el crecimiento turístico en Campo Quijano.

Este modelo de Joseph Chías, conocido por su enfoque integral y sistemático en el desarrollo turístico, se destaca por su capacidad para organizar y estructurar todas las fases del proceso de desarrollo de un destino turístico, desde la identificación de recursos hasta la evaluación de resultados. Este enfoque se fundamenta en cuatro pilares principales:

- 1.- La Identificación de Recursos Turísticos.
- 2.- La Segmentación del Mercado.
- 3.- La Formulación de Estrategias.
- 4.- La Evaluación Continua de las Acciones Implementadas.

1.- Identificación de Recursos Turísticos:

El primer paso del modelo de Chías implica un análisis exhaustivo de los recursos turísticos disponibles en un destino. Esto incluye no solo los recursos naturales y culturales, sino también las infraestructuras, servicios y capacidades locales que pueden ser explotadas para el turismo. En el caso de Campo Quijano, esta fase implicaría identificar los atractivos naturales como la Quebrada del Toro, el Tren a las Nubes, y las actividades de aventura como el trekking y la escalada. Además, la cultura local, las tradiciones, y las festividades podrían ser capitalizadas como recursos turísticos.

2.- Segmentación del Mercado:

Una vez identificados los recursos, el modelo de Chías propone segmentar el mercado para determinar qué tipos de turistas son más propensos a estar interesados en el destino. Este paso es crucial para diseñar estrategias de marketing y desarrollo que sean efectivas y alineadas con las características y necesidades del mercado objetivo. Para Campo Quijano, se podría segmentar el mercado en turistas de aventura, ecoturistas, y turistas culturales, entre otros, y diseñar productos y servicios específicos para cada segmento, como paquetes turísticos que incluyan actividades de trekking, visitas guiadas a sitios arqueológicos, o experiencias gastronómicas con productos locales.

3.- Formulación de Estrategias:

El tercer pilar del modelo se centra en la formulación de estrategias para atraer y satisfacer a los turistas identificados en la fase de segmentación. Estas estrategias pueden incluir desde la creación de nuevos productos turísticos hasta la mejora de la infraestructura y los servicios, pasando por campañas de marketing y la formación de alianzas estratégicas. Para Campo Quijano, esto podría implicar la creación de una red de colaboración entre los empresarios locales para desarrollar productos turísticos integrados, como rutas turísticas

que incluyan visitas a sitios naturales, talleres de artesanía, y experiencias de ecoturismo. Además, se podría implementar una estrategia de marketing digital enfocada en atraer a turistas nacionales e internacionales interesados en destinos sostenibles y poco masificados.

4.- Evaluación Continua:

El modelo de Chías subraya la importancia de la evaluación continua de las estrategias implementadas. Esto implica un monitoreo constante de los resultados obtenidos, la satisfacción del cliente, y el impacto económico, social y ambiental del turismo en la comunidad local. En Campo Quijano, esta evaluación podría realizarse mediante encuestas a turistas, análisis de datos de visitas, y consultas regulares con los actores locales para ajustar y mejorar las estrategias de desarrollo turístico según sea necesario. Además, se podría utilizar un sistema de indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir aspectos como el crecimiento del número de visitantes, el aumento en la duración de la estancia, y el impacto económico en la comunidad.

En resumen, el modelo de Joseph Chías ofrece un marco teórico y práctico que puede guiar el desarrollo turístico de Campo Quijano, permitiendo a los actores locales gestionar de manera efectiva los recursos turísticos, atraer a los turistas adecuados, y asegurar que los beneficios del turismo se distribuyan de manera equitativa en la comunidad. Por ejemplo, la identificación de Campo Quijano como un destino para el turismo de aventura y ecoturismo, seguido por la segmentación del mercado para atraer a turistas interesados en estas actividades, podría llevar a la creación de rutas de senderismo señalizadas, promoción de la región en ferias de turismo especializadas, y el desarrollo de alojamientos que ofrezcan una experiencia integrada con la naturaleza. La evaluación continua permitiría ajustar estas estrategias para maximizar su efectividad y asegurar que el desarrollo turístico beneficie a la comunidad local, tanto en términos económicos como en la preservación del medio ambiente y la cultura local.

CAPITULO I

8.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: IMPORTANCIA Y PROFUNDIZACIÓN

El diagnóstico situacional es una herramienta crítica en la planificación estratégica del turismo, ya que proporciona una base sólida para la toma de decisiones y la formulación de políticas. Este proceso implica un análisis exhaustivo de las condiciones actuales que afectan al turismo en un determinado contexto, abarcando aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, según los aportes de Francis J. Aguilar - Análisis PESTEL “*Scanning the Business Environment*” Editorial: Macmillan - (Año 1967) - Estados Unidos (21)

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica utilizada para identificar y evaluar los factores macroambientales que pueden impactar a una organización, sector o industria. Este análisis examina el entorno externo y ayuda a las empresas o entidades a entender las fuerzas que podrían influir en su operación o en su capacidad para alcanzar objetivos estratégicos. La sigla PESTEL representa seis categorías de factores:

1.- Políticos (Political):

- Se refiere a cómo las políticas gubernamentales, la estabilidad política, las leyes, las regulaciones y las decisiones de los gobiernos afectan el entorno en el que opera una organización. Incluye aspectos como la política fiscal, el comercio exterior, la legislación laboral, la regulación medioambiental y las políticas de salud pública.

2.- Económicos (Economic):

- Examina los factores económicos que influyen en la capacidad de una organización para generar ingresos. Incluye variables como el crecimiento

económico, las tasas de interés, la inflación, el tipo de cambio, el desempleo, el ingreso disponible de los consumidores y las condiciones del mercado de trabajo.

3.- Sociales (Social):

- Considera los aspectos sociales y culturales que afectan la demanda de productos y servicios. Incluye factores como la demografía, los cambios en las preferencias de los consumidores, la tasa de crecimiento de la población, la distribución de la renta, el estilo de vida, la educación y las tendencias culturales.

4.- Tecnológicos (Technological):

- Se enfoca en cómo la tecnología y la innovación impactan en la industria y en las operaciones de la organización. Incluye el ritmo de avance tecnológico, la automatización, las investigaciones y desarrollos tecnológicos, la infraestructura tecnológica y la adopción de nuevas tecnologías.

5.- Ecológicos (Environmental):

- Evalúa los factores ambientales y ecológicos que influyen en las operaciones de una organización. Esto incluye el cambio climático, la sostenibilidad, las regulaciones medioambientales, la gestión de residuos, la eficiencia energética y la responsabilidad ambiental.

6.- Legales (Legal):

- Se refiere a las leyes y regulaciones que afectan a la organización. Esto incluye la legislación sobre el empleo, las leyes de protección al consumidor,

la propiedad intelectual, la normativa de salud y seguridad, y las leyes antimonopolio.

Aplicación del Análisis PESTEL en Turismo

En el contexto del turismo, el análisis PESTEL ayuda a comprender cómo las políticas gubernamentales, las condiciones económicas, los cambios sociales y culturales, los avances tecnológicos, las preocupaciones medioambientales y las regulaciones legales influyen en la demanda turística, en la operación de destinos turísticos y en la competitividad de la industria.

Por ejemplo:

- ❖ **Factores Políticos:** Un gobierno que apoya el turismo mediante políticas de promoción y mejoras en la infraestructura atraen más turistas.
- ❖ **Factores Económicos:** Una recesión económica global impacta directamente en el número de turistas internacionales debido a la reducción del poder adquisitivo.
- ❖ **Factores Sociales:** Un cambio en las preferencias de los viajeros hacia experiencias más sostenibles podría impulsar el ecoturismo.
- ❖ **Factores Tecnológicos:** La adopción de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, mejorará notablemente la experiencia del turista y optimizar las operaciones.
- ❖ **Factores Ecológicos:** La creciente preocupación por el cambio climático puede llevar a los destinos a implementar prácticas más sostenibles.
- ❖ **Factores Legales:** Regulaciones más estrictas sobre la protección del medio ambiente, podrían afectar la manera en que se desarrollan ciertos proyectos turísticos.

El análisis PESTEL es una evolución del análisis PEST, que fue introducido por Francis J. Aguilar en 1967 en su libro "Scanning the Business Environment". Aguilar originalmente lo denominó análisis ETPS (Environmental, Technological, Political, and Social), y con el tiempo, los términos se reorganizaron y expandieron para incluir otros factores, dando lugar al acrónimo PESTEL.

El concepto fue adoptado y adaptado por muchos teóricos y profesionales en el campo de la administración y la planificación estratégica, pero no se asocia con un solo autor específico para la versión ampliada PESTEL. Es más bien una herramienta genérica que fue desarrollada colectivamente a lo largo del tiempo en la literatura sobre gestión empresarial y análisis estratégico.

Este tipo de análisis es esencial para la planificación estratégica en turismo, permitiendo a los gestores anticipar cambios en el entorno y adaptar sus estrategias en consecuencia.

Importancia del Diagnóstico Situacional en el Desarrollo Turístico:

- 1.- Identificación de Problemas y Oportunidades:** Un diagnóstico situacional bien ejecutado permite identificar claramente las debilidades y amenazas que podrían obstaculizar el desarrollo turístico, así como las fortalezas y oportunidades que serían aprovechadas para el crecimiento. Esto es esencial para formular estrategias que no solo mitiguen los riesgos, sino que también maximicen los beneficios.
- 2.- Base para la Formulación de Estrategias:** Según C. Michael Hall en su libro *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, el análisis situacional es

la piedra angular sobre la cual se construye toda la planificación estratégica. Sin una comprensión clara del contexto actual, cualquier estrategia puede ser ineficaz o incluso contraproducente.

Precisamente C. Michael Hall en su libro "*Planificación Turística: Políticas, Procesos y Relaciones*" destaca que el análisis situacional es esencial para la formulación de estrategias efectivas en el ámbito turístico. Este análisis permite una comprensión clara del contexto actual, de modo que las estrategias puedan alinearse con las realidades locales, regionales y globales. C. Michael Hall - "*Planificación Turística: Políticas, Procesos y Relaciones*" - Editorial Pearson Education Limited (Año 2008) - Reino Unido (22)

Este enfoque subraya la importancia de analizar de manera exhaustiva el entorno antes de diseñar cualquier plan estratégico, asegurando que las políticas y estrategias sean efectivas y adecuadas para las condiciones particulares de un destino turístico.

3.- Adaptación a Cambios en el Entorno: Dimitrios Buhalis, destaca que el turismo es un sector altamente dinámico, influenciado por cambios rápidos en la economía global, la tecnología y las preferencias de los consumidores. Un diagnóstico situacional permite a los gestores turísticos adaptarse rápidamente a estos cambios, asegurando la relevancia y competitividad del destino.

Así, este autor en su obra "*Marketing del Destino Competitivo del Futuro Marketing*" - Editorial: Routledge - (Año 2000) - Reino Unido (23) enfatiza la necesidad de que los destinos turísticos se adapten a un entorno en constante cambio. Destaca que el turismo es un sector profundamente dinámico, afectado por fluctuaciones en la economía global, innovaciones tecnológicas y las siempre cambiantes preferencias de los consumidores. Este enfoque asegura que los

destinos turísticos no solo sobrevivan, sino que prosperen en el dinámico entorno global.

- 4.- **Planificación Sostenible:** El diagnóstico situacional también es fundamental para el desarrollo sostenible del turismo. Identificar y evaluar los impactos ambientales y sociales es necesario para garantizar que el crecimiento turístico no comprometa los recursos naturales y culturales de un destino.

A) **SITUACIÓN DEL TURISMO INTERNACIONAL DESPUÉS DE LA PANDEMIA: ANÁLISIS DETALLADO**

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto devastador en el turismo global, causando una crisis sin precedentes en la industria. El turismo internacional se desplomó en 2020, con una caída estimada del 74% en las llegadas de turistas internacionales, lo que representa una pérdida de mil millones de llegadas y alrededor de 1,3 billones de dólares en ingresos por exportaciones. Este colapso del turismo provocó efectos en cadena en todas las áreas clave de la industria: alojamiento, gastronomía, transporte y esparcimiento. Datos según la **OMT: Barómetro Turístico Mundial**.

Impacto por Continentes:

1.- Europa:

- **Caída en las llegadas:** Europa, el destino turístico más visitado del mundo, experimentó una caída del 70% en las llegadas internacionales en 2020. Los países mediterráneos, altamente dependientes del turismo, fueron los más afectados.

- **Recuperación parcial:** En 2021 y 2022, se observó una leve recuperación, con un aumento del turismo interno debido a la reactivación económica y las campañas de vacunación, pero aún por debajo de los niveles prepandémicos.
- **Estadísticas clave:** Según la OMT, España, uno de los destinos más afectados, vio una reducción en las llegadas internacionales de 83,7 millones en 2019 a solo 19 millones en 2020.

2.- Asia y el Pacífico:

- **Impacto más severo:** Esta región sufrió la caída más fuerte, con un descenso del 84% en las llegadas internacionales en 2020, debido a las estrictas restricciones de viaje impuestas por varios países.
- **Aislamiento prolongado:** Algunos países, como Japón y Australia, mantuvieron sus fronteras cerradas durante gran parte de 2021, lo que retrasó la recuperación del turismo internacional.

3.- América:

- **Caída moderada:** Las Américas experimentaron una caída del 68% en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, destinos como México y el Caribe mostraron una resiliencia mayor debido a la flexibilización de las restricciones y a la promoción de destinos seguros caso Acapulco.
- **Tendencias emergentes:** Hubo un aumento en el turismo de naturaleza y el ecoturismo, impulsado por la demanda de experiencias al aire libre y seguras.

4.- África:

- **Desafíos significativos:** África vio una disminución del 74% en las llegadas internacionales. La dependencia de la conectividad aérea y la falta de infraestructura para el turismo interno exacerbaron los efectos de la pandemia.
- **Recuperación lenta:** La falta de acceso a vacunas y la baja prioridad del turismo en la agenda política han ralentizado la recuperación en muchos países africanos.

5.- Oriente Medio:

- **Impacto variable:** La región del Medio Oriente experimentó una disminución del 73% en las llegadas internacionales. Sin embargo, países como los Emiratos Árabes Unidos mostraron signos de recuperación gracias a la rápida implementación de campañas de vacunación y a acontecimientos mundiales como la poderosa Expo 2020 Dubai.

Impacto en los Cuatro Elementos Clave del Turismo:

1.- Alojamiento:

- **Cierre masivo:** Miles de hoteles y establecimientos de alojamiento cerraron temporalmente o de manera definitiva debido a la falta de turistas. Según la OMT, la ocupación hotelera global cayó un 90% en muchos destinos durante 2020.
- **Adaptación:** En respuesta, muchos hoteles adoptaron nuevos protocolos de seguridad e higiene, y algunos diversificaron sus servicios, ofreciendo espacios para el teletrabajo o para estancias prolongadas.

2.- Gastronomía:

- **Impacto en la cadena de suministro:** Los restaurantes y otros servicios de alimentos se vieron gravemente afectados, con muchas empresas enfrentando cierres prolongados y despidos masivos.
- **Innovación:** La pandemia impulsó la adopción de servicios de entrega y la reestructuración de menús hacia opciones más sostenibles y locales, aparecieron los famosos deliverys en todo el mundo. En algunas regiones, los chefs se centraron en la oferta de experiencias gastronómicas privadas y exclusivas para atraer a un público más selecto.

3.- Transporte:

- **Disminución drástica en el tráfico aéreo:** La IATA reportó una caída del 66% en el tráfico aéreo global en 2020. Las aerolíneas enfrentaron una crisis financiera sin precedentes, con muchas declarando bancarrota o requiriendo rescates gubernamentales.
- **Reconfiguración del mercado:** El transporte terrestre y marítimo también sufrió, pero con una tendencia a la recuperación más rápida en el turismo interno. Se espera que la demanda de transporte aéreo se recupere lentamente, con un enfoque creciente en la sostenibilidad y la reducción de la huella de carbono.

4.- Esparcimiento:

- **Cierre de atracciones:** Parques temáticos, museos, y otras atracciones turísticas cerraron sus puertas durante la pandemia, lo que llevó a una crisis en la industria del entretenimiento.

- **Digitalización:** Muchos destinos y atracciones comenzaron a ofrecer experiencias virtuales para mantener el interés y la conexión con los turistas. Se espera que la digitalización siga siendo una tendencia importante, complementando las experiencias presenciales.

Para enriquecer el análisis de la Situación del Turismo Internacional después de la pandemia, es esencial aplicar el Análisis PESTEL, que permite examinar los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que afectan al sector. Este enfoque aporta una visión integral sobre cómo estos elementos influyeron y continúan influyendo en la recuperación y el desarrollo del turismo global.

Análisis PESTEL aplicado al Turismo Mundial Post-Pandemia

1.- Factores Políticos

- **Restricciones de Viaje:** La pandemia llevó a la imposición de restricciones de viaje a nivel global, afectando directamente al turismo. Países como Australia y Nueva Zelanda implementaron cierres fronterizos estrictos, lo que resultó en una drástica reducción del flujo turístico. A medida que los gobiernos relajaron estas medidas, la recuperación fue desigual, dependiendo de la velocidad de la vacunación y de la confianza en los protocolos de salud.
- **Políticas de Apoyo al Sector:** Varios países implementaron políticas de estímulo y apoyo al sector turístico. Por ejemplo, la Unión Europea lanzó el “*NextGenerationEU*”, un fondo de recuperación que incluye ayudas directas al turismo. Estas políticas fueron fundamentales para la reactivación de destinos que dependían en gran medida del turismo internacional.

2.- Factores Económicos

- **Recuperación Económica Dispar:** La recuperación económica post-pandemia varía significativamente entre países. Mientras que economías como la de Estados Unidos y China mostraron signos de fuerte recuperación, otras, especialmente en regiones dependientes del turismo como el Caribe, enfrentaron desafíos más tardíos, debido a la dependencia del turismo y la lentitud en la recuperación económica global.
- **Cambio en los Patrones de Consumo:** Los consumidores mostraron una tendencia hacia el turismo de proximidad y viajes más cortos. Además, la incertidumbre económica llevó a un aumento en la demanda de opciones más económicas, afectando a sectores como el turismo de lujo.

3.- Factores Sociales

- **Cambio en las Preferencias de los Viajeros:** La pandemia cambió las preferencias de los viajeros, quienes ahora buscan destinos menos concurridos, experiencias al aire libre y viajes que garanticen seguridad sanitaria. Este cambio impulsó el turismo rural y de naturaleza, beneficiando a destinos con baja densidad de población y entornos naturales, como ciertos destinos en África y América Latina.
- **Conciencia sobre la Sostenibilidad:** Los viajeros son ahora más conscientes de la sostenibilidad. La pandemia aceleró la demanda de turismo responsable, con una preferencia por operadores que promuevan prácticas sostenibles.

4.- Factores Tecnológicos

- **Digitalización del Turismo:** La pandemia aceleró la adopción de tecnologías digitales en el turismo. Desde la implementación de pasaportes sanitarios digitales hasta la promoción de destinos a través de plataformas virtuales, la tecnología permitió una mayor flexibilidad y adaptabilidad. Ejemplos incluyen el uso de aplicaciones móviles para rastrear contactos y validar certificados de vacunación.
- **Turismo Virtual y Experiencias Digitales:** La crisis sanitaria impulsó el desarrollo de experiencias turísticas virtuales que, aunque no sustituyen al turismo físico, ofrecen una alternativa y mantuvieron el interés en destinos cerrados durante la pandemia.

5.- **Factores Ecológicos**

- **Impacto Ambiental del Turismo:** La reducción del turismo durante la pandemia tuvo efectos positivos temporales sobre el medio ambiente, como la disminución de la huella de carbono. Sin embargo, la recuperación del turismo plantea desafíos sobre cómo equilibrar el crecimiento con la sostenibilidad. Destinos como Venecia y Machu Picchu están replanteando sus estrategias para manejar el turismo masivo.
- **Turismo Sostenible:** La pandemia aceleró inevitablemente la transición hacia un turismo más sostenible. Los gobiernos y las empresas están promoviendo prácticas que minimicen el impacto ambiental, como la promoción de energías limpias en hotelería y la regulación del turismo en áreas protegidas.

6.- **Factores Legales**

- **Regulaciones de Salud y Seguridad:** Las normativas de salud y seguridad fueron reforzadas en todos los destinos turísticos, con protocolos estrictos en

aeropuertos, hoteles, y atracciones. Estos incluyen desde el uso obligatorio de mascarillas hasta la presentación de pruebas de COVID-19 negativas para viajar.

- **Protección al Consumidor:** Las políticas de cancelación flexible y los seguros de viaje se convirtieron en un estándar, reflejando una mayor protección al consumidor en un contexto de incertidumbre sanitaria.

Desempeño Regional en 2023

Sin embargo, el informe del **Barómetro OMT, de la Organización Mundial del Turismo**, destaca cómo diferentes regiones avanzaron en la recuperación del turismo:

- **Oriente Medio** fue la región líder en términos relativos, siendo la única en superar los niveles registrados antes de la pandemia, con un aumento del 22% en las llegadas internacionales en comparación con 2019.
- **Europa**, la región más visitada del mundo, alcanzó el 94% de los niveles de 2019, impulsada principalmente por la demanda intrarregional y los viajes desde los Estados Unidos.
- **África** recuperó el 96% de sus visitantes pre-pandemia, mostrando una fuerte recuperación en comparación con otras regiones.
- **Las Américas** alcanzaron el 90% de los niveles previos a la pandemia, reflejando una recuperación considerable, aunque aún con margen de mejora.

- **Asia y el Pacífico** se situaron en un 65% de los niveles anteriores a la pandemia, con resultados variados dentro de la región. Asia Meridional recuperó el 87% de los niveles de 2019, mientras que Asia Nororiental alcanzó cerca del 55%.

Este análisis destaca la variabilidad en la recuperación del turismo a nivel global, donde algunas regiones avanzaron más rápidamente que otras. Sin embargo, la tendencia general es positiva, con proyecciones optimistas para un retorno a los niveles pre-pandemia en 2024, respaldadas por el fortalecimiento de la conectividad aérea y la reactivación de mercados clave.

Recuperación del Turismo Internacional hacia 2024

El turismo internacional muestra signos de recuperación sólida y se prevé que para el año 2024 se alcancen los niveles registrados antes de la pandemia de COVID-19. Según el *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, en 2023 el turismo internacional recuperó el 88% de los niveles de actividad turística previos a la pandemia, con un estimado de 1.300 millones de llegadas internacionales. Este impulso se vio apoyado por la liberación de la demanda acumulada, el aumento de la conectividad aérea, y una mayor recuperación de los mercados y destinos en Asia, que son claves para una recuperación completa a finales de 2024.

Llegada de Turistas Internacionales (% de variación respecto a 2019)

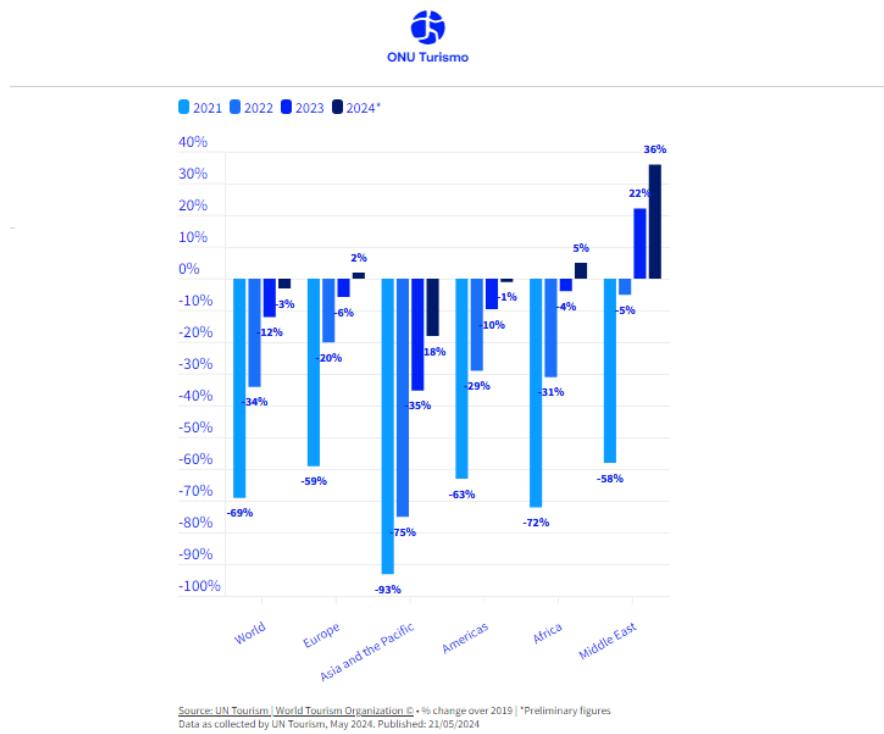


Fig 1: Llegada de Turistas Internacionales Crédito: Barómetro de la OMT

Perspectivas para del Turismo Internacional después de la Pandemia (2024)

1.- Resumen General

Según los últimos datos proporcionados por el *Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT)*, el turismo internacional demostró una notable recuperación post-pandemia, con un 88% de las llegadas internacionales alcanzadas en 2023 en comparación con los niveles pre-pandemia de 2019. Las proyecciones para 2024 son optimistas, indicando que el turismo internacional alcanzará e incluso superará los niveles registrados antes de la pandemia.

2.- Análisis por Regiones

El gráfico muestra la variación porcentual de las llegadas internacionales en comparación con 2019, desglosado por regiones globales para los años 2021, 2022, 2023, y una proyección para 2024.

- ❖ **Mundo**: Después de una caída dramática del 69% en 2021, el turismo internacional fue recuperándose gradualmente, alcanzando una mejora del 34% en 2022, un 2% en 2023, y con proyecciones de un aumento del 6% para 2024.

- ❖ **Europa**: En 2021, la caída fue del 59% en llegadas internacionales, con una recuperación gradual hasta un -6% en 2023 y un esperado crecimiento positivo del 2% en 2024. Esta recuperación fue impulsada principalmente por la demanda intrarregional y los viajes desde Estados Unidos.

- ❖ **Asia y el Pacífico**: Esta región experimentó la mayor caída en 2021 con un -93% en llegadas internacionales. Aunque la recuperación fue más lenta en comparación con otras regiones, se proyecta un crecimiento significativo del 35% en 2024, impulsado por la reapertura de mercados y destinos clave.

- ❖ **Américas**: Después de una caída del 63% en 2021, las Américas mostraron una recuperación constante, alcanzando una mejora del 18% en 2023 y una proyección del 10% para 2024. Los viajes intrarregionales y el turismo hacia Estados Unidos y Canadá fueron factores clave.

- ❖ **África**: La caída fue del 72% en 2021, pero la región demostró una notable recuperación, con un aumento del 31% en 2023 y una proyección del 29% en 2024. África Septentrional, en particular, superó los niveles de 2019.

- ❖ **Oriente Medio:** Esta región lideró enfáticamente la recuperación con un crecimiento del 22% en 2023 en comparación con los niveles pre-pandemia. Se espera un aumento aún mayor del 36% en 2024, haciendo de Oriente Medio una de las regiones más resilientes y de crecimiento más rápido en términos de turismo internacional.

3.- **Subregiones Destacadas**

Cuatro subregiones superaron los niveles de llegadas internacionales alcanzados en 2019:

- ❖ **Europa Mediterránea Meridional:** Beneficiándose de la fuerte demanda intrarregional y del turismo proveniente de mercados clave como Alemania y el Reino Unido.
- ❖ **El Caribe:** Con un notable incremento en la llegada de turistas estadounidenses y europeos, y una recuperación acelerada debido a las políticas de apertura temprana.
- ❖ **América Central:** Mostró un fuerte crecimiento apoyado en la recuperación de sus mercados principales y el aumento del turismo sostenible.
- ❖ **África Septentrional:** Impulsada por la mejora de la conectividad aérea y la demanda acumulada, superó los niveles de llegadas de 2019.

4.- **Declaraciones y Proyecciones**

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, destacó la resiliencia y rápida recuperación del sector, subrayando el impacto positivo en economías, empleos y oportunidades para las comunidades a nivel global. Pololikashvili también subrayó la importancia de fomentar la sostenibilidad y la inclusión en el desarrollo turístico futuro.

El análisis PESTEL del turismo mundial post-pandemia revela cómo la interacción de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales moldearon y continuará influyendo en la recuperación y el desarrollo del sector. Este enfoque permite comprender en profundidad los desafíos y oportunidades actuales, proporcionando un marco estratégico para abordarlos de manera efectiva.

El diagnóstico situacional en este contexto resalta la necesidad de desarrollar estrategias turísticas adaptadas a la nueva normalidad, con un enfoque en la sostenibilidad, la digitalización y la adaptación a las nuevas expectativas de los consumidores. Este análisis es importante para orientar el desarrollo turístico en Campo Quijano, alineando las estrategias locales con las tendencias y desafíos globales, considerando su aspiración de posicionarse en los mercados internacionales, nacionales y provinciales.

Aplicar un análisis PESTEL permite identificar cómo las tendencias globales pueden ser adaptadas localmente. Desde el aprovechamiento de políticas de recuperación económica hasta la implementación de prácticas sostenibles y el uso de tecnologías digitales para atraer turistas, el PESTEL se convierte en una herramienta clave para guiar el desarrollo turístico de la región.

Este análisis refleja un panorama optimista para la recuperación total del turismo internacional hacia finales de 2024. Las variaciones regionales subrayan la importancia de estrategias adaptadas a cada contexto local, considerando tanto la demanda acumulada como las nuevas dinámicas del mercado. La resiliencia del sector es evidente, y las proyecciones para 2024 sugieren un futuro próspero para el turismo global, siempre que se mantengan enfoques sostenibles y equitativos en su desarrollo.

- Organización Mundial del Turismo (OMT). Barómetro OMT del Turismo Mundial, Mayo 2024 (24).

B) SITUACIÓN DEL TURISMO NACIONAL ARGENTINO

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto significativo en el turismo nacional en Argentina, obligando a la industria a adaptarse a nuevas realidades y desafíos. A medida que el país comienza a recuperarse, es importante analizar los efectos y tendencias que surgieron en las diferentes regiones turísticas del país. Este análisis se basa en datos proporcionados por organismos nacionales de turismo, como el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), así como en estudios realizados por expertos en el sector.

Impacto General en el Turismo Nacional

Durante la pandemia, Argentina, como muchas otras naciones, experimentó una disminución drástica en la llegada de turistas internacionales y un fuerte impacto en el turismo interno debido a las restricciones de movilidad y el cierre temporal de servicios turísticos. Sin embargo, con la progresiva reapertura y la implementación de políticas de estímulo, el turismo nacional comenzó a mostrar signos de recuperación.

Según datos del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, durante 2021 y 2022, el turismo interno se reactivó de manera notable, impulsado por programas como el “**PreViaje**”, que incentivó a los argentinos a viajar dentro del país ofreciendo créditos para futuros viajes a quienes reservaran con anticipación. Este programa logró movilizar más de 6 millones de personas, generando un impacto económico significativo en varias regiones del país.

Análisis por Regiones Turísticas de Argentina

Argentina está dividida en varias regiones turísticas clave, cada una con características y desafíos particulares:

1.- Patagonia

- **Recuperación y Turismo de Naturaleza:** La Patagonia fue una de las primeras regiones en mostrar signos de recuperación, gracias a su oferta de turismo de naturaleza y aventura, que se alinea con las nuevas preferencias de los viajeros post-pandemia por destinos menos concurridos y al aire libre. Según el **Observatorio Argentino de Turismo**, durante el verano de 2022, la Patagonia recibió un 85% de ocupación en sus principales destinos, como San Carlos de Bariloche y El Calafate.
- **Alojamiento y Transporte:** El aumento de la demanda provocó una alta ocupación hotelera, con algunos destinos alcanzando picos de casi el 100% durante la temporada alta. Sin embargo, el transporte, especialmente aéreo, enfrentó desafíos debido a la reducción de frecuencias y la capacidad limitada en los vuelos.

2.- Litoral

- **Turismo de Proximidad:** El Litoral, con sus atractivos naturales como los Esteros del Iberá y las Cataratas del Iguazú, también se benefició del turismo de proximidad. Los viajes en automóvil desde Buenos Aires y otras provincias cercanas impulsaron la ocupación hotelera y el consumo en la región.
- **Esparcimiento y Gastronomía:** Las actividades de esparcimiento, como la navegación y los deportes acuáticos, se convirtieron en una de las principales atracciones, mientras que la gastronomía local, especialmente la basada en pescados de río, experimentó un auge.

3.- Cuyo

- **Turismo Enológico:** La región de Cuyo, conocida por sus bodegas y rutas del vino, vio una recuperación más lenta, aunque constante. Mendoza, en particular, capitalizó el turismo enológico, adaptando las experiencias en bodegas a las nuevas normativas de salud.
- **Alojamiento y Gastronomía:** Las catas de vino y las visitas a bodegas, acompañadas de una gastronomía gourmet, fueron las actividades principales, con un aumento en la oferta de alojamientos boutique y experiencias personalizadas.

4.- Norte Argentino

- **Turismo Cultural y Religioso:** El norte del país, con su riqueza cultural y patrimonial, también mostró resiliencia, aunque el impacto fue más heterogéneo. Jujuy y Salta, por ejemplo, lograron mantener un flujo constante de turismo nacional gracias a sus festividades religiosas y paisajes únicos.
- **Transporte y Alojamiento:** Sin embargo, la región enfrentó desafíos en términos de transporte, ya que la reducción de vuelos y la distancia desde los principales centros urbanos afectaron la llegada de turistas. La oferta de alojamiento, aunque diversa, también se vio limitada en algunas áreas debido a la alta demanda.

5.- Centro

- **Turismo Rural:** La región centro, incluyendo Córdoba y la provincia de Buenos Aires, experimentó un auge en el turismo rural. Estancias y alojamientos rurales se convirtieron en refugios seguros para los viajeros que buscaban escapar de las grandes ciudades.

- **Esparcimiento y Transporte:** Las actividades de esparcimiento, como el senderismo y el turismo de bienestar, se vieron beneficiadas. Sin embargo, la infraestructura de transporte, especialmente en áreas rurales, fue un desafío.

Análisis de los Cuatro Elementos del Turismo

1.- Alojamiento

- **Recuperación y Adaptación:** El sector hotelero tuvo que adaptarse rápidamente a las nuevas normativas sanitarias. Se implementaron protocolos estrictos de limpieza y distanciamiento, y se promovió el uso de alojamientos que ofrecieran mayor privacidad, como cabañas y departamentos turísticos. La ocupación hotelera mostró una recuperación variable según la región, con picos durante las temporadas altas en destinos como Bariloche y la Costa Atlántica.
- **Innovación:** Algunas regiones innovaron en la oferta de alojamiento, con el surgimiento de nuevas opciones como glamping y eco-lodges, que se alinearon con las tendencias de sostenibilidad y turismo de naturaleza.

2.- Gastronomía

- **Valorización de lo Local:** La gastronomía fue un pilar en la recuperación del turismo, con un enfoque en la valorización de productos locales y experiencias gastronómicas auténticas. Regiones como Mendoza y Salta se destacaron por ofrecer experiencias culinarias que combinan la tradición con la innovación.
- **Retos y Oportunidades:** Sin embargo, el sector enfrentó desafíos debido a las restricciones de aforo y la necesidad de adaptar los espacios para garantizar el distanciamiento. La demanda de servicios de delivery y take-away aumentó, lo que llevó a muchos establecimientos a digitalizar sus operaciones.

3.- Transporte

- **Reducción de Frecuencias:** El transporte, especialmente aéreo, fue uno de los sectores más afectados. La reducción de frecuencias de vuelos y la capacidad limitada generaron desafíos para la movilidad de los turistas. Según datos del Ministerio de Transporte de la Nación, el número de vuelos domésticos se redujo en un 40% durante el 2020 y solo comenzó a recuperarse parcialmente en 2021.
- **Adaptaciones y Protocolos:** Las empresas de transporte terrestre también implementaron estrictos protocolos de salud, lo que permitió la reactivación progresiva de los servicios de larga distancia. La demanda de transporte privado aumentó, con un crecimiento en el alquiler de autos y la preferencia por viajes en vehículos particulares.

4.- Esparcimiento

- **Reinvención de las Actividades:** El esparcimiento en tiempos de pandemia llevó a una reinvención de las actividades turísticas, con un enfoque en experiencias al aire libre y actividades que permitieran el distanciamiento social. El turismo de aventura y naturaleza, como el senderismo, las cabalgatas y las visitas a parques nacionales, experimentó un auge.
- **Cultura y Festividades:** Aunque las festividades y eventos culturales se vieron inicialmente suspendidos, muchas regiones optaron por realizar versiones adaptadas o virtuales de estos eventos, como fue el caso del Carnaval de Gualeguaychú, que se transmitió en línea, manteniendo así el interés de los turistas.

Para comprender de manera más profunda la situación del turismo nacional argentino después de la pandemia, es útil aplicar el análisis PESTEL. Este análisis permite evaluar cómo los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales afectan el desarrollo actual del turismo en Argentina.

ANÁLISIS PESTEL DEL TURISMO NACIONAL ARGENTINO

1.- Político

- ❖ **Políticas de Recuperación del Turismo:** El gobierno argentino implementó políticas específicas para revitalizar el sector turístico, como el programa **PreViaje**, que incentivó el turismo interno mediante créditos y descuentos. Estas medidas políticas fueron fundamentales para impulsar la demanda en un momento crítico.
- ❖ **Estabilidad Política:** La estabilidad política es muy importante para la confianza de los turistas, tanto nacionales como internacionales. La continuidad en las políticas de apoyo al turismo y la gestión de la crisis sanitaria tuvieron un impacto positivo en la recuperación del sector. Ahora si analizamos la situación con los vuelos de cabotaje, sin dudas el pasajero está siendo rehén de los gremios aeronáuticos.

2.- Económico

- ❖ **Impacto Económico de la Pandemia:** La pandemia afectó gravemente la economía argentina, lo que a su vez impactó en la capacidad de los ciudadanos para viajar y gastar en turismo. Sin embargo, los programas gubernamentales y la adaptación de las empresas turísticas ayudaron a mitigar parte de este impacto.
- ❖ **Inflación y Devaluación:** La alta inflación y la devaluación del peso argentino afectan tanto a los costos operativos de las empresas turísticas como al poder adquisitivo de los turistas locales. Esto llevó a una búsqueda de destinos más económicos y a un aumento del turismo interno, ya que viajar al exterior resultó menos accesible para muchos argentinos.

- ❖ **Recuperación Económica Global:** La recuperación económica global, aunque desigual, también influye en el turismo receptivo, ya que la capacidad de los extranjeros para visitar Argentina depende de la situación económica en sus países de origen. En la situación actual, el hermano país de Chile, tiene un 50% de costo menos que el de Argentina.

3.- **Social**

- ❖ **Cambio en las Preferencias del Turista:** La pandemia cambió las preferencias de los turistas, quienes ahora buscan destinos más seguros, menos masificados y con opciones de turismo de naturaleza y bienestar. Argentina capitalizó estas tendencias, promoviendo destinos como la Patagonia y el Norte Argentino.
- ❖ **Demografía del Turista:** Hay un aumento en la participación de segmentos jóvenes y familias en el turismo interno, influenciados por el programa **PreViaje** y la preferencia por viajes de proximidad. Esto llevó a un rediseño de la oferta turística para satisfacer estas nuevas demandas.

4.- **Tecnológico**

- ❖ **Digitalización del Turismo:** La digitalización se aceleró en el sector turístico, con un aumento en las reservas online, el uso de aplicaciones móviles y la realidad aumentada para enriquecer la experiencia turística. Las empresas turísticas en Argentina adoptaron estas tecnologías para mantenerse competitivas y atraer a turistas más jóvenes y conectados digitalmente.
- ❖ **Innovación en Servicios:** La adopción de tecnología en la gestión de la salud y la seguridad, como aplicaciones para el rastreo de contactos y el control de acceso a atracciones turísticas, fue fundamental para garantizar una experiencia segura para los turistas.

5.-Ecológico

- ❖ **Turismo Sostenible:** La creciente conciencia sobre la sostenibilidad llevó a un interés renovado por el turismo responsable en Argentina. Regiones como la Patagonia capitalizaron esta tendencia, promoviendo prácticas sostenibles en alojamientos, actividades y transporte.

- ❖ **Impacto Ambiental de la Recuperación del Turismo:** A medida que el turismo se recupera, hay un aumento en la preocupación por los impactos ambientales, como la contaminación y la degradación de áreas naturales. Esto generó una mayor regulación y promoción de prácticas eco-friendly en el sector turístico.

- ❖ **Cambio Climático:** Los efectos del cambio climático, como el derretimiento de glaciares y los cambios en los patrones climáticos, afectan directamente a las ofertas turísticas de Argentina, especialmente en regiones como la Patagonia y Cuyo.

6.-Legal

- ❖ **Regulaciones Sanitarias:** La normativa sanitaria post-pandemia fue importante para la reactivación del turismo. Las empresas turísticas se adaptaron a nuevos estándares de higiene y seguridad, lo que incrementó los costos operativos, pero fue esencial para recuperar la confianza de los turistas.

- ❖ **Legislación Ambiental:** Las leyes de protección ambiental, especialmente en áreas naturales protegidas, cobraron mayor relevancia en la promoción del turismo sostenible. Estas regulaciones también desarrollaron un aumento en la oferta de productos turísticos que cumplen con altos estándares de sostenibilidad.

El análisis PESTEL revela que el turismo nacional en Argentina después de la pandemia está influenciado por una combinación de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. La capacidad del sector para adaptarse a estos factores y capitalizar las oportunidades emergentes será crucial para su desarrollo sostenido. Las políticas de recuperación, junto con la innovación tecnológica y un enfoque en la sostenibilidad, son claves para el éxito futuro del turismo en el país.

La situación del turismo en Argentina después de la pandemia presenta un panorama de recuperación marcado por la adaptación a nuevas realidades y el aprovechamiento de oportunidades en diversas regiones. Los programas de estímulo, las preferencias cambiantes de los turistas y la resiliencia del sector permitieron una reactivación gradual y diversa a lo largo del país. La situación sigue siendo dinámica, y la capacidad de adaptarse a los desafíos actuales y futuros será clave para el éxito continuo del turismo nacional argentino.

C) SITUACIÓN DEL TURISMO PROVINCIAL EN SALTA DESPUÉS DE LA PANDEMIA

Contexto General

La pandemia de COVID-19 impactó significativamente el turismo en la provincia de Salta, un destino reconocido por su diversidad cultural, paisajística, y su riqueza en patrimonio natural y arquitectónico. Sin embargo, la respuesta de los organismos provinciales de turismo fue clave para la reactivación del sector. La recuperación se centró en el Turismo Interno, la adaptación de las ofertas turísticas a las nuevas demandas post-pandemia, y la implementación de protocolos sanitarios estrictos para garantizar la seguridad de los visitantes.

Según datos proporcionados por el *Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, en 2021 y 2022*, la provincia recuperó una parte significativa del turismo perdido durante la pandemia, gracias a campañas de promoción, la flexibilización de las restricciones y la **revitalización de eventos y festividades tradicionales**.

Impacto en los Destinos Turísticos de las Regiones de Salta

Salta se divide en varias regiones turísticas, cada una con su propio conjunto de atractivos. Después de la pandemia, cada región experimentó diferentes niveles de recuperación, dependiendo de su infraestructura, conectividad y oferta turística.

1.- Región de los Valles Calchaquíes

- **Afluencia Turística:** La región de los Valles Calchaquíes, que incluye destinos como Cafayate y Cachi, vio un aumento en la afluencia de turistas nacionales atraídos por sus paisajes únicos y su oferta de turismo enológico.
- **Alojamiento y Gastronomía:** Los hoteles y bodegas en Cafayate implementaron protocolos sanitarios rigurosos, lo que permitió una rápida recuperación en la ocupación hotelera, alcanzando niveles previos a la pandemia para finales de 2022.
- **Transporte:** La conectividad por carretera se mantuvo como la principal vía de acceso, con un incremento en el turismo carretero debido a la preferencia por viajes seguros y en vehículo propio.
- **Esparcimiento:** Las actividades al aire libre, como trekking, cabalgatas, alquiler de bicicletas y visitas a fincas, se convirtieron en las más solicitadas, dado el interés por evitar aglomeraciones y buscar experiencias en contacto con la naturaleza.

2.- Región de la Puna

- **Afluencia Turística:** Esta región, menos masificada, ganó popularidad entre los turistas que buscaban destinos más remotos y menos concurridos. San Antonio de los Cobres y las Salinas Grandes se convirtieron en puntos clave de atracción.
- **Alojamiento y Gastronomía:** A pesar de tener una infraestructura hotelera limitada, la Puna experimentó una mejora en la ocupación, con un aumento en las ofertas de turismo rural y comunitario, lo que brindó una experiencia más auténtica.
- **Transporte:** El Tren a las Nubes, una de las principales atracciones de la región, reanudó sus operaciones con capacidad limitada, siguiendo estrictos protocolos de bioseguridad.
- **Esparcimiento:** Las actividades culturales y el turismo de aventura fueron fundamentales para atraer a un segmento de turistas interesados en la cultura andina y la exploración de paisajes únicos.

3.- Región del Valle de Lerma y Quebrada del Toro

- **Afluencia Turística:** Estas regiones, que incluyen destinos como Campo Quijano y Rosario de Lerma, vieron un resurgimiento en el turismo de naturaleza y aventura, con un incremento en la demanda de experiencias de ecoturismo y astroturismo.
- **Alojamiento y Gastronomía:** La región, conocida por sus estancias y gastronomía basada en productos locales, adaptó su oferta para cumplir con las nuevas normativas sanitarias. La ocupación hotelera alcanzó el 70% de los niveles previos a la pandemia para 2022.

- **Transporte:** La cercanía a la ciudad de Salta y la mejora en la infraestructura vial permitieron un fácil acceso a los destinos de la región, favoreciendo el aumento en el turismo de escapadas de fin de semana.
- **Esparcimiento:** Las actividades de esparcimiento incluyeron caminatas, ciclismo de montaña y observación de estrellas, siendo esta última una de las más demandadas debido al crecimiento del interés en el astroturismo.

4.- Región de Salta Capital

- **Afluencia Turística:** La ciudad de Salta, siendo la capital provincial, fue uno de los primeros destinos en ver una recuperación en el turismo, con un incremento notable en el turismo cultural y urbano.
- **Alojamiento y Gastronomía:** Los hoteles boutique y los restaurantes que ofrecen gastronomía local de alta calidad experimentaron un repunte en la ocupación y la demanda, impulsados por el turismo interno y la atracción de visitantes de provincias vecinas.
- **Transporte:** El **Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes** recuperó gradualmente la conectividad aérea, facilitando la llegada de turistas desde otras regiones del país.
- **Esparcimiento:** Los museos, iglesias y el teleférico al Cerro San Bernardo fueron los principales atractivos, con medidas de control de aforo y protocolos sanitarios estrictos.

Datos Estadísticos del Movimiento de Turistas Provinciales

Según informes del **Observatorio Turístico de Salta, en 2022**, la provincia recibió más de 1.2 millones de turistas, con un aumento del 40% en comparación

con el año anterior. El turismo interno representó el 80% del total de visitantes, con una estancia promedio de 4.5 noches y un gasto promedio por turista de \$10,000 pesos. Estos números reflejan una recuperación gradual, con un énfasis en el turismo de proximidad y las escapadas de fin de semana.

Situación de los 4 Elementos del Turismo

1.- Alojamiento

- La ocupación hotelera en Salta alcanzó el 65% de los niveles previos a la pandemia, con una alta demanda en establecimientos rurales y ecolodges, reflejando la preferencia por experiencias más íntimas y seguras.

2.- Gastronomía

- La gastronomía salteña, conocida por su tradición y autenticidad, se benefició del enfoque en productos locales y la gastronomía de kilómetro cero, conocidas técnicamente con Slow Food. Los restaurantes adaptaron su oferta, con un incremento en las opciones de take-away y la digitalización de los menús.

3.- Transporte

- La conectividad terrestre mejoró, con un aumento en el turismo carretero, mientras que el transporte aéreo se recuperó lentamente. Las rutas turísticas como la Ruta 40 y la Ruta del Vino fueron promocionadas como seguras y atractivas para el turismo de proximidad.

4.- Esparcimiento

- Las actividades al aire libre, como el trekking, las cabalgatas, el ciclismo y el turismo de aventura, se convirtieron en las opciones preferidas, dada la necesidad de evitar aglomeraciones y garantizar la seguridad sanitaria. Además, el astroturismo y las visitas a áreas naturales protegidas ganaron popularidad.

ANÁLISIS PESTEL DEL DESARROLLO ACTUAL DEL TURISMO PROVINCIAL SALTEÑO DESPUÉS DE LA PANDEMIA

Análisis del Sector Turístico en la Provincia de Salta (2019-2023)

SECTOR TURÍSTICO	2019	2022	2023 (Proyectado al 31/12)	Variación 2019-2023	Variación 2022-2023
Total de TURISTAS	2.017.368	2.003.709	2.210.000	+9,5%	+10,3%
Cantidad de Plazas Ofrecidas	21.058	21.457 (*)	24.481 (*)	+16,3%	+14,1%
Cantidad de Alojamientos	510	780 (*)	1.201 (*)	+135,5%	+54,0%
Cantidad de Agencias de Viaje	191	164	164	-14,1%	-
Cantidad de Prestadores de Turismo Aventura / Alternativo	32	35	38	+18,8%	+8,6%

1.- Cuadro 1: Evolución del Turismo en Salta: Datos Claves

2.- Impacto Económico y Empleo en el Sector

SECTOR TURÍSTICO	2020	2021	2022	2023 (Proyectado al 31/12)
Total de TURISTAS	381.964 (Sólo verano)	1.308.639	2.003.709	2.210.000
Cantidad de Plazas Ofrecidas	21.032	20.255	21.457	24.481
Cantidad de Alojamientos	542	548	780	1.201
Cantidad de Agencias de Viaje	184	164	164	164
Cantidad de Prestadores de Turismo Aventura / Alternativo	32	44	35	38
Impacto Económico Turístico Agregado (en millones de pesos)	1.803 (Sólo verano)	10.545	72.152	169.541
Puestos de trabajo directos e indirectos del Sector	40.504	46.470	50.335	55.311

Cuadro 2: Referencias- Anuario 2023 – Sector Turístico – Provincia de Salta, actualizado al 8 de noviembre de 2023.

3.- Análisis y Reflexiones

Recuperación y Crecimiento Post-Pandemia

- La provincia de Salta demostró una notable capacidad de recuperación y crecimiento en el sector turístico después del impacto de la pandemia. En 2020, durante la crisis sanitaria, el número de turistas cayó dramáticamente a 381.964, pero desde entonces hubo un incremento sostenido, alcanzando niveles proyectados para 2023 superiores a los de 2019.
- El aumento en la cantidad de plazas ofrecidas (+16,3% entre 2019 y 2023) y en la cantidad de alojamientos (+135,5% en el mismo período) refleja una expansión significativa de la infraestructura turística, necesaria para soportar el creciente número de visitantes.

Impacto Económico

- El impacto económico del turismo en Salta mostró un crecimiento impresionante, especialmente entre 2022 y 2023, donde se proyectó casi triplicar el impacto económico, pasando de \$72.152 millones a \$169.541 millones. Este crecimiento no solo es un indicativo de la recuperación del turismo, sino también de su expansión como sector económico clave en la provincia.

- La generación de empleo en el sector turístico también siguió una tendencia positiva, con un crecimiento proyectado del 37% en los puestos de trabajo entre 2020 y 2023, subrayando el papel primordial del turismo en la creación de oportunidades laborales.

Desafíos y Oportunidades

- A pesar del crecimiento en la infraestructura turística, la cantidad de agencias de viaje no siguió la misma tendencia expansiva, mostrando una disminución del 14,1% desde 2019 y sin cambios significativos desde 2022. Esto podría señalar un cambio en el comportamiento de los turistas, que están optando por otras formas de organización de sus viajes, como la reserva directa a través de plataformas en línea.

- Por otro lado, el crecimiento en el número de prestadores de turismo aventura y alternativo (+18,8% desde 2019) refleja una diversificación de la oferta turística en la provincia, alineada con las tendencias globales hacia el turismo experiencial y sostenible.

El análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) proporciona una visión detallada de los factores que influyen en el turismo de la provincia de Salta en el contexto posterior a la pandemia. A continuación, se aplican los elementos del análisis PESTEL al turismo provincial salteño:

1.- Factores Políticos

- ✓ **Apoyo gubernamental y políticas turísticas:** El gobierno provincial de Salta jugó un rol clave en la reactivación del turismo a través de políticas de incentivo, como la promoción de la provincia como un destino seguro y la implementación de campañas de marketing enfocadas en el turismo interno. Las alianzas estratégicas con el gobierno nacional y el sector privado fueron fundamentales para la recuperación del sector.
- ✓ **Descentralización y gestión local:** La gestión del turismo en Salta se caracteriza por un enfoque descentralizado, donde los municipios tienen un rol importante en la promoción de sus destinos. Este enfoque permite una mayor adaptación a las necesidades locales, aunque también requiere coordinación para mantener una imagen coherente de la provincia como destino turístico.

2.- Factores Económicos

- ✓ **Recuperación económica post-pandemia:** La economía de Salta, fuertemente dependiente del turismo, experimentó una contracción significativa durante la pandemia. Sin embargo, la recuperación económica fue gradual, impulsada por el turismo interno y el retorno de visitantes internacionales. El tipo de cambio favorable para países limítrofes y las iniciativas de promoción turística incentivaron el turismo doméstico, compensando en parte la caída del turismo extranjero.

- ✓ **Impacto en la economía local:** La reactivación del turismo tuvo un impacto positivo en la economía local, especialmente en sectores como la gastronomía, el alojamiento y los servicios de transporte. Sin embargo, la inflación y las limitaciones de poder adquisitivo siguen siendo desafíos que afectan la demanda turística.

3.- **Factores Sociales**

- ✓ **Cambios en las preferencias de los turistas:** Los turistas, tanto locales como nacionales, muestran una creciente preferencia por experiencias al aire libre, culturales y de naturaleza. Destinos como los Valles Calchaquíes, la Quebrada de San Lorenzo y los circuitos de turismo rural ganaron popularidad, reflejando una demanda por opciones seguras y menos concurridas.
- ✓ **Enfoque en el turismo inclusivo:** Salta realizó concentrados esfuerzos para diversificar su oferta turística y hacerla más inclusiva, atendiendo a un público más amplio, incluyendo familias, grupos de jóvenes y personas mayores. La accesibilidad y la oferta de servicios adaptados fueron prioridades en el desarrollo turístico de la provincia.

4.- **Factores Tecnológicos**

- ✓ **Digitalización del sector turístico:** La pandemia aceleró la digitalización del turismo en Salta, con un aumento en el uso de plataformas digitales para reservas, promociones y guías turísticas. Las redes sociales y las aplicaciones móviles fueron esenciales para mantener la visibilidad de los destinos salteños y atraer turistas en un entorno altamente competitivo.
- ✓ **Innovación en la promoción turística:** La provincia adoptó tecnologías avanzadas como la realidad virtual y los recorridos virtuales para

promocionar sus destinos. Estas innovaciones permiten a los potenciales turistas explorar los destinos de forma segura y atractiva antes de realizar su viaje.

5.- Factores Ecológicos

- ✓ **Enfoque en el turismo sostenible:** La sostenibilidad se convirtió en un pilar central del desarrollo turístico en Salta. La provincia promovió prácticas de turismo responsable, como la conservación de áreas naturales protegidas y la implementación de políticas ambientales que minimizan el impacto ecológico del turismo. Destinos como el Parque Nacional Los Cardones y la Quebrada de las Conchas son ejemplos de la integración de la conservación ambiental con la oferta turística.
- ✓ **Desafíos ambientales y climáticos:** El cambio climático y los desafíos ambientales, como la desertificación y la variabilidad climática, representan amenazas significativas para algunos destinos turísticos en Salta. La gestión de riesgos ambientales y la adaptación a los cambios climáticos son importantes para la sostenibilidad a largo plazo del turismo en la región.

6.- Factores Legales

- ✓ **Regulación sanitaria y protocolos post-pandemia:** La implementación de protocolos sanitarios rigurosos fue esencial para garantizar la seguridad de los turistas y los residentes durante la reactivación del turismo en Salta. Estos protocolos, desarrollados en colaboración con las autoridades sanitarias y el sector turístico, contribuyeron a mantener la confianza de los turistas en la provincia como un destino seguro.
- ✓ **Legislación y normativas sobre turismo:** La legislación provincial apoyó la recuperación del sector turístico mediante normativas que

facilitan la operación de empresas turísticas, la protección de los derechos de los turistas y la promoción de inversiones en infraestructura turística. La colaboración entre el sector público y privado fue clave en la implementación de estas normativas.

El análisis PESTEL muestra que el turismo en Salta, tras la pandemia, se desarrolla en un entorno con desafíos y oportunidades. La respuesta efectiva a los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales permitió que la provincia no solo se recupere, sino que también refuerce su posicionamiento como un destino turístico destacado en Argentina. La sostenibilidad, la innovación y la adaptación a las nuevas demandas del mercado serán fundamentales para un crecimiento continuo y positivo, tanto en la economía local como en la calidad de vida de los residentes.

La recuperación post-pandemia en Salta fue significativa, impulsada por la adaptación de la oferta turística a las nuevas demandas de los viajeros y el respaldo de políticas gubernamentales. La diversificación de productos turísticos y el enfoque en la sostenibilidad fueron clave para revitalizar el sector y asegurar su crecimiento a largo plazo.

En resumen, la provincia demostró una notable resiliencia en su sector turístico, con un crecimiento sólido en infraestructura y en el número de turistas. Este crecimiento subraya la importancia del turismo como motor de desarrollo económico en la región. No obstante, será esencial continuar monitoreando la evolución de las agencias de viaje y diversificando la oferta turística para mantener este crecimiento de manera sostenible en el futuro.

D) SITUACIÓN DEL TURISMO MUNICIPAL DE CAMPO QUIJANO DESPUÉS DE LA PANDEMIA

Contexto General

El municipio de Campo Quijano, conocido como "*El Portal de los Andes*" es un destino con un gran potencial turístico, caracterizado por su proximidad a Salta capital, su riqueza natural y cultural, y su oferta de turismo rural y de aventura. La pandemia de COVID-19 afectó de manera considerable el flujo turístico en esta región, como en el resto del mundo. Sin embargo, gracias a los esfuerzos conjuntos del gobierno provincial y municipal, se implementaron estrategias de reactivación que permitieron una recuperación gradual del sector.

Según datos proporcionados por el *Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta y la Secretaría de Turismo de Campo Quijano*, el municipio experimentó un incremento en el turismo interno post-pandemia, con un enfoque en el turismo de proximidad y el turismo de naturaleza, que fueron los segmentos que más rápidamente se recuperaron.

Impacto en los Destinos Turísticos del Municipio

Campo Quijano cuenta con varios potenciales destinos turísticos relevantes, como la Quebrada del Toro, Santa Rosa de Tastil, la laguna de Flamencos, el Dique Las Lomitas, y áreas rurales que ofrecen experiencias auténticas de agroturismo y turismo de aventura, como La Merced Chica, El Encón y La Silleta.

1.- Quebrada del Toro

- **Afluencia Turística:** La Quebrada del Toro es uno de los destinos más emblemáticos del municipio, atrayendo a turistas nacionales e internacionales interesados en la naturaleza y la cultura andina. Después de la pandemia, se observó un aumento en la visita de turistas nacionales,

mientras que la llegada de turistas internacionales se recuperó más lentamente.

- **Alojamiento y Gastronomía:** Las estancias rurales y pequeños hostales se adaptaron a los protocolos sanitarios, lo que permitió mantener una ocupación estable durante los fines de semana largos y las vacaciones. La gastronomía local, basada en productos de la región, fue un atractivo adicional para los visitantes.
- **Transporte:** La conectividad terrestre, especialmente a través de la Ruta Nacional 51, fue importante para la accesibilidad de la zona. La mejora en la infraestructura vial contribuyó a que los turistas eligieran esta ruta para escapadas cortas.
- **Esporcimiento:** Las actividades al aire libre, como el trekking, cabalgatas y la observación de flora y fauna, se convirtieron en las opciones preferidas por los turistas, en línea con la tendencia global de buscar destinos menos concurridos y más seguros.

2.- **Dique Las Lomitas**

- **Afluencia Turística:** Este atractivo natural, que combina actividades recreativas y deportivas, vio un repunte en la afluencia de turistas locales, principalmente familias y jóvenes interesados en deportes acuáticos y actividades al aire libre, como la pesca y caminatas ecológicas.
- **Alojamiento y Gastronomía:** La oferta de alojamiento cercano al dique incluye cabañas y campings, que se beneficiaron de la demanda de opciones de hospedaje en entornos naturales. Los servicios gastronómicos adaptaron su oferta para cumplir con las normativas de seguridad alimentaria post-pandemia.

- **Transporte:** El acceso al Dique Las Lomitas es mayormente por carretera, facilitado por la mejora en la señalización y la infraestructura, lo que hizo que más turistas locales lo eligieran como destino.
- **Esparcimiento:** Las actividades de esparcimiento incluyeron pesca, navegación en kayak y picnic, con un incremento en la participación debido a la preferencia por actividades en espacios abiertos.

3.- **Zona Rural y Áreas de Agroturismo**

- **Afluencia Turística:** El turismo rural y de agroturismo experimentó un crecimiento notable, atrayendo a turistas interesados en experiencias auténticas, como la participación en actividades agrícolas y la interacción con la comunidad local.
- **Alojamiento y Gastronomía:** Las estancias y fincas que ofrecen experiencias de agroturismo registraron una alta ocupación durante todo el año. La gastronomía rural, con productos frescos y de producción local, fue un atractivo clave para los visitantes.
- **Transporte:** La accesibilidad a estas áreas rurales mejoró gracias a la rehabilitación de caminos y la promoción de rutas turísticas específicas.
- **Esparcimiento:** Las actividades vinculadas al agroturismo, como la recolección de frutos, la producción de quesos y la visita a huertas orgánicas, ganaron popularidad entre los turistas que buscaban una conexión más profunda con la naturaleza y la cultura local.

Datos Estadísticos del Movimiento de Turistas

De acuerdo con la Dirección de Turismo de Campo Quijano, el flujo de turistas en 2022 mostró una recuperación respecto a los niveles previos a la pandemia:

- ❖ **Turistas Internacionales:** La llegada de turistas internacionales aún no alcanzó los niveles previos a la pandemia, representando solo un 30% de las cifras de 2019. Sin embargo, se observó un incremento gradual en la afluencia de turistas europeos y norteamericanos interesados en el ecoturismo y el turismo cultural.

- ❖ **Turistas Nacionales:** El turismo nacional se recuperó con mayor rapidez, representando un 70% del total de visitantes en 2022. La mayoría provenía de provincias cercanas como Tucumán, Jujuy, y Santiago del Estero, así como de Buenos Aires durante la temporada alta.

- ❖ **Turistas Provinciales:** El turismo provincial fue el segmento más fuerte, representando un 50% del total de visitantes. Los salteños aprovecharon la cercanía para realizar escapadas de fin de semana, especialmente durante feriados y vacaciones.

Situación de los 4 Elementos del Turismo

1.- Alojamiento

- La ocupación en los establecimientos de alojamiento de Campo Quijano, incluidos hostales, cabañas y estancias rurales, alcanzó un promedio del 60% en 2022, con picos de hasta el 80% durante los fines de semana largos y la temporada de verano.

2.- Gastronomía

- La gastronomía local se vio fortalecida por la tendencia hacia la cocina con productos frescos y locales. Los restaurantes y mercados locales adaptaron

su oferta para incluir opciones al aire libre y servicio de entrega a domicilio, alineándose con las preferencias de los turistas post-pandemia.

3.- Transporte

- El transporte terrestre fue el principal medio de acceso a Campo Quijano, con un aumento en el uso de vehículos particulares, alquiler de coches y transporte de turismo. La infraestructura vial, mejorada con el apoyo del gobierno provincial y nacional, facilitó el acceso a los principales atractivos turísticos del municipio.

4.- Esparcimiento

- Las actividades de esparcimiento al aire libre, como caminatas, cabalgatas, y visitas a sitios naturales, fueron las más demandadas. La promoción del yogaturismo y el ecoturismo en la región también atrajo a un segmento de turistas interesados en experiencias sostenibles y en contacto con la naturaleza.

Informe sobre la Situación del Turismo en Campo Quijano:

Noviembre 2023 – Julio 2024

Este informe analiza las estadísticas de turismo en Campo Quijano desde su incorporación al Relevamiento Hotelero Diario en noviembre de 2023, hasta julio de 2024. Se consideran dos indicadores clave: la Tasa de Ocupación por mes y el Pernocte Promedio por mes.

1.- Tasa de Ocupación

La tasa de ocupación en Campo Quijano muestra fluctuaciones significativas a lo largo del período analizado:

	Mes	Tasa de Ocupación
AÑO 2023	Noviembre	45,7%
	Diciembre	37,9%
AÑO 2024	Enero	47,9%
	Febrero	49,9%
	Marzo	49,2%
	Abril	38,5%
	Mayo	27,2%
	Junio	40,9%
	Julio	49,2%

Cuadro 3: Tasa de Ocupación de Campo Quijano

Análisis:

a.- Tendencias Estacionales: La tasa de ocupación muestra un patrón estacional claro, con picos en los meses de verano (noviembre a marzo), alcanzando su máximo en febrero con un 49,9%. Estos picos se atribuyen a las vacaciones estivales y eventos locales que atraen a turistas.

b.- Baja Estacional: Se observa una marcada disminución en mayo, donde la tasa cae al 27,2%, probablemente debido a la temporada baja y la ausencia de eventos importantes. Sin embargo, en junio y julio la ocupación vuelve a aumentar, llegando nuevamente al 49,2% en julio, lo que podría estar

relacionado con las vacaciones de invierno y la posible realización de eventos regionales.

2.- Pernocte Promedio

El pernocte promedio por mes también presenta variaciones durante el período analizado:

❖ Noviembre 2023:	1,3 noches
❖ Diciembre 2023:	1,3 noches
❖ Enero 2024:	1,3 noches
❖ Febrero 2024:	1,5 noches
❖ Marzo 2024	1,7 noches
❖ Abril 2024:	2,8 noches
❖ Mayo 2024:	1,2 noches
❖ Junio 2024:	1,2 noches
❖ Julio 2024:	1,9 noches

Cuadro 4: Pernocte promedio de Turistas.

Análisis:

- ❖ **Duración de la Estancia:** El pernocte promedio es generalmente bajo, con una estancia media de entre 1,2 y 1,5 noches durante la mayor parte del período. Sin embargo, marzo y abril destacan con pernoctes de 1,7 y 2,8

noches respectivamente, lo que sugiere que los visitantes en estos meses optan por estancias más prolongadas, posiblemente para disfrutar de actividades turísticas específicas o debido a un aumento en la oferta de servicios y atracciones.

- ❖ **Caída en Mayo y Junio:** Mayo y junio presentan el pernocte más bajo con 1,2 noches, lo cual coincide con la tasa de ocupación más baja, indicando una temporada baja en términos de actividad turística.

Conclusiones Generales

- ❖ **Patrón Estacional:** Los datos revelan un patrón estacional marcado en Campo Quijano, con mayores tasas de ocupación y pernoctes más largos durante las temporadas de verano y vacaciones de invierno, mientras que mayo y junio representan la temporada baja.
- ❖ **Oportunidades de Crecimiento:** La fluctuación en las tasas de ocupación y el pernocte promedio sugiere la necesidad de desarrollar estrategias para mitigar la estacionalidad, como la **organización de eventos y promociones turísticas** durante los meses de menor actividad.
- ❖ **Importancia de Marzo y Abril:** Los meses de marzo y abril emergen como períodos importantes en términos de pernocte, lo cual indica una oportunidad para potenciar las ofertas turísticas en estos meses y capitalizar la tendencia a estancias más largas.

En resumen, el Municipio de Campo Quijano muestra un comportamiento turístico dinámico con desafíos estacionales. Para asegurar un crecimiento sostenido, será esencial implementar estrategias que atraigan visitantes durante todo el año, maximizando el potencial de la región como destino turístico.

ANÁLISIS PESTEL DEL DESARROLLO ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO DESPUÉS DE LA PANDEMIA

El análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) es una herramienta útil para entender los factores que afectan el desarrollo turístico en Campo Quijano después de la pandemia. A continuación, se exploran estos factores en el contexto específico del municipio:

1.- Factores Políticos

- **Políticas de promoción y apoyo gubernamental:** El gobierno municipal, en coordinación con las autoridades provinciales, implementó políticas para revitalizar el turismo en Campo Quijano. Iniciativas como la promoción de eventos locales, festividades religiosas y actividades culturales fueron claves para atraer visitantes y apoyar a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) turísticas.
- **Coordinación interinstitucional:** La colaboración entre distintas instituciones, incluyendo el sector privado, fue fundamental para la reactivación del turismo. Esta coordinación permitió una mayor eficiencia en la promoción y organización de eventos turísticos, lo que mejoró la visibilidad del municipio como destino.

2.- Factores Económicos

- **Recuperación económica y turismo:** Campo Quijano, con una economía local que depende en cierta parte del turismo, experimentó una recuperación lenta pero positiva. El turismo interno jugó un rol importante, impulsado por las restricciones de viaje internacionales y el redescubrimiento de destinos locales por parte de los argentinos. Sin

embargo, la inflación y la capacidad de gasto limitada de los turistas siguen siendo retos para el sector.

- **Diversificación de la oferta turística:** Para mitigar la dependencia de un solo tipo de turismo, el municipio trabajó en diversificar su oferta, promoviendo el turismo de naturaleza, aventura, y religioso. Este enfoque permitió atraer a diferentes segmentos de turistas, lo que contribuye en menor parte, a la estabilidad económica del municipio.

3.- Factores Sociales

- **Cambios en las preferencias turísticas:** La pandemia influyó en las preferencias de los turistas, quienes ahora buscan destinos menos masificados y con mayor contacto con la naturaleza. Campo Quijano, con su proximidad a los paisajes naturales de la Quebrada del Toro y el Valle de Lerma, está capitalizando esta tendencia, promoviendo actividades como el senderismo, el astroturismo, la observación de aves y el turismo rural.
- **Participación comunitaria:** La comunidad local desempeñó un rol activo en la revitalización del turismo, con un enfoque en el turismo comunitario y sostenible. El involucramiento de la comunidad en la gestión turística asegura que el desarrollo sea inclusivo y beneficie a los residentes locales, fortaleciendo el tejido social del municipio.

4.- Factores Tecnológicos

- **Adopción de tecnologías digitales:** La digitalización del sector turístico fue crucial para mantener la competitividad de Campo Quijano. El uso de plataformas digitales para la promoción turística, reservas en línea, y el marketing en redes sociales permitió al municipio llegar a un público más

amplio y diverso. Además, la tecnología digital facilitó la creación de experiencias virtuales, como recorridos en línea y campañas interactivas.

- **Desafíos en la infraestructura tecnológica:** Aunque se realizaron pequeños avances, la infraestructura tecnológica en Campo Quijano aún enfrenta desafíos, como la conectividad limitada en áreas rurales, que constituyen un grave problema sobre todo para las reservas de alojamientos y servicios. Mejorar la infraestructura tecnológica es esencial para continuar impulsando el desarrollo turístico.

5.- Factores Ecológicos

- **Sostenibilidad y conservación:** Campo Quijano, con su entorno natural privilegiado, puso un fuerte énfasis en el turismo sostenible. La preservación del medio ambiente es crucial para el atractivo turístico del municipio, y se buscan implementar políticas para minimizar el impacto ambiental del turismo. La promoción de prácticas de turismo responsable y la conservación de áreas naturales serán prioridades en la agenda municipal.
- **Riesgos ambientales:** El cambio climático y otros riesgos ambientales, como las sequías, las tormentas torrenciales y la erosión, representan amenazas para la sostenibilidad a largo plazo del turismo en Campo Quijano. La gestión adecuada de estos riesgos es necesaria para proteger los recursos naturales que son fundamentales para el turismo.

6.- Factores Legales

- **Normativas sanitarias y protocolos post-pandemia:** La implementación de protocolos sanitarios fue fundamental para la reactivación segura del turismo en Campo Quijano, a tal efecto se armó el **grupo COE Campo**

Quijano. Estas medidas ayudaron a restaurar la confianza de los turistas y garantizar la seguridad tanto de los visitantes como de la comunidad local.

- **Regulación del desarrollo turístico:** El marco legal en Campo Quijano está evolucionado para apoyar un desarrollo turístico ordenado y sostenible. Las normativas locales se centran en la protección del patrimonio natural y cultural, la regulación de la oferta de servicios turísticos, y la promoción de inversiones responsables en el sector.

El análisis PESTEL del desarrollo actual del turismo en Campo Quijano revela un **entorno complejo** pero lleno de **oportunidades**. Los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales influyeron significativamente en la manera en que el municipio se va recuperando y adaptando a las nuevas realidades del turismo post-pandemia. La implementación de estrategias que consideren estos factores será vital para el crecimiento sostenido del turismo en Campo Quijano, asegurando que este desarrollo sea **inclusivo, sostenible y beneficioso** para toda la comunidad.

La situación del turismo en Campo Quijano después de la pandemia muestra una recuperación sostenida, especialmente en el turismo interno y rural. La adaptación a las nuevas demandas y la implementación de estrategias de promoción y seguridad fueron fundamentales para revitalizar el sector. La tendencia hacia el turismo de proximidad y la búsqueda de experiencias auténticas en entornos naturales están posicionando a Campo Quijano como un destino atractivo para los turistas nacionales y provinciales, y el gran desafío de sumar los internacionales.

FORTALECIMIENTO TERRITORIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN CAMPO QUIJANO

Recordemos que los objetivos de este trabajo final titulado "*Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios: Un Enfoque Innovador para Campo Quijano*" y cuyos objetivos principales y específicos, hacen necesario destacar la importancia de

desarrollar acciones que aprovechen las características intrínsecas del Municipio de Campo Quijano, orientadas hacia un equilibrio territorial y una mejora en la calidad de vida de sus habitantes. Este enfoque está en línea con el objetivo general de la tesis, que busca crear una estrategia de desarrollo turístico y de negocios que se inserte en la oferta turística tradicional de la Provincia de Salta, aprovechando y potenciando los recursos y atractivos locales del Municipio.

El énfasis en la necesidad de contar con herramientas útiles para la comprensión del territorio local y el fortalecimiento de las instituciones también es clave para la planificación y ejecución de estrategias que sean sostenibles a largo plazo. Este aspecto se conecta con la meta de diseñar actividades turísticas, culturales, deportivas y científicas que no solo atraigan a diferentes tipos de turistas, sino que también fomenten un desarrollo equilibrado y sostenible en el ámbito local.

Este tema fue tratado por C. Michael Hall, en su libro ***“Planificación del Turismo: Políticas, Procesos y Relaciones”*** - Editorial: Pearson Education – (Año 2008) - Reino Unido (25), donde se aborda la necesidad de integrar factores territoriales e institucionales para garantizar un desarrollo sostenible. Además, se destaca la relevancia de actividades turísticas diversificadas que promuevan el equilibrio en el desarrollo local.

Este autor es una referencia en el campo de la planificación turística y desarrollo sostenible, y su obra refleja los principios que aquí se plantean. Además, se destaca la importancia de la previsibilidad, la formación de consenso, y la actualización de información como elementos cruciales para un desarrollo territorial efectivo. Esto se alinea con la necesidad de identificar y coordinar a los actores relevantes, tanto dentro del municipio como en relación con otras jurisdicciones, para generar una agenda común que maximice el impacto territorial, un aspecto esencial para la implementación de las estrategias propuestas en este trabajo.

Asimismo, se menciona que el papel fundamental de los municipios en la promoción de un desarrollo local sustentable refuerza la responsabilidad de Campo Quijano en armonizar el crecimiento económico, la equidad social y el cuidado ambiental, objetivos que son fundamentales para cualquier estrategia de desarrollo turístico y de negocios que aspire a ser innovadora y efectiva, como se propondrá en este trabajo.

Alcances del Estudio de Campo Quijano:

Diagnóstico y Propuestas para el Desarrollo Turístico

El presente documento sintetiza los resultados de las etapas de diagnóstico y las actividades de planificación que se alinean con el *Plan de Fortalecimiento Institucional para Municipios*, existentes en las provincias y cada municipio de Argentina.

La información presentada aquí incluirá una recopilación de investigaciones personales, así como estudios sectoriales elaborados por diversas instituciones involucradas en el turismo, proporcionando una fuente actualizada y relevante de datos locales. Este documento servirá como base para la toma de decisiones y el desarrollo de estudios sectoriales específicos que se realicen en el futuro, orientados a la formulación de proyectos de desarrollo turístico y comercial en el municipio de Campo Quijano.

Se presentará una visión sintetizada de la realidad local, así como una evaluación del estado del conocimiento y las fuentes de información en los sectores involucrados. Se orienta a abordar las problemáticas existentes, identificando situaciones de conflicto urbano, como los que está generando el desarrollo de la minería, o el estado de accesibilidad de la Ruta Nac. 51 y proponiendo soluciones innovadoras y efectivas, en consonancia con las dimensiones y escalas de análisis requeridas.

Además, es importante destacar que, en la concepción de este estudio, se consideran los compromisos internacionales a los que adhirió la República Argentina en años recientes, como el **Corredor Bioceánico entre Brasil, Paraguay, Argentina y Chile**. Los alcances y las propuestas de desarrollo turístico y comercial se alinean con estos compromisos, asegurando que las estrategias formuladas sean coherentes con las normativas y estándares internacionales en materia de desarrollo sostenible y planificación territorial.

ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO

Al mencionar la Oferta Turística de Campo Quijano, se hace sumamente necesario, destacar los atractivos naturales y los creados por el hombre a la hora de analizar las estrategias que necesitaremos para poner en valor los mismos.

Mencionaremos un listado detallado de los principales atractivos turísticos que ofrece el Municipio de Campo Quijano conocido popularmente como *“El Portal de los Andes”*, debido a su ubicación estratégica y sus recursos naturales y culturales, siempre de acuerdo a los datos obtenidos en el **Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta**:

1.- POBLACIONES

1.1.- La Merced Chica

- ❖ **Descripción:** Ubicada en el departamento de Rosario de Lerma, Salta, es una pequeña localidad que forma parte del Valle de Lerma. Se encuentra a corta distancia de la ciudad de Salta, lo que la convierte en un lugar de fácil acceso y en un sitio interesante para el desarrollo turístico, aunque menos explorado en comparación con otros municipios cercanos como

Campo Quijano. La Merced Chica se sitúa en una zona privilegiada del Valle de Lerma, rodeada de paisajes montañosos y áreas verdes, que la hacen atractiva para los visitantes que buscan tranquilidad y contacto con la naturaleza. Como muchas localidades de la región, La Merced Chica tiene una economía basada en actividades agrícolas y ganaderas, con productos tradicionales como el tabaco y la horticultura. Sin embargo, está en proceso de diversificación, explorando nuevas oportunidades en el turismo y la producción orgánica.

- ❖ **Atracción Principal:** La localidad está rodeada por paisajes que invitan a realizar actividades al aire libre como trekking, paseos a caballo y exploración de la flora y fauna local. Posee un clima templado, ideal para la agricultura y el turismo, especialmente durante los meses de primavera y verano. Si bien no cuenta con un desarrollo turístico masivo, La Merced Chica tiene un gran potencial para ofrecer experiencias rurales y ecoturísticas. Al estar cerca de Rosario de Lerma y Campo Quijano, se beneficia del tránsito de turistas que recorren la región, asimismo forma parte de la rica herencia cultural del Valle de Lerma, con festividades tradicionales, gastronomía local, y una vida comunitaria basada en costumbres rurales. Esto puede atraer a turistas interesados en el turismo cultural y vivencial.

1.2- **El Encón**

- ❖ **Descripción:** El Encón es una encantadora localidad rural enclavada en un entorno de campos extensos y montañas imponentes. Se destaca por la calidez y hospitalidad de sus habitantes, quienes viven a un ritmo pausado que permite a los visitantes desconectarse de la vida urbana. La autenticidad del lugar se refleja en su arquitectura sencilla y moderna, basada en adobe y piedra, y en sus tradiciones, que incluyen festividades locales y

celebraciones religiosas. Los visitantes tienen la oportunidad de participar en tareas cotidianas del campo, como la cosecha o el cuidado de animales, y de disfrutar de los paisajes naturales a través de los múltiples senderos que rodean la zona.

- ❖ **Atracción Principal:** Experiencia de vida rural auténtica y senderismo en paisajes naturales. Los recorridos por los senderos permiten a los visitantes conectarse con la naturaleza, disfrutar de vistas panorámicas y, ocasionalmente, avistar fauna local, como zorros grises y aguiluchos.

1.3.- La Silleta

- ❖ **Descripción:** La Silleta es un apacible poblado en el corazón del Valle de Lerma, rodeado de un exuberante entorno agrícola. Es un lugar que mantiene viva la esencia de la vida rural salteña, con paisajes dominados por campos de cultivos, huertas familiares y fincas ganaderas. Este ambiente lo convierte en un destino ideal para quienes buscan una escapada tranquila, donde es posible realizar actividades como caminatas por senderos verdes, paseos a caballo y visitas a pequeñas granjas donde se puede aprender sobre agricultura ecológica y técnicas tradicionales de cultivo. La Silleta es también un excelente punto de partida para explorar las fincas tabacaleras y sus estufas eléctricas, reconocidas por sus cascos de fincas de arquitectura colonial.

- ❖ **Atracción Principal:** Turismo rural, actividades agrícolas, y conexión con la naturaleza en un entorno sereno. Los visitantes pueden disfrutar de la recolección de productos frescos, degustar sabrosos quesos locales y participar en talleres sobre técnicas de cultivo tradicionales. Cuna en toda Argentina de las famosas Cabalgatas a la Luz de la Luna.

1.4.- Campo Quijano

- ❖ **Descripción:** Campo Quijano, conocido como "*El Portal de los Andes*", es una localidad vibrante que combina la historia ferroviaria con un creciente desarrollo urbano/minero/turístico. Situado en la antesala de la Quebrada del Toro, este pueblo es un importante punto de partida para explorar los majestuosos paisajes de la región, incluyendo el famoso Tren a las Nubes. Su cercanía a diversos parajes naturales lo convierte en un lugar ideal para los amantes del ecoturismo y las actividades al aire libre. Además, Campo Quijano supo preservar su rica herencia cultural, con tradiciones festivas gauchescas y una gastronomía local que deleita a sus visitantes.

- ❖ **Atracción Principal:** Punto de partida para el cruce de la Cordillera de los Andes, propuestas de ecoturismo y actividades al aire libre. La experiencia en Campo Quijano incluye senderismo, avistamiento de aves, y la degustación de platos típicos como las empanadas salteñas, tamales y el locro. Dentro de poco tiempo será Declarado por las Honorables Cámaras Legislativas como Capital Provincial de la Tradición.

1.5.- Chorrillos

- ❖ **Descripción:** Chorrillos es una pequeña y pintoresca localidad ubicada en la Quebrada del Toro, un lugar rodeado de imponentes montañas que forman parte de los Andes. Su proximidad a rutas de trekking lo convierte en un excelente punto de partida para exploraciones más aventureras. Este rincón del norte argentino es perfecto para los amantes de la naturaleza, ofreciendo oportunidades para descubrir la rica biodiversidad local, que incluye especies endémicas de flora y fauna. Además, Chorrillos es un destino ideal para aquellos interesados en el turismo geológico, ya que en sus cercanías se pueden observar formaciones rocosas únicas y fenómenos naturales como las cascadas que dan nombre al lugar.

- ❖ **Atracción Principal:** Base para actividades de montaña, trekking y observación de la flora y fauna autóctona. Es un punto de encuentro para los que desean explorar los recovecos de la Quebrada del Toro y disfrutar de la tranquilidad de un entorno prácticamente inalterado.

1.6.- Paraje Incahuasi

- ❖ **Descripción:** El Paraje Incahuasi, cuyo nombre significa "Casa del Inca," es una formación geológica singular ubicada en un entorno remoto y de gran belleza natural. Este sitio es un testimonio de la presencia prehispánica en la región, siendo un lugar de interés para arqueólogos y turistas que buscan entender mejor la historia y cultura andina. Rodeado de paisajes desérticos y montañosos, Incahuasi ofrece una experiencia única para aquellos que se aventuran a descubrir sus secretos. La zona también es conocida por su tranquilidad y la posibilidad de observar cielos estrellados, lo que la convierte en un lugar ideal para el astroturismo.
- ❖ **Atracción Principal:** Formación rocosa de valor arqueológico e histórico, con un entorno natural propicio para el senderismo y la observación de cielos nocturnos.

1.7.- Paraje Ingeniero Maury

- ❖ **Descripción:** Ingeniero Maury es un paraje que lleva el nombre del ingeniero estadounidense Richard Fontaine Maury, quien tuvo un papel crucial en la construcción del Tren a las Nubes, una de las obras de

ingeniería más destacadas de Argentina. Ubicado en la Quebrada del Toro, este sitio ofrece vistas impresionantes de la infraestructura ferroviaria y de los paisajes circundantes. Es un lugar de paso para quienes recorren la Ruta Nacional 51, y un punto de interés para aquellos apasionados por la historia del ferrocarril y la ingeniería. Además, su entorno natural es ideal para actividades de senderismo y fotografía, especialmente para capturar la majestuosidad del tren serpenteando entre las montañas.

- ❖ **Atracción Principal:** Sitio histórico relacionado con el Tren a las Nubes, y vistas panorámicas de la infraestructura ferroviaria en un entorno natural de gran belleza.

1.8.- Gobernador Manuel Solá

- ❖ **Descripción:** Gobernador Manuel Solá es un pequeño poblado situado en una región con gran relevancia histórica y cultural en el noroeste argentino. Este lugar ofrece una inmersión en la vida rural andina, donde las tradiciones se mantienen vivas a través de las generaciones. La localidad es conocida por su autenticidad cultural, que se refleja en sus festividades religiosas, la fiesta del choclo capia, su música folclórica y su cocina tradicional. Es un destino ideal para quienes buscan una experiencia auténtica, lejos del turismo masivo, y desean conectarse con las raíces de la cultura andina. Además, su entorno natural permite realizar caminatas y explorar la biodiversidad local.
- ❖ **Atracción Principal:** Historia local, autenticidad cultural y experiencias rurales. Los visitantes pueden participar en festividades tradicionales, degustar platos típicos como la humita y el tamal, y explorar los senderos que rodean el caserío cercano a la estación de trenes.

1.9.- El Alfarcito

- ❖ **Descripción:** El Alfarcito es un pintoresco paraje situado a 90 kms de Campo Quijano, conocido por su arquitectura popular tradicional, con construcciones de adobe y techos de paja, que reflejan la herencia cultural de la región. Este lugar ofrece una experiencia tranquila y auténtica, donde los visitantes pueden disfrutar del turismo comunitario, interactuando con los residentes locales que mantienen vivas sus tradiciones y oficios. El Alfarcito también es un excelente punto de partida para explorar la Quebrada del Toro y sus alrededores, con oportunidades para realizar caminatas y observar la vida silvestre. Además, el lugar cuenta con un proyecto social y educativo, el Colegio Secundario de El Alfarcito, que busca mejorar las condiciones de vida de la comunidad, evitando la migración de los jóvenes, lo que añade un componente de turismo solidario a la visita.

- ❖ **Atracción Principal:** Turismo rural y cultural en un entorno tranquilo, con la posibilidad de participar en actividades comunitarias y educativas. Los visitantes conocerán la obra monumental que hizo el padre Sigmund Chifri, sobre las técnicas de construcción tradicionales y la vida rural en los Andes.

1. 10.- Santa Rosa de Tastil

- ❖ **Descripción:** Santa Rosa de Tastil es un sitio arqueológico de gran importancia histórica y cultural, ubicado en la Quebrada del Toro. Este lugar fue una vez uno de los asentamientos prehispánicos más grandes de la región, y hoy es un destino imperdible para los interesados en la arqueología y la historia andina. Las ruinas de Tastil, declaradas Monumento Histórico Nacional, ofrecen un fascinante recorrido por lo

que fue una ciudad incaica, con restos de viviendas, plazas y caminos que dan testimonio de la avanzada organización de sus antiguos habitantes. Además de su valor histórico, Santa Rosa de Tastil ofrece paisajes espectaculares y la oportunidad de realizar trekking y caminatas por la zona, explorando su rica biodiversidad.

- ❖ **Atracción Principal:** Ruinas arqueológicas de Tastil, trekking y exploración de la biodiversidad local. Es un lugar ideal para quienes desean profundizar en la historia prehispánica y disfrutar de los impresionantes paisajes de la Quebrada del Toro.

1. 11.- **Las Cuevas**

- ❖ **Descripción:** Ubicada en la Quebrada del Toro a catorce kilómetros al oeste de Santa Rosa de Tastil, se encuentra este poblado con una típica construcción en paja y adobe. Esta localidad nació al momento de la construcción del ferrocarril Belgrano. En esta zona montañosa se puede presenciar y acompañar la vida en comunidad.
- ❖ **Atracción Principal:** Durante el mes de noviembre tiene lugar la emotiva Fiesta Patronal de San Bernardo Abad. La experiencia es memorable cuando se recibe a los misachicos y se viven comuniones, bautismos y casamientos. Durante el momento de la procesión se comparte la devoción de las tradiciones prehispánicas se entrelazan con las costumbres religiosas al realizarse el ancestral **Baile del Suri**. Una manifestación de fe, única en el mundo.

2.- ATRACCIONES NATURALES Y PAISAJÍSTICAS

2.1.- Quebrada del Toro

- ❖ **Descripción:** La Quebrada del Toro es un espectacular sistema montañoso que forma parte de los Andes, conocido por sus imponentes formaciones rocosas, quebradas profundas y la rica biodiversidad que alberga. A lo largo de la quebrada, los visitantes pueden encontrar una mezcla fascinante de paisajes áridos y verdes valles, junto al famoso Río Toro que serpentea por la región. Es un lugar que capturó la imaginación de geólogos, biólogos y fotógrafos por igual debido a su complejidad geológica y su belleza escénica. Además, la Quebrada del Toro es un corredor natural que fue utilizado por siglos como una ruta de comercio y comunicación, lo que añade un componente histórico y cultural al entorno.

- ❖ **Atracción Principal:** Paisajes naturales y senderos para caminatas. Los visitantes pueden explorar varios senderos que ofrecen diferentes grados de dificultad, desde caminatas ligeras hasta rutas más desafiantes que llevan a miradores con vistas espectaculares. Es un lugar ideal para el trekking, la observación de aves y la fotografía paisajística, especialmente durante el amanecer o el atardecer cuando la luz transforma las montañas en una paleta de colores cálidos.

2.2.- Dique Las Lomitas

- ❖ **Descripción:** El Dique Las Lomitas es un embalse ubicado a 5 kms. de Campo Quijano, que se convirtió en un punto de encuentro popular para quienes buscan un escape tranquilo en medio de la naturaleza. Rodeado de áreas verdes y lomadas onduladas, el dique es un lugar perfecto para actividades recreativas como la pesca, donde se pueden capturar pequeñas especies como el pejerrey, o simplemente para disfrutar de un picnic en

familia mientras se observa la fauna local. Las Lomitas es también un excelente punto de partida para caminatas ligeras por los alrededores, donde se apreciará la vegetación autóctona y, con suerte, avistar algunas de las aves que habitan la región, como palometas y patos silvestres.

- ❖ **Atracción Principal:** Áreas verdes para esparcimiento y observación de fauna local. El entorno del dique ofrece oportunidades no solo para la recreación, sino también para la meditación y el disfrute del aire libre, en un ambiente sereno y apartado del bullicio de la ciudad.

2.3.- **Cerro El Gólgota**

- ❖ **Descripción:** El Cerro El Gólgota se alza majestuosamente al norte de Campo Quijano, siendo uno de los cerros más emblemáticos de la región para los aficionados al montañismo y el senderismo. El ascenso al cerro es un desafío que requiere buena condición física, pero que recompensa a los excursionistas con vistas impresionantes del Valle de Lerma y de la Quebrada del Toro. Durante la subida, es común encontrar una variedad de flora autóctona, como cardones y árboles de molle, así como avistar diversas especies de aves. Además de su atractivo natural, el cerro tiene un significado cultural y espiritual para los lugareños, que lo consideran un lugar sagrado.
- ❖ **Atracción Principal:** Ascenso desafiante con vistas panorámicas al valle. La cumbre del Cerro El Gólgota es un mirador natural que ofrece una vista de 360 grados de los paisajes circundantes, convirtiéndolo en un lugar ideal para la fotografía y la contemplación de la naturaleza.

2.4.- Sendero Cerro de la Cruz / Cruz Blanca

- ❖ **Descripción:** El Sendero Cerro de la Cruz, que culmina en la Cruz Blanca, es una ruta muy popular entre los locales y visitantes que buscan una caminata de dificultad moderada que combine ejercicio físico con una experiencia espiritual. La cruz, que se erige en la cima del cerro, es un sitio de devoción y meditación, donde cada año se realizan visitas religiosas. A lo largo del sendero, se disfrutan de vistas panorámicas que se vuelven más impresionantes a medida que se asciende, y que abarcan todo el Valle de Lerma y las montañas circundantes. La tranquilidad del entorno y la energía especial del lugar lo convierten en un espacio perfecto para la introspección y la conexión con la naturaleza.

- ❖ **Atracción Principal:** Escalada ligera y vistas panorámicas. Al llegar a la cima, los excursionistas son recibidos no solo por la representativa Cruz Blanca, sino también por un paisaje vasto y abierto que invita a quedarse un momento y apreciar la belleza natural que rodea a Campo Quijano.

2.5.- Senderismo Cascada Chorro Azul – Viaducto Río Toro

- ❖ **Descripción:** Este sendero lleva a los excursionistas a descubrir una de las joyas ocultas de la región: la Cascada Chorro Azul. Esta cascada, escondida en un rincón prístino de la Quebrada del Toro, es un espectáculo natural donde el agua cae en cascada entre rocas y vegetación exuberante, creando un ambiente refrescante y sereno. El sendero también ofrece la oportunidad de admirar el imponente Viaducto del Río Toro, una de las estructuras ferroviarias más icónicas de Argentina, que forma parte del recorrido del famoso Tren a las Nubes. El contraste entre la fuerza de la naturaleza y la ingeniería humana es uno de los aspectos más fascinantes de este recorrido.

- ❖ **Atracción Principal:** Naturaleza prístina y estructura ferroviaria icónica. Este sendero combina lo mejor de la naturaleza con la historia ferroviaria, ofreciendo a los caminantes una experiencia completa que abarca tanto la belleza natural como la admiración por la infraestructura humana. Es un destino perfecto para los amantes del senderismo, la fotografía y la historia.

3.- **ATRACCIONES CULTURALES E HISTÓRICAS**

3.1.- **Santo Mecánico Santiago Apóstol Peregrino**

- ❖ **Descripción:** El Santo Mecánico Santiago Apóstol Peregrino es una figura religiosa venerada por los habitantes de Campo Quijano y sus alrededores. Se manifiesta en cada devoción lo que este santo protege a los viajeros y mecánicos, especialmente a aquellos que trabajan en el ferrocarril. La devoción hacia este santo es particularmente fuerte en esta región, debido a la histórica relación de la comunidad con la industria ferroviaria. La figura de Santiago Apóstol Peregrino también simboliza la resistencia y el espíritu de los trabajadores que durante décadas contribuyeron al desarrollo de la infraestructura local. Cada año, en su festividad, se realizan procesiones y celebraciones que atraen tanto a fieles como a turistas, consolidándose como una manifestación cultural y religiosa significativa para Campo Quijano.
- ❖ **Atracción Principal:** Festividad religiosa y cultural que combina devoción popular con actividades comunitarias, convirtiéndose en un atractivo para quienes buscan experimentar las tradiciones locales, sumado al desfile de gauchos de los numerosos fortines salteños que participan.

3.2.- Museo Histórico del Ferrocarril C4

- ❖ **Descripción:** El Museo Histórico del Ferrocarril C4 es un pequeño pero fascinante museo que ofrece una profunda inmersión en la historia de Campo Quijano y su vínculo con el ferrocarril. Ubicado al lado de la Parroquia Santiago Apóstol, se recreó la estación de tren, el museo alberga una colección de objetos, documentos, y fotografías que narran la evolución del ferrocarril en la región, así como su impacto en la vida cotidiana de la comunidad. Además de la historia ferroviaria, el museo también incluye exposiciones y maqueta, sobre la geología y la cultura local, proporcionando a los visitantes una comprensión más amplia del contexto histórico y natural de Campo Quijano.

- ❖ **Atracción Principal:** Exhibiciones educativas que destacan la importancia del ferrocarril en el desarrollo de Campo Quijano y la preservación del patrimonio local. Es un lugar ideal para entusiastas de la historia y del ferrocarril, así como para aquellos interesados en la cultura regional.

3.3.- Monolito Richard Fontaine Maury

- ❖ **Descripción:** El Monolito **Richard Fontaine Maury** es un monumento erigido en honor al ingeniero estadounidense que jugó un papel muy destacado en la construcción del Ramal C14, por donde circulaba en su mejor trayecto el Tren a las Nubes, una de las obras de ingeniería ferroviaria más impresionantes del mundo. Richard Fontaine Maury es una figura emblemática en la historia de Campo Quijano, y este monolito sirve como un homenaje a su visión y determinación. El monumento no solo conmemora a Maury, sino que también representa el espíritu pionero de los ingenieros y trabajadores que hicieron posible la construcción del tren en un terreno tan desafiante.

- ❖ **Atracción Principal:** Homenaje histórico que atrae a entusiastas del ferrocarril y a aquellos interesados en la historia de la ingeniería. El monolito es también un punto de interés para los turistas que recorren la ruta del Tren a las Nubes, ofreciendo un lugar de reflexión sobre los logros del pasado.

3.4.- Locomotora La Morocha

- ❖ **Descripción:** La Locomotora La Morocha es una pieza histórica de gran valor, que representa el legado ferroviario de Campo Quijano. Esta locomotora, que en su tiempo fue una de las principales máquinas utilizadas en la línea del Tren a las Nubes, ahora se encuentra en exhibición como símbolo del progreso y la transformación que el ferrocarril trajo a la región. La Morocha fue cuidadosamente preservada y restaurada, y hoy en día es un testimonio tangible del impacto industrial en la zona. La locomotora es un punto de atracción para visitantes de todas las edades, especialmente para aquellos interesados en la historia del transporte férreo y la tecnología.
- ❖ **Atracción Principal:** Patrimonio industrial y atractivo turístico que permite a los visitantes conectar con la historia ferroviaria de la región a través de una auténtica pieza de maquinaria histórica.

3.5.- Cenotafio Caídos en Malvinas

- ❖ **Descripción:** El Cenotafio Caídos en Malvinas es un monumento solemne dedicado a la memoria de los soldados argentinos y salteños, que perdieron la vida durante la Guerra de Malvinas en 1982. Ubicado en un espacio tranquilo y apartado, este cenotafio es un lugar de respeto y reflexión, donde los visitantes pueden rendir homenaje a los héroes caídos. El monumento es un recordatorio poderoso del sacrificio y el valor de aquellos que lucharon en la guerra de Malvinas, y es un sitio de gran

importancia para la comunidad local. Cada año, en el aniversario del conflicto, se realizan ceremonias conmemorativas que reúnen a veteranos, familiares y ciudadanos, reforzando el significado de este lugar como un espacio de memoria colectiva.

- ❖ **Atracción Principal:** Lugar de memoria y reflexión que invita a los visitantes a conectarse con la historia reciente de Argentina y a honrar el legado de los caídos en Malvinas.

3.6.- **Sillón del Inca**

- ❖ **Descripción:** El Sillón del Inca es una formación rocosa que forma una silla tallada casi perfectamente, ubicada en una posición estratégica desde la cual se obtiene una vista panorámica impresionante del entorno. Según la leyenda local, este sitio fue utilizado por los incas como un punto de observación y descanso durante sus viajes por la región. El Sillón del Inca no solo es un lugar de interés geológico, sino también un sitio de importancia cultural y mítica, que atrae a quienes están interesados en las antiguas civilizaciones andinas y en la conexión entre la naturaleza y la espiritualidad. El ascenso al Sillón del Inca es una caminata moderada que recompensa a los visitantes con vistas espectaculares y una experiencia única.
- ❖ **Atracción Principal:** Mito incaico y vistas panorámicas que combinan historia, leyenda y naturaleza en un solo lugar, ofreciendo una experiencia enriquecedora para los visitantes.

3.7.- Ruinas Arqueológicas de Santa Rosa de Tástil

- ❖ **Descripción:** Las Ruinas Arqueológicas de Santa Rosa de Tástil son uno de los sitios arqueológicos más importantes de la región, representando los restos de una antigua ciudad prehispánica que se cree que fue una de las más grandes de su época en los Andes. Este asentamiento, que data del siglo XIV, ofrece una visión fascinante de la vida y la cultura de los pueblos primitivos que habitaban la región antes de la llegada de los españoles. Las ruinas incluyen estructuras de piedra, terrazas agrícolas y un sistema de caminos, que reflejan un avanzado conocimiento de la arquitectura y la organización social. Este sitio es de gran interés para arqueólogos, historiadores y turistas que desean explorar el pasado precolombino de la región.

- ❖ **Atracción Principal:** Historia y arqueología en un entorno natural impresionante, donde los visitantes pueden sumergirse en la riqueza cultural de los antiguos habitantes de los Andes.

3.8.- Qhapaq Ñan - Sistema Vial Andino

- ❖ **Descripción:** El Qhapaq Ñan, o Sistema Vial Andino, es una red de caminos construida por los incas que conectaba las distintas regiones de su vasto imperio, que se extendía desde Colombia hasta Argentina. En la región de Campo Quijano, se conservan segmentos bien preservados de esta red, que son testimonio de la ingeniería avanzada y la capacidad organizativa de los incas. Estos caminos no solo servían para el transporte de personas y bienes, sino que también facilitaban la comunicación y el control administrativo del imperio. Hoy en día, el Qhapaq Ñan es reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y es un importante recurso turístico que permite a los visitantes recorrer los mismos senderos que una vez fueron transitados por los incas.

- ❖ **Atracción Principal:** Patrimonio cultural y senderismo histórico que ofrece una experiencia única para los visitantes interesados en la historia antigua y la majestuosidad del imperio incaico.

5.- **EXPERIENCIAS TURÍSTICAS**

5.1.- **Tren a las Nubes**

- ❖ **Descripción:** El Tren a las Nubes es una de las experiencias turísticas más emblemáticas de Argentina y una de las rutas ferroviarias más altas del mundo. Este icónico recorrido comienza en la ciudad de Salta y atraviesa la majestuosa Quebrada del Toro, en bus, y desde la estación del FF.CC. se recorre en tren, ascendiendo a más de 4.200 metros sobre el nivel del mar hasta llegar al viaducto La Polvorilla en la Puna salteña.

Durante el viaje, los pasajeros son transportados a través de paisajes impresionantes que incluyen montañas, valles, y altiplanos, mientras aprenden sobre la historia y cultura de la región a través de guías y recursos interactivos a bordo. Además, el tren cuenta con servicios de primera calidad que aseguran una experiencia cómoda y memorable para todos los viajeros. La mezcla de ingeniería, historia, y belleza natural hacen de este recorrido una experiencia única e inolvidable.

- ❖ **Atracción Principal:** La experiencia de viajar en un tren que asciende a más de 4.200 metros de altura, ofreciendo vistas espectaculares de la Puna salteña, combinada con la posibilidad de descubrir la rica historia y cultura de la región a lo largo del trayecto.

5.2.- Astroturismo en Santa Rosa de Tastil

- ❖ **Descripción:** El Astroturismo en Santa Rosa de Tastil es una actividad que combina la observación astronómica con la cultura ancestral de los pueblos andinos, en un entorno natural libre de contaminación lumínica. Santa Rosa de Tastil, ubicada en un área remota y elevada de la provincia de Salta a 3.200 m.s.n.m, ofrece uno de los cielos más claros y limpios del país, lo que permite la observación detallada de las estrellas, planetas, y otros cuerpos celestes. Durante las noches de observación, los participantes pueden utilizar telescopios y otros instrumentos, guiados por expertos que explican tanto los aspectos científicos como los mitos y leyendas asociados a las constelaciones en la cosmovisión andina. Esta experiencia no solo es educativa y fascinante, sino que también ofrece un profundo vínculo con la naturaleza, las comunidades originarias y el legado cultural de la región.

- ❖ **Atracción Principal:** La oportunidad de observar el cielo nocturno en uno de los cielos más puros de Argentina, combinado con una inmersión en el conocimiento ancestral y la ciencia moderna, creando una experiencia única y enriquecedora. Asimismo se suma la experiencia memorable de compartir su exquisita gastronomía acompañada con vinos de altura andina.

5.3.- Caminos del Inca

- ❖ **Descripción:** Los Caminos del Inca son una red de antiguas rutas que fueron utilizadas por el Imperio Inca para conectar su vasto territorio. En la región de Campo Quijano, estos caminos ofrecen a los visitantes una experiencia de trekking que combina aventura, historia, y naturaleza. Las rutas siguen los senderos originales que serpentean a través de paisajes

montañosos y valles, ofreciendo vistas panorámicas de la región. Durante el recorrido, los excursionistas pueden descubrir restos arqueológicos, como terrazas agrícolas y construcciones de piedra, que dan testimonio de la habilidad y el ingenio de los antiguos incas. Este trekking es ideal para aquellos que buscan una conexión más profunda con la historia y la cultura, mientras disfrutan de la belleza natural del entorno.

- ❖ **Atracción Principal:** Senderismo a través de caminos históricos utilizados por los incas, con la posibilidad de explorar paisajes espectaculares y descubrir vestigios arqueológicos, todo en un contexto de inmersión cultural y natural.

5.4.- **Feria de Artesanos**

- ❖ **Descripción:** La Feria de Artesanos es un evento regular que se celebra en Campo Quijano, donde artesanos locales exhiben y venden sus productos hechos a mano. Esta feria es un punto de encuentro para la comunidad y los visitantes, que encuentran una variedad de productos artesanales que reflejan la rica cultura y tradición de la región. Los artículos disponibles incluyen textiles tejidos, cerámica, joyería, y otros recuerdos únicos que capturan la esencia del arte y la creatividad local. Además de las compras, la feria ofrece un ambiente vibrante con música en vivo, demostraciones de técnicas artesanales, y la posibilidad de interactuar directamente con los artesanos, quienes están dispuestos a compartir las historias y procesos detrás de sus creaciones.
- ❖ **Atracción Principal:** La oportunidad de adquirir artesanías locales auténticas y productos culturales, mientras se disfruta de un ambiente festivo y se experimenta la tradición y creatividad de la región.

5.5.- Trail Running Raid de los Andes

- ❖ **Descripción:** El Trail Running Raid de los Andes es una de las competencias de trail running más exigentes y emocionantes de Argentina, que atrae a corredores de todo el mundo. La carrera se desarrolla a lo largo de diversas rutas que incluyen cerros, ríos, salinas, y otros paisajes impresionantes del norte argentino, ofreciendo un desafío tanto físico como mental para los participantes. Uno de los segmentos más destacados del recorrido es la travesía por las vías del Tren a las Nubes y la imponente Quebrada del Toro, donde los corredores deben enfrentarse a terrenos abruptos y altitudes elevadas. Además de la competencia en sí, el evento promueve el respeto por el medio ambiente y la cultura local, con actividades paralelas que incluyen charlas sobre conservación y sostenibilidad.

- ❖ **Atracción Principal:** Aventura extrema en un entorno natural único, que combina el desafío del trail running con la oportunidad de recorrer algunos de los paisajes más espectaculares y emblemáticos del norte argentino.

6.- FESTIVIDADES Y EVENTOS

6.1.- Fiesta en San Bernardo de las Zorras

- ❖ **Descripción:** La Fiesta en San Bernardo de las Zorras es una celebración cultural y religiosa profundamente arraigada en las tradiciones locales de la región. Este evento rinde homenaje a San Bernardo, una figura central en la fe de la comunidad, y se celebra con actividades que incluyen misas, procesiones, y manifestaciones de devoción popular. Los asistentes también pueden disfrutar de una variedad de actividades culturales y recreativas, como ferias, espectáculos de música folclórica, y la venta de artesanías y productos locales. Es un momento clave para la comunidad,

que se reúne para reafirmar su identidad cultural y su conexión con sus raíces ancestrales.

Atracción Principal: La autenticidad de la celebración, la fervorosa fe de la comunidad y la participación de las comunidades originarias en la festividad, lo que la convierte en una experiencia cultural única. El **20 de agosto** de cada año, se puede ver cómo **San Bernardo de las Zorras** se llena de alegría y emoción para brindar honor a su Santo Patrono.

6.2.- Fiesta Patronal Virgen de las Mercedes

- ❖ **Descripción:** La Fiesta Patronal en honor a la Virgen de las Mercedes es una de las celebraciones religiosas más importantes en la región. Cada año, la comunidad se une para honrar a su patrona con una serie de actividades que incluyen procesiones solemnes, misas, y rituales tradicionales.

La festividad también es una oportunidad para que los habitantes y visitantes disfruten de comidas típicas, bailes tradicionales, y una feria que destaca la cultura y el folclore local de Ing. Maury. Los paisajes circundantes, con montañas y valles, brindan un marco impresionante a la celebración, haciendo de este evento una experiencia espiritual y cultural inigualable.

- ❖ **Atracción Principal:** La combinación de fe profunda, autenticidad cultural, y los impresionantes paisajes naturales que rodean la celebración, ofrecen una experiencia espiritual y visual única. Cada **24 de septiembre**, en el Paraje El Gólgota, en la estación Ing. Maury, ubicado sobre Ruta Nacional 51, a 36 km de Campo Quijano.

6.3.- Fiesta Patronal Santa Rosa de Lima

- ❖ **Descripción:** Celebrada en el paraje Santa Rosa de Tastil, esta festividad patronal es un acontecimiento que refleja la mezcla de herencias culturales y religiosas de la región. La celebración en honor a Santa Rosa de Lima, patrona de las Américas y Filipinas, incluye actividades como misas, procesiones, y actos de devoción que unen a la comunidad. Además de las actividades religiosas, la festividad cuenta con eventos culturales, que incluyen música, danzas, y la venta de productos locales. Es una ocasión donde la fe y la cultura se entrelazan, reforzando la unión y la identidad de la comunidad, cuando se produce la famosa *Danza del Suri*.

- ❖ **Atracción Principal:** La unión cultural y la devoción comunitaria que se manifiestan en cada aspecto de la celebración, creando un ambiente de solidaridad y pertenencia a la comunidad tastileña. Es de profunda emoción el encuentro de culturas andinas con la Danza del Suri y las Criollas con zambas y chareras, a 3.200 m.s.n.m.

6.4.- La Danza del Suri

- ❖ **Descripción:** La Danza del Suri es una manifestación cultural única de la región, profundamente ligada a las tradiciones ancestrales de los pueblos originarios. Esta danza ritual representa la conexión espiritual con la tierra y es una ofrenda a la naturaleza, simbolizada por el suri, un ave nativa del altiplano andino. Los participantes se visten con trajes tradicionales y realizan movimientos que imitan el caminar del suri, con sus plumas características, en una ceremonia que mezcla música, danza y espiritualidad.

La *Danza del Suri* es no solo un espectáculo visual, sino también un acto de resistencia cultural y preservación del patrimonio inmaterial de la región.

- ❖ **Atracción Principal:** La autenticidad cultural de la danza y el valor como patrimonio inmaterial, que ofrece una experiencia de inmersión en las tradiciones y la espiritualidad de los pueblos originarios. Pasado y presente bailan al ritmo del erke y bombo, y estos sones son los que impactan en una de las danzas de mayor antigüedad que sigue viva entre la gente y las festividades de Santa Rosa de Tastil y Las Cuevas, en la Quebrada del Toro.

6.5.- **Festival de la Haba**

- ❖ **Descripción:** El Festival de la Haba es una celebración anual que destaca la importancia agrícola del haba, un cultivo tradicional de la región. Este evento reúne a productores locales, cocineros, y la comunidad en general, en una serie de actividades que incluyen ferias, degustaciones, concursos de cocina, y demostraciones agrícolas. Es una oportunidad para aprender sobre las prácticas agrícolas tradicionales, degustar platos elaborados con haba, y disfrutar de la cultura local a través de música y bailes folclóricos. El festival también promueve la sostenibilidad agrícola y la preservación de las variedades locales de haba, que son parte integral de la identidad gastronómica de la región.
- ❖ **Atracción Principal:** La celebración cultural en torno a un producto agrícola tradicional, que atrae tanto a locales como a visitantes, resaltando la gastronomía y la agricultura local, se realiza en Santa Rosa de Tastil, con fecha movible en el mes de Febrero/Marzo.

6.6.- **Día de la Independencia**

- ❖ **Descripción:** El 9 de julio, el Día de la Independencia es una de las festividades patrióticas más significativas en Argentina, y en Campo Quijano se celebra con gran fervor. Las actividades incluyen desfiles

cívicos, donde participan instituciones educativas, fuerzas armadas y organizaciones civiles, así como actos oficiales en la plaza principal del pueblo. Durante el día, se realizan presentaciones culturales que incluyen música folclórica, danzas tradicionales y ferias gastronómicas. La comunidad se une para conmemorar la independencia del país, reforzando los valores patrióticos y la identidad nacional. Es de destacar la numerosa convocatoria de Fortines Gauchos de toda la provincia de Salta, que participan.

- ❖ **Atracción Principal:** Los actos patrióticos y las celebraciones comunitarias que destacan el orgullo nacional, acompañados de eventos culturales que fortalecen el sentido de pertenencia. Año a año cobra mayor prestigio el desfile de carruajes alegóricos a la tradición, así como la llegada de tradicionales cuerpos de bailes folclóricos, no solamente de Argentina, sino de países latinoamericanos.

6.7.- **Fiesta del Justo Juez**

- ❖ **Descripción:** Celebrada el segundo domingo de Junio en La Silleta, esta festividad honra al Justo Juez, una figura venerada por su justicia y protección. La celebración incluye una misa solemne en la iglesia local, seguida de una procesión en la que la imagen del Justo Juez es llevada por las calles del pueblo, acompañada con la imagen de la Virgen La Dolorosa, junto a devotos, músicos y gauchos. Además, se realizan actividades culturales como ferias y espectáculos de música y danza folclórica. Esta festividad es una expresión de la profunda fe religiosa de la comunidad y su devoción al Justo Juez, atrayendo a numerosos visitantes y peregrinos cada año.

- ❖ **Atracción Principal:** La devoción religiosa y las manifestaciones culturales que reflejan la identidad y espiritualidad de la comunidad de La Silleta. Participan fortines gauchos de Municipios vecinos, así como todas las Instituciones de La Silleta.

6.8.- Día Inmaculada Concepción en La Silleta

- ❖ **Descripción:** El 08 de diciembre, La Silleta se viste de fiesta para celebrar la Inmaculada Concepción, una festividad que honra a la Virgen María. La celebración comienza con una misa central en la iglesia local, seguida de una procesión por las calles del pueblo, en la que los fieles acompañan la imagen de la Virgen con cánticos y oraciones, para concluir con el tradicional desfile de gauchos. Además de los actos religiosos, el evento incluye actividades culturales y recreativas, como ferias de artesanías, comidas típicas, y espectáculos de música folclórica. Esta festividad es una manifestación de la profunda devoción mariana de la comunidad, y un momento de encuentro y celebración para todos los habitantes de La Silleta.

- ❖ **Atracción Principal:** La combinación de celebración religiosa y actividades comunitarias que reflejan la devoción mariana y la cultura local, en un ambiente festivo y acogedor. Es la Fiesta religiosa más importante del pueblo de La Silleta, que conserva su frescura y tradiciones que se renuevan cada año.

6.9.- Día de la Tradición en Campo Quijano

- ❖ **Descripción:** El 10 de noviembre, la ciudad de Campo Quijano celebra el Día de la Tradición, una festividad que rinde homenaje a las costumbres gauchas y la cultura criolla. Esta jornada festiva incluye desfiles de gauchos a caballo, demostraciones de destrezas gauchas como la doma, la

carrera de los tachos y el folklore, competencias de juegos tradicionales, y exhibiciones de danzas típicas. La música folclórica y las comidas tradicionales, como el asado y las empanadas, también juegan un papel central en la celebración. El Día de la Tradición es una oportunidad para que la comunidad celebre y preserve sus raíces gauchas, transmitiendo estos valores a las nuevas generaciones.

- ❖ **Atracción Principal:** La preservación y celebración de las tradiciones gauchas y criollas, con desfiles, demostraciones de habilidades y actividades culturales que resaltan la identidad argentina. Sumado a la reciente declaración de *Capital Provincial de la Tradición* por el Poder Legislativo de Salta. Se constituye en un elemento poderoso para trabajar con la actividad turística.

6.10.- **Cumpleaños de Campo Quijano**

- ❖ **Descripción:** El 09 de julio, Campo Quijano celebra su aniversario con un evento que abarca una amplia gama de actividades culturales, cívicas y recreativas. Las festividades incluyen un acto cívico en la plaza principal, donde se rinden homenajes a los fundadores y figuras destacadas de la localidad. A lo largo del día, la comunidad disfruta del segundo desfile en importancia, después del 17 de junio, por la gran cantidad de gauchos que visitan a localidad, asimismo se realizan espectáculos de música, danza, ferias de artesanías y competencias deportivas. Esta celebración no solo conmemora la fundación de Campo Quijano, sino que también refuerza el sentido de pertenencia y orgullo local, siendo un momento clave para la unión y el fortalecimiento de la identidad comunitaria.

- ❖ **Atracción Principal:** Las celebraciones comunitarias que resaltan la historia y la cultura local, con actividades que unen a la comunidad y celebran la identidad de Campo Quijano. Hay que destacar, porque parece

una redundancia el 09 de Julio coincide con el cumpleaños del pueblo, pero se deben tomar como dos acontecimientos diferentes, por una cuestión de marketing turístico.

6.11.- Cumpleaños de La Silleta

- ❖ **Descripción:** El 23 de septiembre, La Silleta celebra su aniversario con una serie de eventos que destacan la historia y el crecimiento de esta localidad. Las festividades incluyen un acto oficial en la plaza principal, donde se honra a los pioneros de la comunidad y se resalta el progreso de la localidad. La celebración continúa con desfiles, ferias, y espectáculos culturales, incluyendo música y danza folclórica. Esta festividad es un momento para que los residentes de La Silleta celebren su identidad y compartan su orgullo por los logros alcanzados, fortaleciendo el sentido de comunidad

- ❖ **Atracción Principal:** Las fiestas comunitarias que celebran el crecimiento y la identidad de La Silleta, con un enfoque en la historia y el desarrollo local. Se destaca el Desfile gaucho y de las Instituciones de la localidad, con el cura párroco a la cabeza.

6.12.- Festival del Choclo Capia

- ❖ **Descripción:** Este festival celebra la cosecha del choclo capia, un tipo de maíz tradicional y emblemático de la región de Campo Quijano. Durante el festival, se llevan a cabo diversas actividades, incluyendo degustaciones de platos elaborados con choclo capia, concursos de cocina, y demostraciones gastronómicas que ponen en valor las recetas

tradicionales. Además, el evento cuenta con cuerpos de música folclórica, danzas, y ferias artesanales que ofrecen productos locales. El festival es una celebración de la agricultura, la gastronomía y la cultura regional, atrayendo tanto a residentes como a turistas que desean experimentar la autenticidad y los sabores de Campo Quijano, a más de 2.800 m.s.n.m.

- ❖ **Atracción Principal:** La celebración gastronómica y cultural en torno al choclo capia, un producto agrícola emblemático, que destaca la riqueza culinaria y las tradiciones locales. Escenario perfecto para el sistema Slow Food. Se realiza cada año cuando finaliza Marzo, que coincide con el tiempo de la cosecha.

7.- PATRIMONIO RELIGIOSO, HISTÓRICO y CULTURAL

7.1.- Iglesia de Santiago Apóstol

- ❖ **Descripción:** La Iglesia de Santiago Apóstol, construida en el siglo XIX, es uno de los emblemas arquitectónicos más importantes de Campo Quijano. Ubicada en el corazón del pueblo, esta iglesia fue testigo de innumerables eventos históricos y religiosos a lo largo de los años. Su estructura de estilo colonial, con muros de ladrillo y techos de teja, refleja la simplicidad y la devoción de la comunidad local. En su interior, los fieles y visitantes aprecian una serie de imágenes religiosas antiguas, incluyendo una destacada representación de Santiago Apóstol, el santo patrono del pueblo. La iglesia no solo es un lugar de culto, sino también un punto de encuentro para la comunidad durante las principales festividades religiosas, como la fiesta de Santiago Apóstol y las celebraciones de Semana Santa.

- ❖ **Atracción Principal:** La arquitectura colonial y su papel central en las festividades locales hacen de la Iglesia de Santiago Apóstol un lugar de gran importancia cultural y espiritual. Su relevancia histórica y la devoción de los fieles la convierten en un destino esencial para quienes desean conocer la identidad cultural de Campo Quijano.

7.2.- **Capilla del Río Blanco**

- ❖ **Descripción:** La Capilla del Río Blanco es un pequeño pero significativo templo situado en las cercanías del Río Blanco, un lugar conocido por su tranquilidad y belleza natural. Construida también en el siglo XIX, esta capilla sirvió como un refugio espiritual para los habitantes de la región y los visitantes que buscan un lugar de paz y meditación. La capilla, con su sencilla arquitectura, representa la profunda fe y devoción de la comunidad.

Es común que se realicen misas al aire libre y ceremonias religiosas en este sitio, especialmente durante las festividades religiosas locales. Además, el entorno natural que rodea la capilla, con el río y las montañas cercanas, ofrece un ambiente de serenidad que invita al recogimiento y la reflexión.

- ❖ **Atracción Principal:** La Capilla del Río Blanco es un sitio de devoción y tranquilidad, ideal para quienes buscan una experiencia espiritual en un entorno natural. Su ubicación pintoresca, junto al Río Blanco, la convierte en un lugar perfecto para la meditación y el contacto con la naturaleza, tan demandado estos productos después de la pandemia.

7.3.- Iglesia de La Silleta

- ❖ **Descripción:** La Iglesia de La Silleta es un templo histórico que, al igual que otros edificios religiosos de la región, data del siglo XIX. Ubicada en el centro de la localidad de La Silleta, esta iglesia es un claro ejemplo de la arquitectura colonial que caracteriza a las construcciones religiosas de la época. Su fachada austera y sus detalles en madera reflejan la sencillez y el fervor religioso de la comunidad local. En su interior, se conserva una colección de imágenes religiosas que son veneradas durante las festividades más importantes de La Silleta, como las celebraciones en honor al Justo Juez, la Virgen de las Mercedes y la Inmaculada Concepción. La iglesia es un punto de encuentro para la comunidad y un lugar de interés para los turistas que desean explorar la historia y las tradiciones religiosas de la región.

- ❖ **Atracción Principal:** La relevancia cultural y religiosa de la Iglesia de La Silleta, junto con su arquitectura colonial, la convierten en un sitio emblemático para la comunidad. Es un lugar donde la historia y la fe se entrelazan, ofreciendo a los visitantes una experiencia rica en espiritualidad y patrimonio cultural.

7.4.- Peregrinaciones al Señor y la Virgen del Milagro

- ❖ **Descripción:** Las peregrinaciones al Señor y la Virgen del Milagro son uno de los eventos religiosos más significativos y multitudinarios de la región de Salta. Cada año, durante el mes de septiembre, miles de fieles de Campo Quijano y otras localidades vecinas inician un viaje de fe hacia la Catedral Basílica de Salta, donde se encuentran las veneradas imágenes del Señor y la Virgen del Milagro. Esta tradición, que se remonta a más de tres siglos, es una muestra del profundo fervor religioso que caracteriza a

los habitantes de la región. Los peregrinos, bajan de Mina Patito, ubicada en el Salar del Centenario a 290 Kms del Santuario del Milagro y es la mayor peregrinación que viene acompañada por Monseñor Dante Bernaky, algunos de los cuales recorren más de 450 kilómetros a pie, atraviesan paisajes montañosos y valles, fortalecidos por su devoción y la compañía de otros fieles. Durante el trayecto, se realizan paradas en diversas capillas y santuarios, donde los peregrinos reciben bendiciones y participan en ceremonias religiosas, así como poderosos símbolos de hospitalidad en alberque y comida. La culminación de la peregrinación en la Catedral de Salta es un momento de intensa emoción y fe, marcado por la misa central y la procesión del Señor y de la Virgen del Milagro por las calles de la ciudad, cada 15 de setiembre.

- ❖ **Atracción Principal:** Las peregrinaciones al Señor y la Virgen del Milagro son una manifestación de fe profundamente arraigada en la cultura local, una de las más impactante, es la que viene desde la Mina Patito, que baja desde el Departamento de los Andes y recorre punta a punta el Municipio de Campo Quijano, que no solo fortalece la espiritualidad de los participantes, sino que también une a las comunidades en un acto de devoción colectiva. La magnitud y la solemnidad de este evento lo convierten en una experiencia religiosa única, que atrae a creyentes de toda la región y a turistas que desean presenciar y ahora participar activamente de esta poderosa demostración de fe.

8.- PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS

8.1.- Gastronomía Local

- ❖ **Descripción:** Campo Quijano se destaca por su rica y auténtica oferta gastronómica que refleja la tradición culinaria del noroeste argentino.

Entre los platos más representativos se encuentran las empanadas quijaneñas, que son famosas por su sabor único y su relleno jugoso de carne, papa, huevo y cebolla verde. El locro, un guiso tradicional a base de maíz, zapallo, porotos y carne, es otro plato icónico que suele servirse en celebraciones patrióticas y fechas especiales. Los tamales, envueltos en chalas de maíz y rellenos con una mezcla de maíz, carne y especias, son otra delicia que no puede faltar en la mesa local. Además, los restaurantes, mercados y la reciente feria gastronómica de Campo Quijano ofrecen la oportunidad de degustar estos y otros platos típicos en un ambiente que conserva el espíritu y la hospitalidad del pueblo.

- ❖ **Atracción Principal:** Disfruta de experiencias culinarias auténticas que te conectan con las raíces culturales y gastronómicas de la región. La combinación de sabores tradicionales, la frescura de los ingredientes locales de la Quebrada del Toro y la calidez del servicio hacen de la gastronomía local una experiencia inolvidable.

8.2.- La Ruta del Vino

- ❖ **Descripción:** Aunque la Ruta del Vino en Campo Quijano no es tan reconocida como las de otras regiones vinícolas de Salta, ya que no existen bodegas ni viñedos, se comenzó a diseñar actividades enogastronómicas que ofrecen una experiencia íntima y auténtica para los amantes del vino y la buena gastronomía. En esta ruta, los visitantes descubren pequeños bodegones gastronómicos, donde se pueden degustar variedades del Alto valle Calchaquí, como el Torrontés y el Malbec, típicos de la región.
- ❖ **Atracción Principal:** Sumergirse en la cultura gastronómica local con degustaciones de vinos artesanales y actividades folclóricas, en diferentes propuestas turísticas. La Ruta del Vino de Campo Quijano ofrece una experiencia única, donde la calidad y la pasión por el vino se combinan con la belleza natural del entorno gastronómico.

8.3.- Fábrica Dulce de Leche Campo Quijano

- ❖ **Descripción:** La Fábrica de Dulce de Leche en Campo Quijano es un destino imperdible para los amantes de los productos lácteos y los dulces tradicionales. Este establecimiento, que produce dulce de leche artesanal, ofrece visitas guiadas donde los turistas aprenden sobre el proceso de elaboración de este icónico dulce argentino, desde la selección de la leche hasta el envasado final. Durante el recorrido, los visitantes tienen la oportunidad de degustar distintas variedades de dulce de leche, incluyendo opciones clásicas y versiones con sabores especiales, como chocolate o vainilla. La fábrica también cuenta con una tienda donde se pueden adquirir productos frescos para llevar, lo que la convierte en un excelente lugar para comprar recuerdos o regalos.

- ❖ **Atracción Principal:** Vivir la experiencia de descubrir el dulce de leche artesanal en su lugar de origen, con la posibilidad de realizar degustaciones y adquirir productos frescos y de alta calidad. La Fábrica Dulce de Leche Campo Quijano es un viaje al corazón de la tradición dulce argentina.

8.4.- Peña Folclórica La Estación

- ❖ **Descripción:** La Peña Folclórica La Estación es un espacio cultural emblemático en El Encón/ Campo Quijano que ofrece una experiencia auténtica de la música, la danza y la gastronomía del noroeste argentino. En este lugar, los visitantes pueden disfrutar los domingos de espectáculos en vivo de música folclórica, con la participación de artistas locales que interpretan chacareras, zambas, y otros ritmos tradicionales. Además de la música, la peña ofrece un menú que incluye platos típicos como asado, empanadas y tamales, todo acompañado de vinos regionales y bebidas tradicionales. La Peña Folclórica La Estación es más que un comedor; es un punto de encuentro donde se celebra la cultura y se comparte la alegría de las tradiciones argentinas en un ambiente acogedor y campero.

- ❖ **Atracción Principal:** Disfrutar de un medio día lleno de música y danza folclórica en un ambiente acogedor, acompañado de la mejor gastronomía tradicional. La Peña Folclórica La Estación es el lugar perfecto para sumergirse en la cultura y las tradiciones de Campo Quijano.

8.5.- Cabildo del Duende Amigo

- ❖ **Descripción:** El Cabildo del Duende Amigo es un lugar interesante en El Encón/Campo Quijano que rinde homenaje a una de las leyendas más populares de la región: el Duende Amigo. Este sitio, que mezcla historia, folclore y mitología local, ofrece una experiencia única donde los visitantes pueden explorar exposiciones dedicadas a las creencias y cuentos tradicionales del noroeste argentino. A través de narraciones, objetos antiguos y recreaciones escenográficas, el Cabildo del Duende Amigo transporta a sus visitantes al mundo mágico de las leyendas, permitiéndoles conocer más sobre las historias que fueron transmitidas de generación en generación en la región. Además, el cabildo organiza eventos y talleres relacionados con el folclore, lo que lo convierte en un centro cultural activo y dinámico.
- ❖ **Atracción Principal:** Se descubre la magia y el misterio de las leyendas locales en el Cabildo del Duende Amigo, un lugar donde la historia y la mitología cobran vida. Las exposiciones y narraciones sobre el folclore regional ofrecen una experiencia cultural enriquecedora y única en Campo Quijano, a cargo de un destacado profesional de las comunicaciones.

MODELO DE SITUACIÓN ACTUAL

Cuando hablamos de Turismo, se hace referencia al rol de las ciudades en la economía, la importancia del crecimiento económico, y los desafíos que enfrentan debido al rápido crecimiento demográfico y la urbanización. Entonces al incursionar sobre *Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios en Campo Quijano*, es clave tomar en cuenta cómo aplicar específicamente al contexto de un municipio pequeño como Campo Quijano.

Uno de los autores consultados, como Butler explora la relación entre las ciudades y el turismo, centrándose en cómo las ciudades pueden desarrollar una identidad turística sólida, un tema muy relevante para pequeños municipios como Campo Quijano. Richard W. Butler *“Turismo y Ciudades: Turismo, Cultura y Comunicación”* - Editorial: Channel View Publications – (Año 2011) - Reino Unido (26)

Asimismo, continuando con la misma temática, pero en otro libro, Edward Blakely aborda las estrategias que los municipios pueden emplear para integrar el turismo en su desarrollo económico, destacando la importancia de la cooperación entre los actores locales para un crecimiento sostenible. Edward J. Blakely *“Planificación del Desarrollo Económico Local: Teoría y Práctica”* - Editorial: SAGE Publications (Año 2009) - Estados Unidos (27)

Ambos autores proporcionan una base sólida para comprender cómo las estrategias de desarrollo turístico y de negocios pueden ser aplicadas de manera efectiva en un contexto de municipios pequeños como Campo Quijano.

Economía en Campo Quijano: Clave para el Desarrollo Estratégico

Campo Quijano, al igual que otras pequeñas localidades en vías de crecimiento, tiene la oportunidad de aprovechar su potencial económico mediante un enfoque estratégico que considere tanto el desarrollo turístico como el de negocios. Siguiendo con un análisis general del desarrollo económico urbano, se mencionarán algunos puntos clave que son pertinentes para este municipio.

1.- Contribución Económica del Turismo y los Negocios Locales:

Las ciudades y los municipios, como Campo Quijano, juegan un papel importante en la economía regional. Aunque no posee la densidad de grandes ciudades, su aporte económico radica en sectores clave como el turismo, la agricultura, y las actividades comerciales. En términos turísticos, este municipio puede aprovechar sus recursos naturales y culturales para generar crecimiento económico, con un enfoque hacia un turismo sostenible y de experiencias.

2.- Oportunidades Laborales y Atracción de Población:

La concentración de oportunidades laborales es esencial para la prosperidad de un municipio. Campo Quijano puede mejorar su economía mediante la creación de empleo en sectores emergentes, como el ecoturismo, el agroturismo, el astroturismo y la gastronomía local, áreas que no solo generan ingresos, sino que también mejoran la calidad de vida de sus habitantes. El fomento de pequeñas y medianas empresas en estas áreas también reducirá la migración hacia áreas urbanas más grandes.

3.- Infraestructura y Servicios:

Para atraer tanto turistas como inversionistas, es fundamental que Campo Quijano cuente con una infraestructura adecuada, como buenas vías de acceso, instalaciones turísticas de calidad, y servicios básicos que garanticen una experiencia satisfactoria para los visitantes. Asimismo, las inversiones en infraestructura pueden mejorar la productividad y fomentar la expansión de negocios locales, especialmente en sectores como el alojamiento, la gastronomía y los eventos culturales, científicos, deportivos y religiosos.

4.- Crecimiento Sostenible y Formalización de la Economía:

Una de las claves para el desarrollo económico del municipio será formalizar las actividades económicas informales y brindar apoyo a emprendedores locales para que sus negocios prosperen en un marco formal. Esto no solo les proporcionará estabilidad y acceso a beneficios fiscales, sino que también contribuirá a un crecimiento económico más organizado y predecible, beneficiando a toda la comunidad.

5.- Resiliencia Económica y Participación Comunitaria:

El enfoque participativo en la planificación económica es esencial para un municipio como Campo Quijano, donde la comunidad juega un papel fundamental en las decisiones de desarrollo. Involucrar a la población en las estrategias de negocio, especialmente en las relacionadas con el turismo y la cultura, no solo garantiza un enfoque inclusivo, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y compromiso con el crecimiento económico local.

Esta innovación al contexto actual de Campo Quijano ayuda a subrayar la relevancia de la economía local como pilar en las estrategias de desarrollo turístico y de negocios, un tema central de este trabajo final.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO

Las actividades económicas locales en el municipio de Campo Quijano se dividen principalmente en dos sectores: 1.- La Minería y 2.- El Turismo, ambos con un impacto significativo en el desarrollo socioeconómico de la región.

1.- Impacto de la Minería de Boratos en Campo Quijano: Estrategias Turísticas y de Negocios

1. 1.- Generación de Empleo y Desarrollo Económico:

- ❖ **Empleo Directo e Indirecto:** La presencia de empresas mineras como Bórax Argentina y Minera Santa Rita S.R.L. crea empleos directos significativos en la región. Además, la minería impulsa la creación de empleos indirectos en sectores relacionados, como transporte, gastronomía, servicios y comercio. La alta proporción de empleados locales refuerza la conexión entre la industria minera y la comunidad, fortaleciendo el desarrollo económico local.

- ❖ **Capacitación y Desarrollo de Habilidades:** La minería requiere una variedad de habilidades técnicas y profesionales. La capacitación proporcionada por estas empresas eleva el nivel de competencias laborales en la región, lo que mejorará la empleabilidad de los residentes en otros sectores industriales y comerciales.

1.2.- Infraestructura y Servicios:

- ❖ **Infraestructura Regional:** La inversión de las empresas mineras en infraestructura, como carreteras y servicios básicos, beneficia no solo a la industria sino también a la comunidad en general. Mejores infraestructuras facilitan el acceso y el desarrollo de otras actividades económicas, incluyendo el turismo.

- ❖ **Servicios Locales:** La demanda de servicios como transporte, gastronomía, alojamiento y suministros para la operación minera impulsa la expansión y mejora de estos servicios, beneficiando a la comunidad local y a los visitantes.

1.3.- Impacto en el Turismo:

- ❖ **Desarrollo de Infraestructura Turística:** Las inversiones en infraestructura realizadas por las empresas mineras serán aprovechadas para mejorar las ofertas turísticas en Campo Quijano. Las mejoras en carreteras y servicios facilitarán el acceso a atractivos turísticos y apoyar el desarrollo de nuevas atracciones.

- ❖ **Turismo Industrial:** La presencia de la minería será un atractivo en sí misma, con visitas guiadas a las instalaciones mineras (dentro de los límites de seguridad y regulaciones ambientales) ofreciendo una experiencia educativa sobre el proceso de extracción y refinamiento de boratos. Esto diversificará la oferta turística de la región y atraerá a un público interesado en el turismo industrial.

1.4.- Integración con Otras Actividades Económicas:

- ❖ **Diversificación Económica:** La minería actuará como un motor para la diversificación económica. El impulso a otros sectores, como el comercio y los servicios, creará un entorno económico más robusto y resistente a las fluctuaciones de los mercados internacionales de minerales.

- ❖ **Sinergias con el Turismo:** La integración de actividades mineras con el turismo creará sinergias valiosas. Por ejemplo, la creación de paquetes turísticos que incluyan visitas a instalaciones mineras, junto con recorridos por sitios naturales y culturales, puede atraer a turistas interesados en una variedad de experiencias.

1.5.- Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social:

- ❖ **Responsabilidad Ambiental:** Las empresas mineras deben adoptar prácticas de minería sostenible para minimizar el impacto ambiental. Esto incluye la gestión adecuada de residuos, la restauración de áreas afectadas y el uso eficiente de recursos. Un enfoque sostenible mejorará la percepción pública de la minería y atraerá a turistas que valoran la responsabilidad ambiental.

- ❖ **Responsabilidad Social:** Las empresas mineras pueden contribuir al desarrollo comunitario a través de programas de responsabilidad social empresarial (RSE). Esto incluye inversiones en educación, salud y proyectos comunitarios que mejoren la calidad de vida de los residentes y fortalezcan el vínculo entre la industria y la comunidad local.

1.6.- Estrategias de Marketing y Promoción:

- ❖ **Marca Regional:** La minería, especialmente cuando se realiza de manera responsable y sostenible, puede convertirse en una parte integral de la marca regional de Campo Quijano. Resaltar el papel de la minería en el desarrollo económico y en la creación de empleos atraerá inversiones adicionales y promover la región como un destino integral que combina desarrollo industrial y atractivo turístico.

- ❖ **Colaboración con el Turismo:** La colaboración entre la industria minera y el sector turístico fortalecerá la oferta de productos turísticos y generará la atracción en diferentes tipos de visitantes. La creación de rutas turísticas que incluyan elementos de la industria minera, así como experiencias culturales y naturales, diversificarán y enriquecerán la oferta turística del municipio.

La minería de boratos en Campo Quijano tiene un impacto significativo en la economía local, generando empleo, desarrollando infraestructura y promoviendo la creación de servicios adicionales. Aprovechar las sinergias entre la minería y el turismo, al tiempo que se asegura la sostenibilidad y la responsabilidad social, maximizarán los beneficios económicos y potenciará el desarrollo integral de la región. Integrar estas estrategias transformarán a Campo Quijano en un destino atractivo, que combina la riqueza de sus recursos naturales con una oferta turística diversificada y sostenible.

2.- Impacto del Turismo en Campo Quijano: Estrategias Turísticas y de Negocios

Campo Quijano se ganó el título de “*El Portal de los Andes*”, lo que destaca su ubicación estratégica como antesala de la Cordillera de los Andes y su proximidad al famoso Tren a las Nubes, una de las principales atracciones turísticas de la región. Como ya se mencionará anteriormente el turismo es un sector con un gran potencial de crecimiento, gracias a la combinación de sus atractivos naturales, culturales e históricos. Algunos de los puntos de interés turístico más importantes incluyen:

2.1.- Sitio Arqueológico de Tastil

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Atractivo Cultural y Educativo:** Como hito principal del Camino del Inca, Tastil es de gran valor para el turismo cultural y educativo, no olvidar su declaración de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. La relevancia histórica y cultural atraerá a turistas interesados en la arqueología y la historia precolombina.
- ✓ **Estrategias de Promoción:** Se utilizará el patrimonio histórico de Tastil en campañas de marketing para atraer a turistas que buscan experiencias

auténticas y educativas. La colaboración con agencias de viajes especializadas en turismo cultural potenciará su visibilidad.

- ✓ **Desarrollo de Infraestructura:** La inversión en infraestructura turística, como centros de interpretación y guías especializados, sin dudas mejorarán la experiencia del visitante y aumentará el valor económico del sitio. Primero que nada, se debe cobrar una entrada.

2.2.- **Museo Regional de Tástil Moisés Serpa**

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Complemento Cultural:** El museo sirve como complemento del sitio arqueológico, ofreciendo contexto y artefactos adicionales que enriquecen la experiencia del visitante.
- ✓ **Estrategias de Experiencia:** Integrar visitas al museo con recorridos al sitio arqueológico ofrecerá paquetes turísticos atractivos. Además, exposiciones temporales o eventos especiales captarán visitantes adicionales.
- ✓ **Generación de Ingresos:** Las entradas al museo, junto con la venta de productos relacionados en la tienda del museo, representan una fuente de ingresos para el sitio y contribuyen a la sostenibilidad financiera.

2.3.- **Quebrada del Toro**

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Atractivo Natural y de Aventura:** La quebrada ofrece paisajes impresionantes que son ideales para actividades al aire libre como

senderismo, fotografía, astroturismo, experiencias memorables y observación de la naturaleza.

- ✓ **Estrategias de Diversificación:** Integrar la quebrada en itinerarios turísticos que combinan naturaleza y aventura atraerán a un segmento de mercado interesado en ecoturismo y turismo de aventura.
- ✓ **Desarrollo Sostenible:** Es crucial desarrollar el turismo de manera sostenible para preservar el entorno natural y garantizar que los beneficios económicos se distribuyan equitativamente entre la comunidad local.

2.4.- **Qhapaq Ñan**

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Patrimonio Mundial:** Al ser parte del Camino del Inca, el Qhapaq Ñan tiene un alto valor patrimonial, lo que le confiere un atractivo internacional al ser declarado Patrimonio de la Humanidad.
- ✓ **Marketing Global:** La designación como Patrimonio de la Humanidad es un punto clave en las estrategias de marketing. La promoción en plataformas internacionales y la colaboración con organizaciones de turismo global, aumentarán exponencialmente el flujo de visitantes.
- ✓ **Infraestructura y Conservación:** Invertir en la conservación del Qhapaq Ñan y en el mantenimiento de la infraestructura turística, mejorará la experiencia del visitante y asegurará la preservación del sitio.

2.5.- **El Alfarcito**

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Turismo Cultural y de Naturaleza:** Ofrece una combinación de turismo cultural con miradores panorámicos, atrayendo tanto a los interesados en

la cultura local como a quienes buscan experiencias en la naturaleza. Se destaca toda la obra del padre Sigfrido Moroder conocido como el Padre Chifri.

- ✓ **Desarrollo Comunitario:** La integración de la comunidad local en el desarrollo turístico fomenta en gran medida el turismo responsable y sostenible, beneficiando a los residentes.

- ✓ **Estrategias de Experiencia:** Crear paquetes turísticos que incluyan actividades culturales y vistas panorámicas aumentarán el atractivo y la rentabilidad del sitio. Experiencias gastronomía andina, Paseos con llamas

2.6.- **Dique Las Lomitas**

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Turismo Recreativo:** Es ideal para actividades recreativas como pesca y deportes acuáticos. Su inclusión en itinerarios de turismo recreativo atraerá a un público diverso.

- ✓ **Desarrollo de Servicios:** La inversión en servicios como embarcaciones, alquiler de equipos, gastronomía y áreas recreativas mejorará la experiencia del visitante y generará ingresos adicionales.

- ✓ **Estrategias de Promoción:** Promocionar el dique en relación con otras actividades recreativas de la región creará positivamente un atractivo completo para los turistas interesados en deportes y actividades al aire libre.

2.7.- Río Blanco

Significado para las Estrategias Turísticas y de Negocios:

- ✓ **Ecoturismo y Aventura:** Ofrece oportunidades para actividades como canotaje, cabalgatas y ecoturismo. Su desarrollo atraerá a turistas aventureros y ecoturistas.
- ✓ **Desarrollo de Infraestructura:** La creación de instalaciones para la práctica segura de deportes de montaña y ecoturismo mejorarán la experiencia del visitante y también se debe pensar en generar fuentes genuinas de ingresos económicos.
- ✓ **Sostenibilidad:** Asegurar prácticas de turismo sostenible es fundamental para preservar el entorno natural del río y garantizar una experiencia de calidad para los turistas.

Cada uno de estos atractivos tiene un potencial significativo para impulsar el turismo y el desarrollo económico en la región, siempre y cuando se adopten estrategias adecuadas que equilibren la promoción, la infraestructura y la sostenibilidad. Integrar estos elementos de manera coherente maximizarán el impacto positivo tanto para los negocios turísticos como para las comunidades locales.

3.- Proyecto del Tren a las Nubes: Impacto y Estrategias Turísticas y de Negocios

3.1.- Descripción del Proyecto:

El Tren a las Nubes es uno de los atractivos turísticos más icónicos de Argentina, destacándose por su recorrido a través de impresionantes paisajes montañosos en la región andina de Salta. Este tren ofrece una experiencia única, ahora Bus-Tren-Bus, al atravesar la Quebrada y la Puna, incluyendo

paradas estratégicas en lugares clave como Campo Quijano, Alfarcito, Santa Rosa de Tastil y San Antonio de los Cobres. La revitalización de la estación del tren y la mejora de la infraestructura asociada potenciará su atractivo turístico, beneficiando a las comunidades locales y contribuyendo al desarrollo económico de la región.

Impacto Económico:

En 2017, el gasto estimado de los turistas en las paradas del Tren a las Nubes fue de \$17.300.000 pesos. Si se proyecta un aumento del 30% para los años siguientes, la cifra en 2024 sería:

$$\{\text{Aumento del 30\%}\} = 17.300.000 \times 0.30 = 5.190.000 \{\text{pesos}\}$$

$$\{\text{Total en 2024}\} = 17.300.000 + 5.190.000 = 22.490.000 \{\text{pesos}\}$$

Por lo tanto, se espera que el gasto turístico en 2024 sea aproximadamente \$22.490.000 pesos.

3.2.- Significado para Estrategias Turísticas y de Negocios:

3.2.1.- Revitalización y Desarrollo de Infraestructura:

- **Infraestructura Turística:** La remodelación de la estación del tren y las mejoras en las instalaciones en San Antonio de los Cobres y otros puntos del recorrido, aumentan el atractivo del tren, mejorando la experiencia del visitante y fomentando la llegada de más turistas.
- **Desarrollo Local:** La inversión en infraestructuras de apoyo, como sanitarios en Santa Rosa de Tastil, facilita el acceso y la comodidad de los turistas, lo cual es importante para mantener una experiencia positiva.

3.2.2.- Impacto en las Comunidades Locales:

- **Generación de Empleo:** La operación del Tren a las Nubes y el desarrollo de infraestructura turística crean empleos directos e indirectos en las comunidades a lo largo del recorrido. Atención a los sanitarios en Santa Rosa de Tastil. Desayuno en El Alfarcito. Nuevos puestos de venta de artesanías en la estación del FF.CC. en San Antonio de los Cobres.
- **Economía Local:** El gasto de los turistas en áreas como Campo Quijano, El Alfarcito, Santa Rosa de Tastil y San Antonio de los Cobres beneficia a los comercios locales, restaurantes y servicios, incrementando la economía regional.

3.2.3.- Estrategias de Marketing y Promoción:

- **Atractivo Mundial:** El Tren a las Nubes es un atractivo de nivel 1, reconocido mundialmente. Utilizar este estatus en las campañas de marketing atraerá turistas internacionales y aumentará la visibilidad global del municipio.
- **Paquetes Turísticos:** Crear paquetes que incluyan el recorrido completo del tren junto con estancias cortas, en los lugares destacados del municipio de Campo Quijano, mejorará la oferta turística y conquistará un segmento de mercado más amplio.

3.2.4.- Turismo Sostenible:

- **Preservación del Entorno:** Es fundamental implementar prácticas de turismo sostenible para minimizar el impacto ambiental en las

áreas naturales que atraviesa el tren. Esto incluye la gestión adecuada de residuos y la promoción de un turismo respetuoso con el entorno.

- **Involucramiento Comunitario:** Fomentar la participación de las comunidades locales en la gestión y desarrollo del turismo asegura que los beneficios se distribuyan equitativamente y que el turismo se integre de manera armónica con la vida local.

3.2.5.- Innovación y Expansión:

- **Tecnología y Experiencia:** La incorporación de tecnología, como guías multimedia y aplicaciones interactivas, enriquecerá la experiencia del turista y proporcionará información adicional sobre los puntos de interés a lo largo del recorrido.
- **Expansión de Rutas:** Considerar la expansión de rutas o la inclusión de nuevos productos, dentro del itinerario del Tren a las Nubes aumentaría el interés y el número de visitantes.

El Tren a las Nubes no solo es un atractivo turístico de renombre internacional, sino que también tiene un impacto económico significativo en las comunidades locales y en la región de Salta. A través de una adecuada gestión y promoción, así como la inversión en infraestructura y sostenibilidad, este proyecto continuará siendo una fuente clave de desarrollo económico y un modelo de éxito en el turismo cultural y de aventura.

IMPACTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN CAMPO QUIJANO: ESTRATEGIAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

1.- Mejora de la Experiencia del Visitante:

- **Servicios Básicos Mejorados:** La instalación de baños públicos en sitios clave como El Alfarcito, Santa Rosa de Tastil y la Estación de San Antonio de los Cobres responde a una necesidad fundamental para los turistas, mejorando su comodidad y satisfacción. Estos servicios básicos son cruciales para garantizar una **experiencia positiva** y prolongada en los destinos turísticos.
- **Conectividad Wi-Fi:** La disponibilidad de Wi-Fi gratuito en estos puntos turísticos permitirá a los visitantes compartir su experiencia en tiempo real, lo que puede actuar como una forma de promoción viral. Además, facilitará la conexión de los turistas con información local, reservas y servicios, **mejorando la accesibilidad y la planificación** del viaje.

2.- Desarrollo Regional y Planificación Estratégica:

- **Polo Turístico Valle de Lerma:** La inclusión de Campo Quijano en la región Turística Valle de Lerma, conforme al Plan **Liderar 2022 - 2027**, posiciona al municipio como una pieza clave en el desarrollo turístico regional. Este enfoque estratégico permite coordinar esfuerzos con otros destinos de la región, optimizar recursos y fomentar el desarrollo de una infraestructura turística integrada.
- **Sinergia Regional:** La colaboración dentro de la región Valle de Lerma contribuye a una oferta más diversa y atractiva para los visitantes, fortaleciendo la marca regional y creando rutas turísticas que conectan varios puntos de interés. Esto atraerá a un público más amplio y fomentará el desarrollo económico en toda la región.

3.- Refuncionalización y Ampliación de la Estación de Trenes de Campo Quijano:

- **Inversión en Infraestructura:** La inversión en su momento, de \$17.000.000 para la Refuncionalización, ampliación y puesta en valor de la Estación de Trenes de Campo Quijano, fue financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), representó una mejora significativa en la infraestructura turística del municipio. Esta actualización no solo preserva el valor histórico del sitio, sino que también moderniza sus instalaciones que ofrece una mejor experiencia a los visitantes.

- **Desarrollo de Nuevas Atractivos:** La mejora de la estación incluyó la creación de centros de interpretación, áreas de descanso y puntos de información, que no solo enriquecieron la experiencia del visitante, sino que también sirven como un atractivo adicional. La restauración y modernización de esta infraestructura se convirtió en su momento, en un punto focal para el turismo en Campo Quijano.

4.- Impacto en la Economía Local y Creación de Empleo:

- **Creación de Empleo:** La inversión en infraestructura turística y la modernización de la estación generaron empleo de la mano de obra local en áreas como construcción, mantenimiento y gestión de instalaciones turísticas. Esto contribuye al desarrollo económico del municipio y fortalece la base laboral local.

- **Impulso a la Economía Local:** La mejora de la infraestructura turística atrae a más visitantes, lo que incrementa el gasto en la economía local, beneficiando a comercios, restaurantes y servicios. Un aumento en el turismo estimula el crecimiento de nuevas empresas y servicios en la región.

5.- **Estrategias de Marketing y Promoción:**

- **Promoción Integrada:** La actualización de la infraestructura turística debe ser integrada en las estrategias de marketing del municipio. Resaltar las mejoras en la infraestructura y los servicios disponibles atraerán a un segmento más amplio de turistas, incluyendo aquellos que valoran la comodidad y las facilidades modernas.
- **Campañas de Comunicación:** Utilizar las plataformas digitales para promover constantemente las instalaciones y servicios, como el Wi-Fi gratuito y las mejoras en la estación de trenes, en el predio gastronómico, aumentarán la visibilidad del municipio y atraerán a turistas potenciales. Las campañas de comunicación destacarán constantemente la accesibilidad y la calidad de la infraestructura mejorada para quijaneños y turistas.

6.- **Sostenibilidad y Desarrollo a Largo Plazo:**

- **Sostenibilidad Ambiental:** Asegurar que toda nueva infraestructura que se realice cumpla con normas de sostenibilidad ambiental es importante para minimizar el impacto ecológico y promover un turismo responsable. Incluir prácticas ecológicas en el diseño y la operación de las instalaciones mejorará la reputación del destino.
- **Planificación a Largo Plazo:** La inversión en infraestructura turística será parte de una estrategia de desarrollo a largo plazo. Planificar para el crecimiento futuro y adaptar las instalaciones a las tendencias emergentes en turismo garantizará que Campo Quijano siga siendo un destino atractivo y competitivo.

Entonces se puede afirmar que la inversión en infraestructura turística en Campo Quijano, incluyendo la modernización del playón para la feria gastronómica, las obras

en la Estación de Trenes y la instalación de servicios básicos como arreglo de baños y Wi-Fi, tiene un impacto significativo en el desarrollo del municipio. Estas mejoras no solo optimizan la experiencia del visitante, sino que también impulsan el desarrollo económico local, crean empleo y fortalecen la posición de Campo Quijano dentro de la Región Valle de Lerma. Integrar estas estrategias en un enfoque de desarrollo sostenible y promocional asegurará el éxito continuo y la atracción de turistas en el futuro.

Conclusión: Sinergia entre Minería y Turismo en Campo Quijano

La combinación de la minería y el turismo posicionan a Campo Quijano como un municipio con gran potencial de crecimiento económico. La minería es una fuente clave de empleo y estabilidad económica, mientras que el turismo ofrece una oportunidad significativa para diversificar la economía local y aumentar los ingresos de la comunidad a través de la promoción de sus atractivos naturales, culturales e históricos. A continuación, se amplía la conclusión con datos técnicos y detalles relevantes sobre cómo estos sectores contribuyen al desarrollo del municipio.

1.- Impacto Económico de la Minería:

- ✓ **Contribución al PIB Local:** La minería de boratos, a través de empresas como Bórax Argentina y Minera Santa Rita S.R.L., es una fuente significativa de ingreso para Campo Quijano. En términos cuantitativos, se estima que la minería representa un porcentaje considerable del Producto Bruto Interno (PBI) del municipio, basado en las operaciones mineras y el gasto asociado.
- ✓ **Empleo y Capacitación:** Con aproximadamente 200 empleados en Bórax Argentina y el empleo proporcionado por Minera Santa Rita S.R.L., la minería es una fuente crucial de empleo. La capacitación especializada ofrecida por estas empresas mejora las habilidades laborales locales, lo que resulta beneficioso para la economía regional en su conjunto.

- ✓ **Inversión en Infraestructura:** Las inversiones realizadas por la minería en infraestructura, como carreteras y servicios básicos, **generarán beneficios indirectos** para otros sectores económicos, incluyendo el turismo y el comercio.

2.- Impacto del Turismo en la Economía Local:

- ✓ **Incremento del Gasto Turístico:** La inversión en infraestructura turística, como baños públicos y Wi-Fi gratuito, y la re funcionalización de distintas obras, contribuyen al aumento del gasto turístico. Realizar este tipo de obras destaca la importancia del turismo en la economía local.
- ✓ **Generación de Empleo en el Sector Turístico:** El desarrollo turístico crea empleos en sectores relacionados como hospitalidad, guías turísticos, camareros y comercio local. Esto no solo ayuda a diversificar la base de empleo, sino que también proporciona oportunidades de trabajo a los residentes locales.
- ✓ **Desarrollo de Infraestructura:** Las mejoras en la infraestructura turística, como las realizadas en la Estación de Trenes, en la gestión municipal anterior, contribuyen a la creación de un entorno atractivo para los turistas y facilitan el acceso a otros destinos regionales, aumentando así el flujo de visitantes.

3.- Sinergias entre Minería y Turismo:

- ✓ **Diversificación Económica:** La combinación de minería y turismo ofrece una diversificación económica que reduce la dependencia de un solo sector. Mientras que la minería proporciona estabilidad económica y empleo, el turismo ofrece una oportunidad para el crecimiento económico adicional y la creación de nuevos ingresos.

- ✓ **Desarrollo Regional Integrado:** La inclusión de Campo Quijano en la Región Valle de Lerma, de acuerdo con el Plan **Liderar 2022 - 2027**, permite la integración del municipio en una estrategia regional de desarrollo turístico. Esta integración fomenta la colaboración entre diferentes destinos y facilita el desarrollo de rutas turísticas que aprovechan tanto los atractivos naturales como los industriales.

4.- Impacto de la Infraestructura en el Turismo y la Economía Local:

- ✓ **Mejora de la Experiencia del Visitante:** La instalación de servicios como Wi-Fi gratuito y baños públicos mejora significativamente la experiencia del visitante, lo cual lleva a una mayor duración de la estancia y un incremento en el gasto durante la visita.
- ✓ **Promoción de Nuevas Atractividades:** La modernización de la Estación de Trenes y otras infraestructuras turísticas crean nuevos puntos de interés, atrayendo a más turistas y generando oportunidades adicionales para el desarrollo de negocios relacionados con el turismo.

5.- Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

- ✓ **Prácticas Sostenibles:** La implementación de prácticas sostenibles en la minería y el turismo asegura que ambos sectores puedan coexistir de manera armoniosa, minimizando el impacto ambiental y promoviendo un desarrollo responsable. Las inversiones en tecnologías limpias y prácticas de turismo responsable son esenciales para la sostenibilidad a largo plazo.
- ✓ **Responsabilidad Comunitaria:** Las iniciativas de responsabilidad social empresarial por parte de las empresas mineras y el compromiso con el desarrollo comunitario mejoran la calidad de vida local y fortalecen la relación entre los residentes y los sectores industriales y turísticos.

La sinergia entre minería y turismo en Campo Quijano representa una estrategia de desarrollo económico que combina la estabilidad y el crecimiento proporcionados por la minería con las oportunidades de diversificación y expansión ofrecidas por el turismo. Esta combinación no solo fortalece la economía local y crea empleo, sino que también promueve una mayor integración regional y una mejor calidad de vida para los residentes. A medida que ambos sectores continúan desarrollándose y colaborando, Campo Quijano tiene el potencial de convertirse en un modelo de desarrollo económico equilibrado y sostenible.

ANÁLISIS FODA DEL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO

Fortalezas o Puntos Fuertes:

1.- Entorno Natural Privilegiado:

- Campo Quijano se caracteriza por su rica diversidad natural, con paisajes que van desde montañas hasta valles, lo que ofrece una amplia gama de actividades al aire libre, como senderismo, cabalgatas, astroturismo y ecoturismo.

2.- Enclave Geográfico Estratégico:

- Ubicado cerca de la ciudad de Salta y como puerta de entrada hacia la Cordillera de los Andes con el famoso Tren a las Nubes, Campo Quijano se beneficia de su posición estratégica en la región, facilitando el acceso a otros destinos turísticos importantes.

3.- Singularidad Cultural:

- La localidad mantiene vivas sus tradiciones y manifestaciones culturales, incluyendo festivales, danzas, artesanías y espectaculares desfiles de gauchos con sus ponchos salteños, que reflejan la identidad pura del pueblo y atraen a visitantes interesados en experiencias auténticas.

4.- Acontecimientos y Tradiciones de Valor Local:

- El municipio alberga eventos tradicionales que son únicos y de gran valor cultural, como patrimonios de la Humanidad, festivales locales, celebraciones religiosas y ferias comunitarias, lo que añade un atractivo especial al destino.

5.- Conciencia de la Comunidad sobre la Importancia del Turismo:

- Los residentes de Campo Quijano tienen un bajo o casi nulo grado de conciencia sobre la relevancia del turismo para la economía local, lo que se traduce en la inexistencia de un esfuerzo conjunto para mantener y mejorar la calidad de la experiencia turística.

6.- Hospitalidad de la Población:

- Los habitantes de Campo Quijano son conocidos por su carácter abierto y amigable, lo que genera un ambiente acogedor para los turistas, promoviendo la repetición de visitas.

7.- Destino Seguro y Tranquilo:

- El municipio es percibido como un lugar seguro y tranquilo, ideal para aquellos turistas que buscan un descanso en un entorno natural sin preocupaciones.

8.- Buena Imagen de Marca y Posicionamiento Regional:

- Campo Quijano construyó una imagen positiva como destino turístico, particularmente a nivel regional, beneficiándose de su conexión con el Tren a las Nubes y su cercanía a Salta.

9.- Fidelidad del Turista:

- Existe un alto grado de repetición de visitas por parte de los turistas, lo que indica una satisfacción general con la oferta turística del municipio.

10.- Calidad y Variedad de la Planta Turística:

- El municipio ofrece una gama diversa de opciones de alojamiento y servicios turísticos, desde hospedajes tradicionales hasta opciones más modernas y confortables, lo que responde a las necesidades de diferentes tipos de turistas.

11.- Instalaciones para Eventos:

- Aunque en menor escala que en grandes ciudades, Campo Quijano cuenta con instalaciones adecuadas para la realización de eventos locales, ferias y pequeños congresos, lo que complementa su oferta turística.

Este análisis FODA subraya las fortalezas de Campo Quijano, destacando su entorno natural, cultura única, y hospitalidad como los principales activos que impulsan su atractivo turístico. Además, su posición estratégica y la buena imagen de marca consolidan su papel como un destino preferido en la región.

OPORTUNIDADES DEL ENTORNO PARA EL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO**1.- Desarrollo de Internet como Canal de Información y Compra:**

- ❖ El creciente uso de internet como principal fuente de información y medio de compra de servicios turísticos representa una oportunidad para que Campo Quijano fortalezca su presencia digital y atraiga más visitantes.

2.- Surgimiento de Nuevos Canales de Comercialización:

- ❖ Nuevas plataformas y canales de venta en línea permiten a Campo Quijano diversificar su acceso a mercados y segmentar su oferta hacia diferentes tipos de turistas, tanto nacionales como internacionales.

3.- Desarrollo de Nuevos Productos Turísticos:

- ❖ Campo Quijano puede aprovechar las tendencias del mercado post-COVID para diversificar su oferta turística, desarrollando productos innovadores como el turismo rural, de naturaleza, gastronómico, astronómico y de aventura.

4.- Tipo de Cambio Favorable para el Turismo Internacional:

- ❖ Un tipo de cambio favorable atraerá a turistas internacionales que buscan destinos atractivos y accesibles económicamente, potenciando la llegada de visitantes extranjeros a Campo Quijano.

5.- Acciones Conjuntas bajo la Marca Norte Argentino:

- ❖ Participar en campañas y acciones conjuntas bajo la marca "*Norte Argentino*" fortalecerá la visibilidad de Campo Quijano en el mercado turístico regional e internacional, beneficiándose del reconocimiento y prestigio de la región.

6.- Trabajo Conjunto con Destinos Competidores:

- ❖ Colaborar con otros destinos turísticos cercanos para ofrecer productos turísticos complementarios, especialmente en mercados internacionales, ampliará el alcance y la competitividad de Campo Quijano.

7.- Inseguridad en Destinos Competidores:

- ❖ La inestabilidad política y social en otros destinos turísticos, tanto nacionales como internacionales, representa una oportunidad para posicionar a Campo Quijano como un destino seguro y atractivo.

8.- Desarrollo de Circuitos Integrados por Región:

- ❖ Integrarse en circuitos turísticos provinciales, nacionales e internacionales permitirá a Campo Quijano ser parte de rutas más amplias, que atraigan a un mayor número de visitantes.

9.- Recuperación de los Flujos Turísticos en Argentina:

- ❖ Con la recuperación del turismo en Argentina post-pandemia, Campo Quijano tiene la oportunidad de capturar una parte del aumento en los flujos turísticos, especialmente enfocándose en los segmentos que buscan experiencias naturales y auténticas.

10.- Estancamiento de Segmentos Tradicionales:

- ❖ El estancamiento de segmentos tradicionales como el turismo de sol y playa abre la puerta para que destinos como Campo Quijano, con su oferta de turismo activo y de naturaleza, capten a viajeros interesados en nuevas experiencias.

11.- Crecimiento del Turismo Activo, Rural, de Naturaleza y Gastronómico:

- ❖ Las tendencias hacia un mayor interés en el turismo activo, rural, de naturaleza y gastronómico son favorables para Campo Quijano, que puede posicionarse como un destino ideal para estos nichos de mercado.

12.- Mayor Interés por Destinos No Contaminados:

- ❖ El creciente interés por destinos naturales y no contaminados ofrece una oportunidad para que Campo Quijano se promocióne como un destino puro, con un entorno natural bien conservado y actividades al aire libre.

13.- Apoyo de Políticas Estratégicas del Gobierno Provincial:

- ❖ El apoyo gubernamental en políticas estratégicas para el desarrollo turístico en Salta beneficiará a Campo Quijano, facilitando inversiones y mejorando infraestructuras y servicios turísticos en el municipio.

14.- Mejorar el Posicionamiento de Salta como Destino de Aventura y Naturaleza:

- ❖ Campo Quijano puede contribuir y beneficiarse del esfuerzo general para posicionar a Salta como un destino líder en turismo de aventura y naturaleza, fortaleciendo su propia oferta y atractivos en estas áreas.

DEBILIDADES DEL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO

A continuación, se presentan las Debilidades detectadas en el municipio, las cuales serán de mucho apoyo para armar las Estrategias Finales:

1.- Falta de Desarrollo y Variedad de Oferta Complementaria:

- ❖ El municipio aún presenta una oferta complementaria limitada, lo que afecta la capacidad de retención de turistas por períodos prolongados. Es necesario desarrollar más opciones de actividades y servicios.

2.- Bajo Aprovechamiento de Recursos Turísticos:

- ❖ Aunque cuenta con recursos naturales y culturales de alto potencial, el aprovechamiento de estos es aún insuficiente. Se requiere de inversiones y estrategias que maximicen su valor y atractivo turístico.

3.- Sistemas de Calidad Poco Desarrollados:

- ❖ La falta de implementación de sistemas de calidad en los establecimientos turísticos es una debilidad que afectará la experiencia del visitante y, por lo tanto, la reputación del destino.

4.- Deficiencias en la Formación y Especialización del Recurso Humano:

- ❖ Existe una necesidad de mejorar la formación y especialización del personal en el sector turístico, incluyendo el manejo de idiomas y atención al cliente, para elevar el estándar de servicio en el municipio.

5.- Percepción de Temperatura Extrema:

- ❖ El mito o percepción de temperaturas extremas durante el verano en Campo Quijano desmotiva a potenciales visitantes. Es importante trabajar en la comunicación de la realidad climática del municipio para corregir estas percepciones.

6.- Falta de Conciencia Ambiental:

- ❖ A nivel local, la falta de conciencia ambiental entre los habitantes y visitantes pone en riesgo la sostenibilidad del entorno natural, uno de los principales atractivos del destino.

7.- Oferta del Producto Turístico No Integrada en los Canales de Distribución:

- ❖ La falta de integración de la oferta turística local en los principales canales de distribución limita la visibilidad y accesibilidad de Campo Quijano como destino, afectando su capacidad para atraer a turistas.

8.- Escasa Segmentación y Diferenciación de la Oferta:

- ❖ La oferta turística en Campo Quijano no está suficientemente segmentada ni diferenciada para captar diferentes tipos de viajeros, lo que limitaría su atractivo para nichos específicos de mercado.

9.- Alta Informalidad en el Sector:

- ❖ La presencia de alta informalidad tanto pública como privada, en el sector turístico local genera competencia desleal y puede afectar negativamente la calidad de los servicios ofrecidos, así como la experiencia del turista.

10.- Escasa Innovación y Digitalización:

- ❖ La falta de innovación en la oferta turística y la baja digitalización de la misma limitan la capacidad del destino para adaptarse a las nuevas demandas del mercado y competir eficazmente.

11.- Falencias en la Comercialización de la Oferta:

- ❖ Existen deficiencias en la comercialización de la oferta turística, lo que puede resultar en una baja ocupación y en una subutilización de los recursos disponibles en el municipio.

12.- Concentración de la Oferta Turística en Salta Capital:

- ❖ La oferta turística de la provincia está demasiado centrada en Salta Capital, lo que dificulta la promoción y desarrollo de otros municipios como Campo Quijano.

13.- Falta de Accesibilidad a Circuitos de Alto Potencial Turístico:

- ❖ Muchos circuitos de alto potencial turístico en Campo Quijano son de difícil o inexistente acceso, lo que limita la capacidad del destino para atraer a turistas que buscan experiencias diferentes.

14.- Rutas en Mal Estado o No Pavimentadas:

- ❖ El mal estado o la falta de pavimentación en rutas que llevan a destinos turísticos afecta la accesibilidad y desalientan indefectiblemente a los visitantes, reduciendo el número de turistas que llegan al municipio.

15.- Falta de Conectividad WiFi en Zonas Turísticas:

- ❖ La falta de conectividad WiFi en casi todas las zonas con emprendimientos turísticos, dificulta la experiencia del visitante y es un factor decisivo para turistas que dependen de la conectividad, la elección de un destino.

AMENAZAS DEL ENTORNO PARA CAMPO QUIJANO**1.- Mayor Cantidad de Ofertas Turísticas a Disposición del Consumidor Final:**

- ❖ La proliferación de opciones turísticas accesibles de inmediato a través de Internet intensifica la competencia y obliga a Campo Quijano a diferenciarse para captar la atención del consumidor final.

2.- Reparación de Problemas Coyunturales:

- ❖ Problemas coyunturales como crisis económicas o políticas pueden afectar negativamente la demanda turística y limitar el flujo de visitantes hacia Campo Quijano.

3.- Surgimiento de Nuevos Destinos Turísticos Competidores:

- ❖ La aparición de nuevos destinos turísticos tanto a nivel nacional como internacional representa una amenaza, ya que los viajeros optan por nuevas opciones en lugar de visitar Campo Quijano.

4.- Fortalecimiento de los Destinos Competidores Actuales:

- ❖ Los destinos turísticos competidores actuales, si se fortalecen y mejoran su oferta, captarán una mayor parte del mercado, afectando negativamente la afluencia turística hacia Campo Quijano.

5.- Incremento de la Competencia Desleal:

- ❖ El aumento de la competencia desleal dentro del destino, debido a la informalidad y falta de regulación en el sector, deteriorará la calidad de la oferta turística y la percepción del destino.

6.- Mayor Globalización de los Mercados:

- ❖ La globalización de los mercados aumenta la competencia y desviarán a los turistas hacia otros destinos más conocidos o accesibles, reduciendo el atractivo de Campo Quijano.

7.- Elección de Destinos más Próximos al Lugar de Residencia:

- ❖ La tendencia de los turistas a elegir destinos más cercanos a su lugar de residencia habitual reducirá el interés por destinos como Campo Quijano, especialmente en contextos de crisis o restricciones de movilidad.

8.- Mayor Desarrollo y Posicionamiento de Mercados Competidores Nacionales:

- ❖ El desarrollo y fortalecimiento de otros destinos dentro de Argentina, que compiten directamente con Campo Quijano, desviará turistas hacia esos lugares si no se mejora la oferta y promoción del municipio.

CAPITULO II: La FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Problemas y Objetivos en Campo Quijano

A partir del diagnóstico inicial del municipio de Campo Quijano, se identificaron una serie de problemáticas y áreas que requieren desarrollo, las cuales se clasificaron según diferentes temáticas relacionadas con el entorno económico, social, y turístico. Estas áreas de acción buscan identificar las causas de la situación actual y los factores que generan obstáculos o incompatibilidades en el día a día de sus habitantes. Con base en este análisis, se establecen los objetivos necesarios para crear Estrategias y Proyectos que transformen la realidad actual en una **VISIÓN** de ciudad más desarrollada y sostenible.

Para abordar la formulación estratégica en un contexto municipal como el de Campo Quijano, un autor clave a mencionar es Fred R. David, quien desarrolla en profundidad la planificación estratégica en su obra "*Conceptos de Administración Estratégica*", Editorial Pearson Educación – (Año 2009) - 12ª edición - Estados Unidos (28). En este libro, David explica cómo el análisis situacional, los problemas identificados y la creación de estrategias se relacionan con el logro de una **Visión de Desarrollo Sostenible**, adaptándose a las particularidades económicas y sociales de una región.

Fred R. David se enfoca en cómo los problemas y objetivos de una localidad se traducen en estrategias concretas que permitan su transformación hacia una visión de futuro más próspera y equilibrada, un enfoque que se alinea con las necesidades de desarrollo identificadas en Campo Quijano.

PROBLEMAS IDENTIFICADOS:

- 1.- **Dependencia económica limitada:** Si bien la minería representa una fuente importante de empleo, la falta de diversificación económica limita las oportunidades para los habitantes, especialmente en sectores emergentes como el

Turismo y el Comercio. Esto genera una dependencia significativa de las industrias mineras, lo cual pondría en riesgo la estabilidad económica del municipio a largo plazo.

- 2.- **Falta de infraestructura turística adecuada:** Aunque Campo Quijano tiene un gran potencial turístico, muchos de sus recursos no están totalmente desarrollados o carecen de la infraestructura adecuada para atraer a más visitantes. Falta de promoción, señalización y servicios turísticos limitados (hospedaje, gastronomía, servicios complementarios) impiden un mayor aprovechamiento del turismo como motor económico.

- 3.- **Conexiones insuficientes con otros polos turísticos:** A pesar de ser parte de la Región Valle de Lerma, las conexiones estratégicas entre Campo Quijano y otros destinos en la provincia no están totalmente optimizadas, limitando el flujo de visitantes y la capacidad del municipio para integrarse plenamente en los circuitos turísticos de la región.

- 4.- **Formación limitada en emprendimiento y capacidades laborales:** El desarrollo del talento local en turismo y negocios presenta deficiencias. Los habitantes del municipio carecen de formación especializada en Hospitalidad, Gestión Turística; Negocios y Espíritu Empresarial, lo que limita su capacidad para aprovechar las oportunidades de desarrollo turístico y comercial.

- 5.- **Déficit de integración entre sectores económicos:** Existe una falta de integración entre los sectores productivos (minería, agricultura, cultura, medio ambiente turismo), lo cual impide una sinergia que podría fomentar el crecimiento local. Esta desconexión limita el desarrollo de cadenas de valor que involucren a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) locales.

Inserción de la Dimensión Económica al Municipio

Cumpliendo con el objetivo central de este Trabajo Final Integrador al revelar la necesidad de desarrollar **Estrategias de Negocios Innovadoras**, que promuevan el desarrollo local en Campo Quijano, se vuelve necesario hablar de la Dimensión Económica en el Municipio. El enfoque de esta investigación está centrado en cómo aprovechar y maximizar los recursos naturales, culturales, y logísticos del municipio para dinamizar su economía de manera sostenible, con la organización inmediata de Actividades Turísticas.

Un autor clave que aborda la inserción de la dimensión económica en el desarrollo local es Peter Nijkamp, quien en su obra *"Desarrollo Regional e Investigación de Políticas"* - Editorial Edward Elgar (Año 2015) - Reino Unido. (29), explica cómo las estrategias de desarrollo económico deben basarse en la maximización de los recursos locales para dinamizar la economía de manera sostenible. Nijkamp destaca la importancia de considerar los recursos naturales y culturales, tal como se plantea en el contexto de Campo Quijano.

Asimismo, sugiere que la planificación estratégica para el desarrollo económico de un municipio debe incluir la integración de las actividades turísticas, ya que estas pueden actuar como un motor de crecimiento local, alineándose con el enfoque de esta investigación para Campo Quijano.

Así se propone que la **Estrategia de Desarrollo Turístico y de Negocios** que abarca esta propuesta considere:

- ❖ Desarrollar ofertas turísticas integradas que pongan en valor la Quebrada del Toro y otros atractivos locales, con el fin de atraer un mayor número de turistas y fomentar el empleo en este sector de la pre puna argentina.

- ❖ Fortalecer el vínculo entre las empresas mineras y el desarrollo local, fomentando proyectos de responsabilidad social empresarial (RSE) que impacten en la comunidad y generen oportunidades económicas más diversificadas.

- ❖ Impulsar inversiones en infraestructura turística, como centros de interpretación, actividades guiadas, y la promoción del turismo sustentable, que permita a Campo Quijano aprovechar su potencial como *"El Portal de los Andes"*.

- ❖ Fomentar el desarrollo de industrias complementarias que no solo dependan de la cercanía con la capital, sino que generen empleo y oportunidades en el mismo municipio, incentivando así la permanencia de los habitantes y la independencia económica.

El desarrollo de una **Estrategia Económica Integral** debe atender tanto a la necesidad de aprovechar los recursos naturales como a la importancia de reducir la dependencia laboral con la Ciudad de Salta, apostando por el crecimiento autónomo de Campo Quijano. De esta manera, se garantizará un crecimiento económico inclusivo, que beneficie tanto a los residentes como a los sectores turísticos y empresariales de la región.

El presente cuadro visibiliza la Dimensión Económica del Turismo, enfocado en los aspectos económicos que afectan y pueden potenciar el desarrollo turístico en Campo Quijano:

Árbol de Problemas y Objetivos - Dimensión Económica del Turismo

ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS - DIMENSIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO
<u>CAUSAS</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Dependencia del turismo con Salta Capital:</u> El turismo en Campo Quijano depende en gran medida de los flujos turísticos provenientes de la capital. ➤ <u>Falta de promoción de los recursos turísticos locales:</u> Escasa difusión de los atractivos naturales y culturales de Campo Quijano. ➤ <u>Insuficiente inversión en infraestructura turística:</u> Necesidad de mejoras en instalaciones turísticas, accesibilidad y servicios básicos para atraer visitantes.
<u>PROBLEMAS</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Estacionalidad del turismo:</u> La actividad turística se concentra en ciertos periodos del año, lo que limita el desarrollo económico continuo. ➤ <u>Desconocimiento del destino:</u> Falta de reconocimiento de Campo Quijano como un destino turístico importante dentro de la provincia. ➤ <u>Baja competitividad en el mercado turístico:</u> Dificultad para competir con otros destinos turísticos más consolidados de la región.
<u>OBJETIVOS</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Diversificar la oferta turística:</u> Crear nuevas experiencias y productos turísticos que atraigan a diferentes tipos de visitantes durante todo el año. ➤ Incrementar la promoción turística: Mejorar las estrategias de marketing y comunicación para posicionar a Campo Quijano como un destino turístico atractivo. ➤ Mejorar la infraestructura turística: Invertir en la modernización de las instalaciones turísticas y en la mejora de la accesibilidad para aumentar la competitividad del destino.
<u>PROYECTOS</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Plan de desarrollo turístico sostenible:</u> Iniciativa para identificar y explotar de manera sostenible los recursos turísticos de Campo Quijano. ➤ <u>Programa de promoción turística integral:</u> Estrategia para aumentar la visibilidad del destino a través de campañas de marketing digital, ferias y eventos. ➤ <u>Mejora de la infraestructura y servicios turísticos:</u> Proyecto para modernizar y ampliar la infraestructura turística, incluyendo hoteles, restaurantes y vías de acceso. ➤ <u>Desarrollo de nuevos productos turísticos:</u> Creación de rutas temáticas, actividades de ecoturismo y eventos culturales que amplíen la oferta y atraigan a más visitantes.

Cuadro 5: Árbol de Problemas y Objetivos - Dimensión Económica del Turismo - Diseño Propio

En este cuadro se enfoca el análisis en cómo las acciones en la Dimensión Económica pueden mejorar el desarrollo turístico en Campo Quijano, contribuyendo al crecimiento económico del municipio.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS y PROYECTOS DE DESARROLLO

Definición de la Misión y la Visión para Campo Quijano

Para la formulación de la Estrategia Turística y de Desarrollo de Campo Quijano, será fundamental establecer previamente una **Misión** y una **Visión** claras, alineadas con los objetivos de crecimiento del destino. La construcción de esta Visión, para el destino en su conjunto y cada una de sus atractivos clave, se basó en un enfoque multidimensional que integró varios pasos previos.

El proceso incluyó una revisión documental y una serie de instancias de participación activa a través de entrevistas, encuestas, y reuniones con los principales actores de la región. Este enfoque participativo permitió incorporar las perspectivas de un amplio abanico de stakeholders, o personas interesadas de diferentes entidades que afectan directa o indirectamente o son afectadas por el proyecto, lo que garantizó que la estrategia estuviera alineada con las expectativas y necesidades tanto de los sectores públicos como privados, así como de la comunidad local.

A lo largo de las visitas in situ a Campo Quijano y otras localidades del municipio, se complementaron los hallazgos documentales con observaciones directas del terreno. Esto facilitó una mayor comprensión de las dinámicas locales y la identificación de oportunidades de desarrollo turístico. De manera similar, se documentaron los comentarios y propuestas recibidos en las entrevistas y reuniones con los distintos representantes locales, lo que resultó clave para construir esta visión integral.

Es relevante destacar que el proceso incluyó la consulta a varios referentes del sector turístico de la provincia, incluyendo actores públicos y privados, instituciones educativas, y expertos con experiencia en la gestión del turismo en la región, sumado a la valiosa experiencia personal que se acumula, al pertenecer con más de 35 años en

la zona. Este enfoque permitió un análisis profundo de las potencialidades y desafíos, asegurando que la misión y la visión reflejen no solo las aspiraciones locales, sino también un entendimiento amplio de las tendencias turísticas a nivel provincial y nacional.

Este trabajo previo fue esencial para definir una visión que proyecte a Campo Quijano como un destino turístico sostenible y diversificado, y una misión que guíe el desarrollo de estrategias que potencien su identidad única, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y la participación comunitaria.

Pero antes conoceremos la Visión Provincial para la Provincia de Salta 2027



Fig.2: Visión Provincial para la Provincia de Salta 2027 - Fuente Plan Liderar 2022/2027

Visión de Campo Quijano

“Ser un modelo regional de desarrollo turístico sostenible e innovador, donde la integración del patrimonio natural, cultural, gastronómico y científico de Campo Quijano se convierte en el motor principal de un crecimiento económico inclusivo.

Potenciar la identidad local y la participación activa de la comunidad para atraer a visitantes nacionales e internacionales interesados en experiencias auténticas, transformando al municipio en un referente de turismo de calidad dentro de la provincia de Salta”.

Puntos clave adicionales:

- ✓ Destacar la importancia de la gastronomía local y el turismo científico (astrofotografía, eventos académicos) como áreas innovadoras dentro del desarrollo turístico.

- ✓ Enfocar el desarrollo en la conservación ambiental y el uso sostenible de los recursos, destacando el trabajo en conjunto con el sector agrícola.

- ✓ Subrayar que el desarrollo económico diversificado incluye tanto el turismo como otras actividades comerciales y empresariales dentro del municipio.

Misión

Implementar estrategias integradas de desarrollo turístico y económico en Campo Quijano, que se basen en la colaboración entre los sectores público, privado y comunitario, para así potenciar el patrimonio natural, cultural y humano del municipio mediante la creación de experiencias turísticas que respeten los principios de sostenibilidad y promuevan la innovación, fomentando así la generación de empleo y oportunidades de emprendimiento local, asegurando que el crecimiento económico sea inclusivo y contribuya a mejorar la calidad de vida de los habitantes, mientras posicionamos a Campo Quijano como un destino atractivo en el mapa turístico de Salta.

Puntos clave adicionales:

- ✓ Subrayar el rol proactivo de la comunidad en el desarrollo turístico, con capacitaciones y programas que fortalezcan el capital humano.
- ✓ Mencionar los proyectos de infraestructura turística, incluyendo el mejoramiento de accesos y la creación de nuevos espacios para eventos culturales y científicos.
- ✓ Resaltar el compromiso con la sostenibilidad tanto en el ámbito ambiental (conservación de la Quebrada del Toro, gestión de residuos) como en el aspecto cultural (rescate de las tradiciones locales).

Al comparar la visión de la provincia de Salta 2027 con la visión reajustada de Campo Quijano, se observan varios puntos en común y alineaciones:

Visión de la Provincia de Salta 2027:

- ❖ **Objetivo General:** Ser líderes en Argentina y la región, como un destino confiable y reconocido por su diversidad patrimonial, sostenibilidad (económica, ambiental y social) y calidad en las experiencias turísticas.
- ❖ **Enfoques Clave:** Innovación, sostenibilidad, carácter local, hospitalidad de su gente, y variedad de experiencias culturales y naturales.

Visión Reajustada de Campo Quijano:

- ❖ **Objetivo General:** Ser un modelo regional de desarrollo turístico sostenible e innovador, integrando el patrimonio natural, cultural, gastronómico y científico, impulsando un crecimiento económico inclusivo.
- ❖ **Enfoques Clave:** Potenciar la identidad local, participación activa de la comunidad, atracción de visitantes nacionales e internacionales, y ofrecer experiencias auténticas y de calidad.

Comparación:

- 1.- **Sostenibilidad:** Ambos enfoques priorizan el desarrollo turístico sostenible como eje central de sus visiones.

- 2.- **Innovación:** Tanto la provincia como Campo Quijano se enfocan en la innovación como motor de crecimiento y diferenciación.

- 3.- **Diversidad Patrimonial:** Ambos destacan la importancia de su patrimonio natural y cultural, aunque Campo Quijano añade el enfoque gastronómico y científico.

- 4.- **Calidad y Experiencias Auténticas:** Las dos visiones buscan ofrecer experiencias de calidad con un carácter local, aunque la visión de Campo Quijano enfatiza el turismo auténtico y la participación activa de la comunidad.

- 5.- **Hospitalidad y Crecimiento Inclusivo:** Mientras la visión provincial resalta la hospitalidad de la gente, Campo Quijano incluye el crecimiento económico inclusivo.

Las visiones de Salta y Campo Quijano están alineadas en términos de sostenibilidad, innovación, calidad y autenticidad en el turismo. Campo Quijano complementa estos objetivos con un enfoque en la integración de la comunidad y la identidad local, lo cual refuerza su compatibilidad con la visión provincial, pero con una identidad más focalizada a su contexto específico.

Según el Plan Liderar 2022- 2027 presenta esta **Visión** para la región Turística valle de Lerma en donde está incluido el Municipio de Campo Quijano



Fig.3: Visión el Valle de Lerma 2027 - Fuente Plan Liderar 2022/2027

Al comparar la visión 2027 para la Región Valle de Lerma que se presenta en el plan **Liderar** con la visión propuesta en esta investigación, surgen las siguientes observaciones:

Visión 2027 del Plan Liderar para el Valle de Lerma:

- ❖ **Objetivo General:** Convertirse en una ruta turística con una marcada identidad, destacando las actividades productivas, el patrimonio, los hechos culturales y los carnavales de antaño.
- ❖ **Enfoques Clave:** Valorización de las actividades económicas locales, la cultura tradicional (religiosa, carnavales, fiestas populares) y el rescate de costumbres ancestrales, con una proyección hacia el turismo tanto a nivel provincial como regional.

Elementos Clave de la Investigación:

- ❖ **Identidad Cultural:** La visión resalta la importancia de mantener viva la identidad cultural a través de celebraciones religiosas y carnavales, lo que coincide con la propuesta de carnavales de antaño.
- ❖ **Patrimonio y Productividad:** En ambos enfoques, el patrimonio y las actividades productivas del valle tienen un papel esencial para atraer turismo.
- ❖ **Turismo Regional:** La propuesta del plan **Liderar** busca promover el Valle de Lerma en un contexto turístico regional, con el objetivo de integrarse en rutas más amplias, lo que se refleja en la aspiración de conectar con itinerarios provinciales y regionales.

Comparación General:

- 1.- **Identidad Cultural:** Ambas visiones concuerdan en la importancia de destacar los aspectos culturales, como los carnavales y las celebraciones tradicionales, que forman parte del atractivo turístico del Valle de Lerma.
- 2.- **Patrimonio y Productividad:** Ambas visiones coinciden en poner en valor las actividades productivas locales y el patrimonio cultural como elementos clave para el desarrollo turístico.
- 3.- **Conexión Regional:** La visión de la investigación enfatiza la conexión con circuitos turísticos más amplios, lo cual es también un aspecto clave en la visión del plan **Liderar**, que busca potenciar el Valle de Lerma dentro de la región.

Podemos afirmar que ambas visiones se alinean en términos de identidad cultural, actividades productivas y la necesidad de integrar el Valle de Lerma en un contexto turístico más amplio. El énfasis en la tradición y la cultura ancestral es una constante, lo que sugiere una coherencia en los objetivos de desarrollo turístico para la región en el marco de la visión 2027 y la investigación.

Objetivo Principal:

“Mejorar la visibilidad de Campo Quijano en los circuitos turísticos regionales y nacionales, desarrollando su potencial como un destino turístico sostenible, inclusivo y competitivo, integrando su patrimonio natural y cultural en las estrategias de marketing y gestión empresarial”.

Objetivos Cualitativos:

“Mejorar, a través del turismo, la calidad de vida de los habitantes de Campo Quijano, impulsando la creación de empleo, el desarrollo económico y la sostenibilidad del entorno.”

Objetivos Específicos Adaptados:

- 1.- Consolidar el rol del turismo en la agenda de desarrollo del municipio, fomentando una cooperación activa entre el gobierno local, actores privados y la comunidad.

- 2.- Desarrollar un turismo sustentable basado en los recursos naturales y culturales únicos de Campo Quijano, respetando el entorno ecológico y promoviendo prácticas de conservación.

- 3.- Incrementar el empleo turístico, estimulando la creación de nuevos emprendimientos locales, dinamizando la economía local y mejorando la calidad de vida de los habitantes.

- 4.- Aumentar la competitividad de Campo Quijano como destino turístico, mejorando la infraestructura, los servicios y la oferta turística disponible, en consonancia con los estándares de calidad demandados por el mercado nacional e internacional.
- 5.- Diversificar la oferta turística mediante la creación de nuevos productos turísticos que aprovechen el patrimonio natural, cultural, gastronómico y científico de Campo Quijano, posicionando al municipio como un destino integral y atractivo para diferentes segmentos de turistas.
- 6.- Desarrollar nuevos itinerarios y circuitos turísticos, integrando a Campo Quijano en rutas turísticas provinciales y regionales, favoreciendo la atracción de turistas tanto nacionales como internacionales.
- 7.- Promover la innovación en la oferta turística, adaptando productos y servicios a las nuevas tendencias de consumo, como el turismo digital, el turismo experiencial y el ecoturismo, para satisfacer la demanda de un público diverso y exigente.
- 8.- Mejorar la integración público-privada, fomentando alianzas estratégicas para la promoción, comercialización y desarrollo del turismo local, alineando a los actores clave en un proyecto común de crecimiento.

Objetivos de Desarrollo:

- 1.- Desarrollar productos turísticos de calidad que reflejen los recursos genuinos de Campo Quijano, como el turismo de aventura, el agroturismo, el turismo

cultural y el turismo gastronómico, atrayendo a visitantes interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

- 2.- Fomentar el surgimiento de nuevos emprendimientos turísticos que involucren a la comunidad local, promoviendo la capacitación, la inversión y la innovación en la creación de nuevas propuestas de valor.
- 3.- Promover la sostenibilidad del turismo en Campo Quijano, implementando políticas que aseguren la preservación de sus recursos naturales y culturales para las futuras generaciones.

Objetivos de Marketing:

- 1.- Potenciar las capacidades de los actores turísticos locales, ofreciendo formación y herramientas para mejorar la prestación de servicios, la atención al turista y la promoción del destino.
- 2.- Fortalecer el posicionamiento de Campo Quijano como un destino turístico en crecimiento dentro de Salta, diferenciándose por su autenticidad, sostenibilidad y oferta de experiencias únicas, alineadas con los intereses de turistas nacionales e internacionales.
- 3.- Optimizar el uso de marketing digital para aumentar la visibilidad de Campo Quijano, impulsando campañas que aprovechen plataformas digitales, redes sociales y tecnologías emergentes para conectar con nuevos mercados y atraer visitantes.

- 4.- Innovar en las estrategias de marketing y comercialización, adoptando un enfoque inclusivo y sostenible que resuene con las tendencias actuales del turismo responsable, asegurando una oferta turística accesible y consciente del impacto social y ambiental.

- 5.- Desarrollar una estrategia de promoción regional y nacional para Campo Quijano, en colaboración con otras localidades cercanas, creando sinergias que fortalezcan la imagen del destino en circuitos turísticos más amplios.

- 6.- Reforzar la articulación pública/privada en la promoción y comercialización del destino, integrando a los actores privados y gubernamentales en un esfuerzo conjunto para potenciar el turismo local y fortalecer la imagen del municipio.

Estos objetivos adaptados alinean a Campo Quijano con los principios de desarrollo turístico sostenible y la mejora de la visibilidad y competitividad del municipio en el contexto provincial y regional. La implementación de una estrategia integrada de marketing turístico basada en la autenticidad local, la innovación, la digitalización y la sostenibilidad asegurará que Campo Quijano pueda consolidarse como un destino turístico destacado en Salta y atraer a un mayor número de visitantes.

VALORACIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE CAMPO QUIJANO

Esta valoración se realizó a través de datos requeridos con base en las encuestas realizadas a los habitantes del Municipio y teniendo como guía los siete criterios que establece el **Plan Liderar de la Provincia de Salta**.

1.- Accesibilidad al destino y a los principales atractivos del municipio:

- ❖ **Accesibilidad al centro turístico principal:** Campo Quijano se encuentra en una ubicación estratégica en el Valle de Lerma, con acceso directo desde la ciudad de Salta a través de la Ruta Nacional 51, un camino pavimentado que ya presenta deterioros por el tránsito que está generando el desarrollo de la minería en la zona de la puna. La velocidad promedio de tránsito se ve afectada por la gran cantidad de vehículos que circulan por la R.N.51, y existen servicios de apoyo en ruta como estaciones de servicio y centros de salud. El transporte público es limitado, pero existen opciones de traslados en otros medios desde la capital provincial. Se destaca de un tiempo a esta parte la gran cantidad de accidentes que se producen en la zona de la puna, nunca antes mencionado.

- ❖ **Accesibilidad a los principales atractivos del municipio:** La accesibilidad a los atractivos naturales como el Dique Las Lomitas, Capilla del Río Blanco, la Quebrada del Toro con Incahuasi, Ing. Maury, Gobernador Sola, El Alfarcito, Santa Rosa de Tastil, Las Cuevas y el Valle de Lerma es generalmente buena, aunque este año presenta varios cortes la R.N. 51, por las intensas lluvias caídas este verano 2024, que también dejaron algunos senderos y caminos secundarios con la requisita de mejoras para facilitar el acceso a turistas menos experimentados. El Atractivo más natural y turísticos de todos a la Laguna de los Flamencos Rosados, pero realmente el camino está en muy malas condiciones de transitabilidad para llegar a conocer estas tres lagunas, donde viven los mismos.

2.- Grado de desarrollo:

- ❖ **Infraestructura turística:** Campo Quijano cuenta con recursos naturales y culturales significativos, pero la infraestructura turística aún es limitada. Existen algunos establecimientos hoteleros, pero la oferta es escasa en comparación con otros destinos de la provincia. Las instalaciones en los atractivos naturales, como senderos no están señalizados y áreas de descanso tampoco, se debe mejorar los mismos para hacer el destino más accesible y cómodo para los visitantes.

- ❖ **Conversión de recursos en productos:** El potencial turístico del municipio no está completamente desarrollado, y muchos recursos naturales no se transformaron en productos turísticos completos.

3.- Estado de conservación:

- ❖ **Grado de deterioro:** En general, los recursos naturales y culturales de Campo Quijano se encuentran en buen estado de conservación. No obstante, la creciente afluencia turística y la falta de gestión adecuada en algunos sectores ponen en riesgo el estado de conservación a largo plazo. Es necesario implementar políticas de conservación y manejo ambiental para proteger estos recursos.

4.- Atractividad / Unicidad:

- ❖ **Unicidad de los recursos:** Campo Quijano destaca por su proximidad al Tren a las Nubes, uno de los trenes más altos del mundo, y sus paisajes únicos en la Quebrada del Toro, lo que le otorga un alto grado de unicidad. Si bien es cierto no se utiliza el ramal C14 para llegar a la puna, en la actualidad el protagonismo lo tiene toda la Ruta Nacional N° 51 que atraviesa el municipio. Además, su patrimonio cultural, que incluye festividades locales y tradiciones gauchas,

aporta un valor diferencial que lo distingue de otros destinos turísticos en Salta y en la región del NOA (Noroeste Argentino).

5.- **Grado de concentración de la oferta:**

- ❖ **Diversidad de actividades:** La oferta turística en Campo Quijano es variada pero dispersa. Existen oportunidades para el turismo de aventura, ecoturismo, astroturismo y turismo cultural, pero la concentración de la oferta en áreas específicas es limitada. Los servicios como alojamiento, gastronomía, esparcimiento y guías turísticos están presentes, pero podrían beneficiarse de una mayor integración y promoción conjunta para crear un destino más cohesivo.

6.- **Carácter Local:**

- ❖ **Valor local y autenticidad:** El municipio de Campo Quijano es representativo de la cultura y las tradiciones salteñas, lo que le confiere un alto valor de carácter local. Las festividades tradicionales, la gastronomía regional, y la hospitalidad de sus habitantes son elementos que fortalecen su autenticidad como destino turístico. Este carácter local es un activo importante que será potenciado en la estrategia de marketing para atraer a turistas en busca de experiencias genuinas. Entre ellas destacar la próxima declaración, a cargo del Legislativo Provincial, de Capital Provincial de la Tradición por su espectacular fiesta gaucha el 10 de noviembre de cada año. Otro producto religioso turístico el santo mecatrónico Santiago Apóstol en la parroquia principal de Campo Quijano.

7.- **Grado de Conocimiento / Notoriedad:**

- ❖ **Conocimiento a nivel nacional e internacional:** Campo Quijano es relativamente conocido a nivel nacional, principalmente debido a su conexión

con el Tren a las Nubes. Sin embargo, la notoriedad internacional no existe. Aumentar la promoción y visibilidad del municipio en mercados internacionales será fundamental para atraer a turistas extranjeros y posicionarlo como un destino atractivo dentro del circuito turístico de Salta.

En definitiva, Campo Quijano cuenta con un alto potencial turístico, pero requiere un mayor desarrollo e integración de su infraestructura turística, así como una mejor estrategia de conservación y promoción para maximizar su atractivo. La implementación de políticas que fortalezcan la accesibilidad, desarrolle la infraestructura y promocionen sus recursos únicos de manera sostenible, será clave para consolidar su posición como destino turístico dentro de la provincia de Salta.

ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO ACTUAL DE CAMPO QUIJANO

Para destacar del posicionamiento del destino Campo Quijano, utilizaremos un enfoque similar al Destino Salta Provincia, con el mero fin de continuar con la directriz del **Plan Liderar 2022/2027**, basado en la percepción de los turistas que ya visitaron el municipio. A continuación, se presenta un análisis que refleja la imagen que Campo Quijano proyecta entre los turistas según las encuestas realizadas:

IMAGEN POSITIVA DE CAMPO QUIJANO

Aspectos Positivos: "Lo Mejor de Campo Quijano"

- ❖ **Gastronomía:** Según las encuestas, sorprende el dato en primer lugar de la cantidad de ponderaciones 90% sobre la oferta gastronómica de Campo Quijano, que incluye platos tradicionales salteños, este dato sobresale sobre todos los otros evaluados positivamente. La autenticidad y sabor de la comida local enriquecen la experiencia de los visitantes, quienes disfrutaron de especialidades como empanadas salteñas, locro y el queso de la Quebrada del Toro.

- ❖ **Paisajes, naturaleza y vegetación:** Los turistas que visitan Campo Quijano valoran altamente sus paisajes naturales. La cercanía a la precordillera andina y la exuberante vegetación del Valle de Lerma son aspectos destacados por los visitantes. Lugares como el Dique Las Lomitas y las vistas panorámicas desde el Tren a las Nubes son considerados de gran atractivo. Se sorprenden con el desarrollo urbano/turístico de El Alfarcito.

- ❖ **Hospitalidad y amabilidad de la gente:** La calidez y amabilidad de los habitantes de Campo Quijano es un aspecto que recibe elogios constantes por parte de los turistas. Este factor es crucial para crear una experiencia agradable y memorable, fortaleciendo la percepción positiva del destino. Se destaca el porcentaje de huéspedes que señalan a Santa Rosa de Tastil, como el paraje con sus habitantes, más amables de todo el municipio.

- ❖ **Tranquilidad y preservación del entorno:** Los turistas también aprecian la tranquilidad del lugar y la preservación de su entorno natural y cultural. La falta de masificación turística contribuye a una experiencia más auténtica y relajante.

IMAGEN NEGATIVA DE CAMPO QUIJANO

Aspectos Negativos: "Lo Peor de Campo Quijano".

- ❖ **Transporte y accesibilidad interna:** Aunque la accesibilidad general al municipio es buena, algunos turistas señalan que la falta de opciones de transporte público y la necesidad de mejorar ciertos caminos hacia los atractivos principales, son muy convenientes. Esto es especialmente relevante para aquellos turistas que no cuentan con transporte propio.

- ❖ **Oferta limitada de servicios turísticos:** La oferta de servicios turísticos, como alojamientos, actividades guiadas y servicios adicionales (por ejemplo, bancos y centros de información turística), es percibida como limitada. Los turistas sugieren que una mayor variedad y disponibilidad de estos servicios mejoraría significativamente su experiencia.

- ❖ **Falta de señalización y promoción:** Algunos turistas comentan que la señalización hacia los principales atractivos del municipio debe mejorar. Además, la promoción y la disponibilidad de información sobre actividades y lugares de interés dentro de Campo Quijano es considerada insuficiente, lo que dificulta la planificación de las visitas. La mayoría de los comentarios indican la oficina de información turística cerrada los fines de semana.

Conclusión del Posicionamiento de Campo Quijano

Campo Quijano se posiciona como un destino turístico atractivo por sus paisajes naturales, la hospitalidad de su gente, y la tranquilidad que ofrece. Sin embargo, para mejorar su posicionamiento y atraer a un mayor número de visitantes, es necesario abordar algunas áreas de mejora, como el transporte interno, la expansión de la oferta de servicios turísticos, y una promoción más efectiva del destino. Fortalecer estos aspectos permitirá que Campo Quijano no solo mantenga, sino que también mejore su imagen positiva entre los turistas, consolidándose como un destino de referencia en la región.

IMAGEN QUE PROYECTA CAMPO QUIJANO AL POTENCIAL TURISTA

(EL QUE NO CONOCE SALTA)

Análisis de Atributos Diferenciales del Destino Campo Quijano

Para evaluar los atributos diferenciales de Campo Quijano y cómo estos influyen en la percepción del destino, se realizó un análisis basado en encuestas similares a las utilizadas en Salta. Compartimos la información con los resultados obtenidos:

Grado de Recomendación del Destino

En base a la información recogida:

- ¿Recomendaría visitar Campo Quijano a sus familiares y amigos?

- Sí: 96.8%

- No: 3.2%

El análisis muestra que Campo Quijano cuenta con una imagen muy positiva y un alto grado de recomendación entre los turistas que lo visitan. Sus puntos fuertes, como la amabilidad de su gente, la belleza de sus paisajes, y su rica cultura, lo posicionan favorablemente en el mercado turístico. Aunque se identifican algunas áreas de mejora, como las condiciones de las rutas y la limpieza, el servicio en algunas casas de comidas, pero estos aspectos no parecen afectar significativamente la percepción general del destino.

Campo Quijano, con su combinación de naturaleza, cultura y hospitalidad, se presenta como un destino atractivo y recomendable, con oportunidades de seguir mejorando para fortalecer aún más su posición en el mercado turístico regional.

IMAGEN QUE PROYECTA CAMPO QUIJANO A TRAVÉS DE SU COMUNICACIÓN

Para entender cómo Campo Quijano se proyecta como destino turístico a través de su comunicación, se llevó a cabo un análisis siguiendo la misma metodología aplicada en Salta. A continuación, se presentan las conclusiones sobre lo actuado:

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MATERIAL PROMOCIONAL

1.- Gama de Soportes Promocionales:

- Campo Quijano utiliza escasos soportes promocionales para llegar a diferentes segmentos de turistas. Esto se limita a poco material impreso tradicional hasta contenido digital adaptado para redes sociales, tiene una página municipal en Facebook, no cuenta con página web propia y solo la plataforma oficial del Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta.

2.- Variedad de Formatos de Folletería y Material P.O.P.:

- La oferta promocional incluye escasos folletos, carteles y otros materiales P.O.P. diseñados para destacar los principales atractivos del municipio, como el Tren a las Nubes, Quebrada del Toro, y las actividades al aire libre.

3.- Material Segmentado Según Públicos Destinatarios:

- La comunicación no está segmentada de acuerdo con el perfil del turista, diferenciando entre familias, aventureros, amantes de la cultura, y visitantes en busca de relax y naturaleza. Así que no permite ofrecer información relevante y específica a cada tipo de turista que visita el Municipio de Campo Quijano.

4.- **Soportes Orientados a Distintos Objetivos (Informativo, Persuasivo y Recordatorio):**

- ❖ Campo Quijano no emplea soportes que cumplen con distintos objetivos de comunicación:
 - **Informativo:** Folletería y sitios web que brindan información detallada sobre los atractivos y servicios turísticos.
 - **Persuasivo:** Campañas que destacan experiencias únicas, como los recorridos en el Tren a las Nubes.
 - **Recordatorio:** Material visual en redes sociales y anuncios que mantengan la presencia de Campo Quijano en la mente de los potenciales turistas.

5.- **Utilización del Logotipo, Mensaje de Marca y Paleta de Colores:**

- ❖ La identidad visual de Campo Quijano no está definida, con un logotipo consistente, mensajes claros y una paleta de colores que evoque los paisajes naturales del área. Esto ayudaría a mantener una imagen coherente y reconocible en todos los soportes promocionales. Solo dispone de un isologotipo, pero netamente político de la actual gestión

6.- **Adaptación a Material Digital:**

- ❖ No existe material promocional turístico en formatos digitales, con una presencia activa en redes sociales y un sitio web informativo propio del Municipio que facilite el acceso a la información para los turistas, sí existe el oficial de la provincia, pero con escasa información.

7.- Innovación en Soportes de Alto Impacto Visual:

- ❖ Campo Quijano no busca innovar en la manera de presentar su oferta turística. Esto incluye la inexistencia de videos promocionales, recorridos virtuales y colaboraciones con artistas locales para generar contenido visual atractivo y de alto impacto.

8.- Presencia en Redes Sociales y Vinculación con Influencers:

- ❖ Campo Quijano tiene una presencia baja en redes sociales, donde logró construir una comunidad de seguidores, pero muy escasa. Además, se realizaron acciones cooperadas con influencers locales del sector turístico, lo que contribuyó en cierta medida a aumentar la visibilidad del destino entre un público más amplio.

En resumen, Campo Quijano tiene desarrollada una estrategia de comunicación muy baja que utiliza una escasa variedad de soportes promocionales, tampoco adaptados a diferentes públicos. Su pobre presencia en redes sociales, junto con la no realización constante en materiales de alto impacto visual, le permite proyectar una imagen pasiva y casi inexistente como destino turístico. La inexistente vinculación con influencers y la no adaptación al entorno digital, indican el nulo posicionamiento en el mercado, por consiguiente, no atrae a un número creciente de visitantes que puedan interesarse por su rica oferta natural, cultural y de aventura.

CAPITULO III : El Plan Operacional

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA OPERACIONALIZAR LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DE NEGOCIOS EN CAMPO QUIJANO

Las Acciones Estratégicas para el Desarrollo Turístico y de Negocios en Campo Quijano se fundamentan en los principios del **Plan Liderar** y tienen como objetivo corregir la limitada visibilidad de la localidad dentro del panorama turístico provincial. Estas acciones están diseñadas para consolidar una colaboración efectiva entre los sectores público y privado, con el propósito de impulsar el crecimiento económico y turístico de la región. La estrategia se enfoca en posicionar a Campo Quijano como un destino clave, integrándolo en el calendario turístico de Salta a través de una serie de iniciativas turísticas, culturales, deportivas y científicas que atraigan a diferentes tipos de visitantes.

En consonancia con los objetivos establecidos en este trabajo de maestría, las propuestas de desarrollo turístico para Campo Quijano se apoyan en sólidos fundamentos legales y estratégicos, alineándose con la *Ley de Turismo N°7045 de la Provincia de Salta*. Esta ley establece un marco jurídico que promueve el desarrollo turístico responsable y sostenible, incentivando la colaboración entre el sector público y privado. Además, se enfoca en la preservación del patrimonio cultural y natural, la calidad de la oferta turística y el fortalecimiento de las economías locales, todo bajo principios de sostenibilidad.

Desde un punto de vista técnico, la propuesta también considera la integración de metodologías de planificación estratégica como el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) y el modelo PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal), para asegurar que las decisiones tomadas estén basadas en un diagnóstico situacional sólido que contemple todas las variables que afectan al desarrollo turístico.

A nivel de marketing turístico, se hace énfasis en estrategias de branding territorial, con el fin de posicionar a Campo Quijano como un destino turístico diferenciado dentro de Salta. Esto incluye la creación de una marca del destino coherente con los valores y atributos del lugar, apoyada por una narrativa que destaque tanto la autenticidad cultural como las oportunidades recreativas y de turismo activo, como el ecoturismo, el turismo de aventura, y el turismo rural.

En el plano económico, se contemplan políticas de incentivo para la inversión en infraestructura turística, con especial atención a la sostenibilidad. Esto incluye la mejora de accesos, servicios públicos y la capacitación continua de la mano de obra local en áreas clave como la hospitalidad y el servicio al cliente.

Finalmente, se subraya la importancia de la evaluación de impacto ambiental (EIA), tal como lo establece la normativa vigente, para asegurar que las nuevas iniciativas turísticas no comprometan el equilibrio ecológico de la región, manteniendo un desarrollo armonioso entre el crecimiento económico y la conservación de los recursos naturales.

Este enfoque holístico asegura que Campo Quijano no solo se posicione como un destino turístico relevante, sino que lo haga de manera sostenible, integrando elementos clave que garanticen su éxito a largo plazo, como la participación activa de la comunidad y la promoción de prácticas de turismo responsable.

1.- Mejora de la Visibilidad y Posicionamiento de Campo Quijano

- **Objetivo:** Integrar Campo Quijano en los circuitos turísticos tradicionales y no tradicionales de Salta, para aumentar el flujo de visitantes.
- ❖ **Acción 1.1:** Desarrollo de una Estrategia de Marketing Turístico Integral

- **Descripción:** Se ejecutará un plan de marketing que integre los recursos naturales y culturales del municipio en las campañas promocionales de la provincia de Salta. Este plan incluirá la creación de material audiovisual y gráfico, enfocándose en la singularidad de Campo Quijano como puerta de entrada a los Valles Calchaquíes y la Quebrada del Toro.

❖ **Acción 1.2: Implementación de Campañas de Comunicación Digital**

- **Descripción:** Aprovechando el auge de las redes sociales y plataformas digitales, se lanzarán campañas de comunicación dirigidas a públicos segmentados (turismo de naturaleza, deportes, aventura, cultura, etc.), priorizando la creación de contenido digital que resalte la autenticidad y la belleza escénica de la región.

2.- Desarrollo de Productos Turísticos Innovadores

- **Objetivo:** Diversificar la oferta turística de Campo Quijano mediante la creación de productos innovadores que atraigan nuevos segmentos de mercado.

❖ **Acción 2.1: Implementación de Rutas de Turismo Científico y Astroturismo**

- **Descripción:** Se creará una oferta turística basada en el astroturismo y el turismo científico, aprovechando los cielos despejados y el interés creciente en las experiencias educativas vinculadas al patrimonio astronómico. Se capacitará a la comunidad local para que ofrezca visitas guiadas y experiencias interactivas, inicio en Santa Rosa de Tastil.

❖ **Acción 2.2: Desarrollo de Circuitos de Turismo Cultural y Religioso**

- **Descripción:** Integrar las fiestas patronales y eventos culturales tradicionales en un calendario turístico anual. Se crearán rutas que incluyan la visita a sitios de importancia cultural, y se promoverá el turismo religioso como una vía para atraer visitantes durante las festividades locales. Destacando sobre todo el santo Santiago Apóstol Peregrino de 12 movimientos mecánicos y su Fiesta Patronal.

3.- Fortalecimiento de la Infraestructura Turística

- **Objetivo:** Mejorar la infraestructura y los servicios turísticos en Campo Quijano para facilitar el acceso y la experiencia de los visitantes.

❖ **Acción 3.1: Mejoramiento de los Accesos y Señalización Turística**

- **Descripción:** En colaboración con el gobierno provincial, se realizarán mejoras en los accesos a los principales atractivos turísticos, así como la instalación de señalización bilingüe (español-inglés) para facilitar la movilidad de los turistas.

❖ **Acción 3.2: Creación de Centros de Información Turística**

- **Descripción:** Se establecerán puntos de información turística en ubicaciones estratégicas, como la Estación de Trenes, Casa de la Cultura y la Ruta Nacional N°51, con personal capacitado para ofrecer información actualizada sobre las actividades y atractivos de Campo Quijano.

4.- Desarrollo de Actividades Turísticas Diversificadas

Objetivo: Diseñar y promover una variedad de actividades turísticas que atraigan a diferentes tipos de turistas a Campo Quijano.

❖ Acción 4.1: Creación de Eventos Turísticos Temáticos

- **Descripción:** Desarrollar eventos turísticos que integren actividades culturales, deportivas y científicas, como senderismo temático, visitas guiadas a sitios históricos, Caminatas Ecológicas, observación de la flora y fauna local, Cenas a la luz de las velas, Degustación de Vinos, Concursos de la Empanada, etc.

❖ Acción 4.2: Fomento de Deportes de Aventura

- **Descripción:** Promover deportes de aventura como el trekking, mountain bike, cabalgatas y rafting, que aprovechen la geografía de la región y atraigan a turistas interesados en el turismo activo.

❖ Acción 4.3: Desarrollo de Programas de Turismo Científico

- **Descripción:** Crear programas de turismo científico que incluyan actividades como observación astronómica, estudios de biodiversidad, y participación en investigaciones ecológicas, dirigidos a estudiantes, investigadores y aficionados.

5.- Fomento de Eventos Culturales, Deportivos y Científicos

- **Objetivo:** Organizar y atraer eventos de diversas índoles para posicionar a Campo Quijano como un destino de eventos turísticos.

❖ **Acción 5.1: Organización de Festivales Culturales y Artísticos**

- **Descripción:** Implementar un calendario anual de festivales culturales que incluyan música, danza, gastronomía y artesanías locales, para atraer a turistas interesados en la cultura regional.

❖ **Acción 5.2: Implementación de Torneos Deportivos Regionales**

- **Descripción:** Promover y organizar torneos deportivos de disciplinas como fútbol, atletismo, torneos ecuestres, rugby y ciclismo, en coordinación con clubes y asociaciones deportivas de la región.

❖ **Acción 5.3: Realización de Congresos y Conferencias Científicas Específicas**

- **Descripción:** Fomentar la realización de congresos y conferencias científicas en áreas específicas como abogacía, periodismo, ecología, astronomía y geología, aprovechando la infraestructura local y la belleza natural del entorno como atractivo adicional.

6.- Integración con el Circuito Turístico Provincial

- **Objetivo:** Articular a Campo Quijano como parte integral del desarrollo turístico provincial, conectando sus productos y servicios con otros destinos.

❖ **Acción 6.1: Creación de Alianzas Estratégicas con Destinos Turísticos Vecinos**

- **Descripción:** Se promoverán alianzas con municipios vecinos, como Salta Capital, Rosario de Lerma, Cerrillos, La Merced, Chicoana, Coronel Moldes, San Lorenzo, Rosario de la Frontera, San Antonio de los Cobres y Cafayate, para la creación de circuitos turísticos combinados que integren la naturaleza, la gastronomía y la cultura de toda la región.

❖ **Acción 6.2: Inclusión en Paquetes Turísticos Provinciales y Nacionales**

- **Descripción:** Se trabajará con operadores turísticos y agencias de viajes para incluir a Campo Quijano, en los itinerarios de paquetes turísticos que promocionen los destinos más importantes de la provincia y del país, ofreciendo opciones que se alineen con la tendencia del turismo de aventura y naturaleza.

7.- Capacitación y Participación Comunitaria

- **Objetivo:** Fomentar la participación activa de la comunidad local en el desarrollo turístico, fortaleciendo el capital humano y generando empleo local.

❖ **Acción 7.1: Programas de Capacitación en Hospitalidad y Turismo**

- **Descripción:** En colaboración con instituciones académicas y el Ministerio de Turismo, se implementarán programas de capacitación en hospitalidad, atención al cliente, guiado turístico, y otras habilidades clave para mejorar la calidad del servicio ofrecido a los visitantes.

❖ **Acción 7.2: Participación Comunitaria en el Diseño de Experiencias Turísticas y Espíritu de Empresas.**

- **Descripción:** Se promoverá la creación de microemprendimientos turísticos por parte de la comunidad local, incentivando la creación de experiencias auténticas vinculadas a las tradiciones y el estilo de vida de la región. Estos microemprendimientos recibirán apoyo en términos de marketing y financiación a través de programas tanto públicos como privados: Networking Ejecutivo.

8.- Monitoreo y Evaluación de Impacto

- **Objetivo:** Asegurar que las estrategias implementadas tengan un impacto medible y sostenible en el desarrollo turístico del municipio.

❖ **Acción 8.1: Creación de un Observatorio de Turismo Local**

- **Descripción:** Se establecerá un sistema de monitoreo que recoja y analice datos sobre la afluencia de turistas, su perfil, preferencias y satisfacción. Esta información servirá para ajustar

las estrategias en tiempo real y asegurar el éxito de las acciones emprendidas.

❖ **Acción 8.2: Evaluación Continua de la Sostenibilidad Ambiental y Social**

- **Descripción:** Las estrategias implementadas serán evaluadas regularmente para asegurar que promuevan un desarrollo turístico sostenible, respetando los recursos naturales y la cultura local, al mismo tiempo que generan beneficios económicos para la comunidad.

9.- Fortalecimiento de la Gobernanza Turística

- **Objetivo:** Crear un sistema de gobernanza turística eficaz en Campo Quijano mediante la cooperación entre el sector público y privado para el desarrollo de actividades turísticas diversas.

❖ **Acción 9.1: Creación de una Mesa de Turismo Local**

- **Descripción:** Conformar una mesa de diálogo permanente entre el gobierno municipal, la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, y actores clave del sector privado. Este órgano coordinará el diseño y la implementación de actividades turísticas y garantizará que estas acciones se alineen con los intereses locales y regionales.

❖ **Acción 1.2: Fomento de la Participación Comunitaria**

- **Descripción:** Integrar a la comunidad local en el diseño de actividades turísticas a través de talleres de sensibilización y

foros participativos. Esto asegurará que las actividades turísticas reflejen las necesidades y deseos de la comunidad, fomentando un turismo inclusivo y sostenible.

•

10.- Consolidación de Campo Quijano como Destino Turístico Regional y Nacional

- **Objetivo:** Fortalecer la posición de Campo Quijano en los circuitos turísticos mediante la promoción de actividades turísticas, culturales, deportivas y científicas.

❖ Acción 10.1: Integración en Rutas Turísticas Internacionales y Nacionales

- **Descripción:** A través de acuerdos con operadores turísticos, Campo Quijano se incorporará en rutas que incluyan actividades turísticas diversificadas, como eventos culturales, congresos científicos, y competencias deportivas, atrayendo a una amplia gama de turistas.

❖ Acción 10.2: Participación en Ferias y Eventos Turísticos

- **Descripción:** Promover la participación de Campo Quijano en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales, con un énfasis en las actividades planificadas. La promoción incluirá un calendario anual de eventos que destaque las diversas ofertas turísticas del municipio.

11.- Mejora de la Conectividad y Acceso

- **Objetivo:** Facilitar el acceso a Campo Quijano para incrementar la participación en eventos y actividades turísticas.

❖ Acción 11.1: Ampliación de Conexiones Terrestres

- **Descripción:** Mejorar las conexiones viales hacia Campo Quijano para facilitar la llegada de turistas que asistan a eventos y actividades en la región, con especial atención a rutas desde Salta y otras localidades importantes.

❖ Acción 11.2: Estrategias para Traslados desde el Aeropuerto

- **Descripción:** Implementar servicios de transporte directo desde el Aeropuerto El Aybal hasta Campo Quijano, haciendo más accesibles los eventos y actividades para turistas nacionales e internacionales.

12.- Planificación Estratégica de Actividades y Eventos

- **Objetivo:** Crear una agenda de actividades programadas para atraer a diferentes tipos de turistas.

❖ Acción 12.1: Creación de un Plan de Actividades Turísticas

- **Descripción:** Desarrollar un plan estratégico de actividades que incluya eventos culturales, deportivos, y científicos. Este plan se diseñará con la participación de actores clave y se promoverá a nivel regional y nacional.

❖ **Acción 12.2: Coordinación de Eventos Intermunicipales**

- **Descripción:** Fomentar la cooperación con otros municipios para organizar eventos y actividades conjuntas que fortalezcan la oferta turística de Campo Quijano y los municipios participantes, asimismo para evitar que se superpongan con otros acontecimientos de diferentes Municipalidades.

13.- Búsqueda de Financiamiento para el Desarrollo de Actividades Turísticas

- **Objetivo:** Obtener recursos financieros para la ejecución de eventos y actividades turísticas en Campo Quijano.

❖ **Acción 13.1: Creación de un Fondo de Desarrollo Turístico Local**

- **Descripción:** Establecer un fondo local que financie la organización de eventos y actividades turísticas innovadoras que atraigan a diferentes tipos de turistas.

❖ **Acción 13.2: Alianzas con el Sector Privado**

- **Descripción:** Establecer alianzas con empresas y organizaciones para cofinanciar y promover eventos y actividades turísticas en Campo Quijano.

14.- Desarrollo de Rutas Turísticas Definidas en el Plan Liderar

- **Objetivo:** Mejorar el portafolio de productos turísticos con una visión de integración regional y de negocios.

❖ Acción 14.1: Integración de Campo Quijano en las Rutas Turísticas Provinciales

- **Descripción:** Asegurar que Campo Quijano forme parte de las rutas turísticas provinciales delineados por el Plan Liderar, potenciando su atractivo y conectividad con otros destinos turísticos.

❖ Acción 14.2: Mejora de la Oferta de Productos Claves y Prioritarios

- **Descripción:** Identificar y mejorar los productos turísticos claves del municipio, tales como el turismo rural, el astroturismo y las experiencias vinculadas a la naturaleza y cultura local.

15.- Actualización Continua del Portafolio de Experiencias Turísticas

- **Objetivo:** Mantener actualizado el portafolio de experiencias turísticas para asegurar su competitividad.

❖ Acción 15.1: Revisión Periódica de la Oferta Turística

- **Descripción:** Realizar una evaluación anual del portafolio de productos turísticos de Campo Quijano, incorporando nuevas experiencias y actualizando las existentes para asegurar su relevancia y competitividad.

❖ **Acción 15.2: Inclusión de Experiencias Inmersivas y Auténticas**

- **Descripción:** Desarrollar experiencias turísticas inmersivas que conecten a los visitantes con la cultura local, asegurando una experiencia auténtica que refuerce la identidad y el atractivo de Campo Quijano.

16.- Promoción y Marketing de Campo Quijano como Destino de Eventos

- **Objetivo:** Aumentar la visibilidad de Campo Quijano como un destino ideal para actividades turísticas, eventos culturales, deportivos y científicos.

❖ **Acción 16.1: Desarrollo de una Marca Turística Local**

- **Descripción:** Crear y promocionar una marca turística para Campo Quijano que refleje su identidad cultural, natural y científica, posicionándola en mercados regionales y nacionales. Para la validación social de la misma, se debe trabajar con todos los actores de Campo Quijano.

❖ **Acción 16.2: Participación en Ferias y Exposiciones Turísticas**

- **Descripción:** Participar en ferias y exposiciones de turismo a nivel nacional e internacional, para promocionar las actividades y eventos que se organizan en Campo Quijano.

❖ **Acción 16.3: Alianzas Estratégicas con Agencias de Viajes y Operadores Turísticos**

- **Descripción:** Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos para incluir a Campo Quijano en paquetes turísticos que ofrezcan experiencias y actividades culturales, deportivas y científicas.

La implementación de estas acciones estratégicas está orientada a operacionalizar el desarrollo turístico y de negocios de Campo Quijano de manera innovadora y sostenible, en línea con los objetivos centrales de este Trabajo Final de Maestría. Mediante una estrategia que combine marketing, desarrollo de infraestructura, productos turísticos innovadores, y participación comunitaria, se espera revertir la falta de visibilidad del municipio y posicionarlo como un destino clave dentro del panorama turístico de Salta.

IMPLEMENTACIÓN ESTRATEGICA EN TURISMO Y NEGOCIOS: **Ejemplificación de Acciones y Resultados**

A lo largo del desarrollo de este trabajo final de graduación, para la Maestría en Administración de Negocios, titulado "*Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios: Un Enfoque Innovador para Campo Quijano*", se llevó a cabo un extenso trabajo práctico en todo el municipio de Campo Quijano, con el objetivo de materializar las estrategias propuestas y validar la hipótesis planteada. Este proceso será una demostración tangible del impacto positivo que se logra, al combinar una **Gestión Eficiente de Negocios** con estrategias de **Marketing Turístico** innovadoras, colaborativas, y sostenibles.

El trabajo desarrollado no se limitó a una simple propuesta teórica; por el contrario, la implementación de diversas primeras acciones fue clave para evidenciar la efectividad de las estrategias en un contexto real. A través de actividades como la organización de ferias gastronómicas, talleres de hospitalidad, eventos de networking interempresarial, y la promoción de productos locales sostenibles, se buscó comenzar con el impulso del turismo de Campo Quijano y dinamizar su economía local. Estas acciones no solo cumplieron con los objetivos específicos planteados, sino que también abrieron nuevas oportunidades de **desarrollo económico y cultural** para la región.

Cada una de las estrategias implementadas fue cuidadosamente diseñada para alinearse con las tendencias del mercado actual, siempre de acuerdo al **Plan Provincial Liderar 2022-2027**, adaptando las necesidades locales a un enfoque innovador. La inicial colaboración entre empresas, la digitalización de los servicios, y la creación de experiencias diferenciadas son solo algunos de los pilares que sustentarán esta transformación en Campo Quijano.

Las actividades llevadas a cabo permitieron generar sinergias entre actores clave del turismo y el comercio, demostrando que, al trabajar en conjunto, ambos sectores pueden potenciarse mutuamente y generar un crecimiento sostenido. Se destaca la enorme tarea de sensibilización que se debe realizar en toda la comunidad, ya que no toda la población está consciente del potencial que tiene la actividad turística. Aquí tenemos solo el inicio, queda todo por hacer.

Este arduo y largo proceso no solo permitirá validar la hipótesis central de esta investigación, sino que también ofrecerá resultados concretos en términos de visibilidad, competitividad y sostenibilidad para Campo Quijano como destino turístico. Las estrategias materializadas brindan un marco sólido para que el destino comience a brillar y crezca, con un enfoque claro hacia el largo plazo y el bienestar de la comunidad local.

La efectividad de las estrategias planteadas quedó demostrada a través de la ejecución de estas actividades, consolidando el turismo y los negocios como una alianza estratégica para el desarrollo local. Se aclara que no se colocaron las fotos de cada acontecimiento simplemente para evitar el peso atómico que tendría este PDF!!!. Los mínimos resultados obtenidos refuerzan la visión de Campo Quijano como un destino competitivo, innovador y sostenible. Con mucho orgullo este trabajo académico, sentará las bases de un ejemplo vivo del impacto que una **Planificación Estratégica** tiene en el desarrollo de un **Destino Turístico**, y su legado continuará impulsando el crecimiento de la región en el futuro.

Conozcamos lo que se hizo hasta el momento:

2.- Desarrollo de Productos Turísticos Innovadores

- **Objetivo:** Diversificar la oferta turística de Campo Quijano mediante la creación de productos innovadores que atraigan nuevos segmentos de mercado.

❖ **Acción 2.1: Implementación de Rutas de Turismo Científico y Astroturismo**

- **Descripción:** Una vez reunidos con los actores interesados en la temática en Santa Rosa de Tastil, se diseñó el Proyecto. El primer paso fue conseguir la declaración de Interés Turístico del proyecto de Astroturismo *“Cielos Ancestrales de Tastil”*, a cargo del Ministerio de Turismo y Deportes del Gobierno de la Provincia de Salta y paso seguido se capacitará a la comunidad local para el diseño de las visitas guiadas y experiencias interactivas.

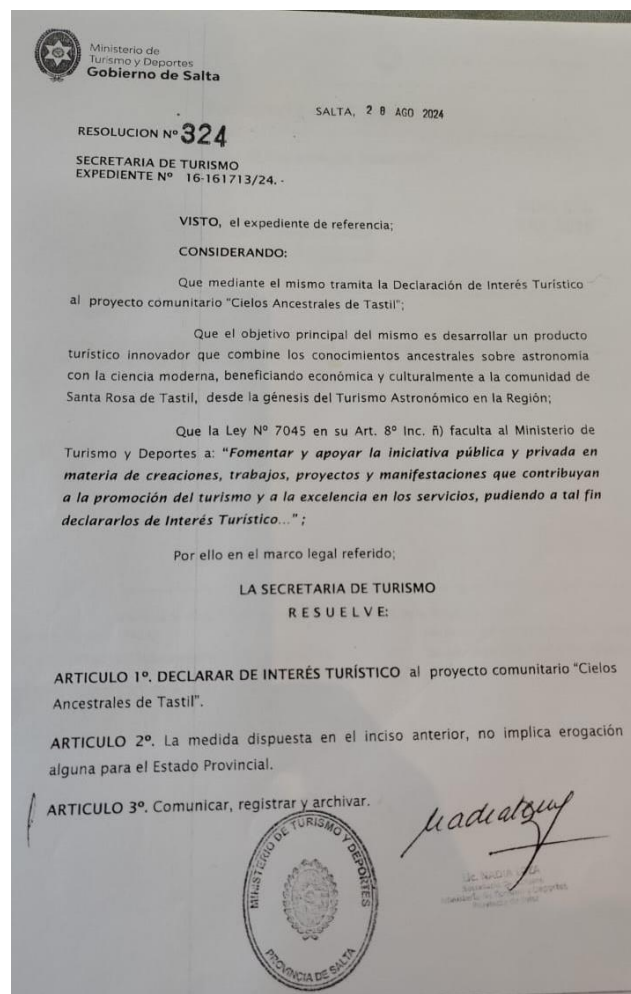


Fig.4: Declaración de Interés Turístico del proyecto de Astroturismo *“Cielos Ancestrales de Tastil”*.

❖ Acción 2.2: Desarrollo de Circuitos de Turismo Cultural y Religioso

Descripción: Integrar las fiestas patronales y eventos culturales tradicionales en un calendario turístico.

2.2.1.- Convocatorias a reuniones 2022 - 2023



Fig.5: Convocatorias a Reuniones de Comisión Directiva, Socios y futuros Socios.

2.2.2.- Acciones Directas con la Prensa para Turismo Religioso 2022 – 2024



Fig.6: Actividades de Fam Press para la Prensa Especializada – Productos Turismo Religioso.

2.2.3.- Actividades concretas 25 de Mayo 2023 - 2024



Fig.7: Diseño de Actividades programadas para eventos en fechas temáticas y específicas.

4.- Desarrollo de Actividades Turísticas Diversificadas

Objetivo: Diseñar y promover una variedad de actividades turísticas que atraigan a diferentes tipos de turistas a Campo Quijano.

❖ Acción 4.1: Creación de Eventos Turísticos Temáticos

- **Descripción:** Desarrollar eventos turísticos que integren actividades culturales, deportivas y científicas, como senderismo temático, visitas guiadas a sitios históricos y observación de la flora y fauna local, cenas a la luz de las velas, Degustación de Vinos, Concursos de la Empanada.



Fig.8: Organización de Actividades Calendario de Verano 2023.



Fig.9: Organización de Actividades temáticas Día de la Madre – El Encón



Fig.10: Premios de los Socios de la Cámara para los vecinos Día de la Madre.

❖ **Acción 4.2: Fomento de Deportes de Aventura**

- **Descripción:** Promover deportes de aventura como el trekking, mountain bike, cabalgatas y rafting, que aprovechen la geografía de la región y atraigan a turistas interesados en el turismo activo.

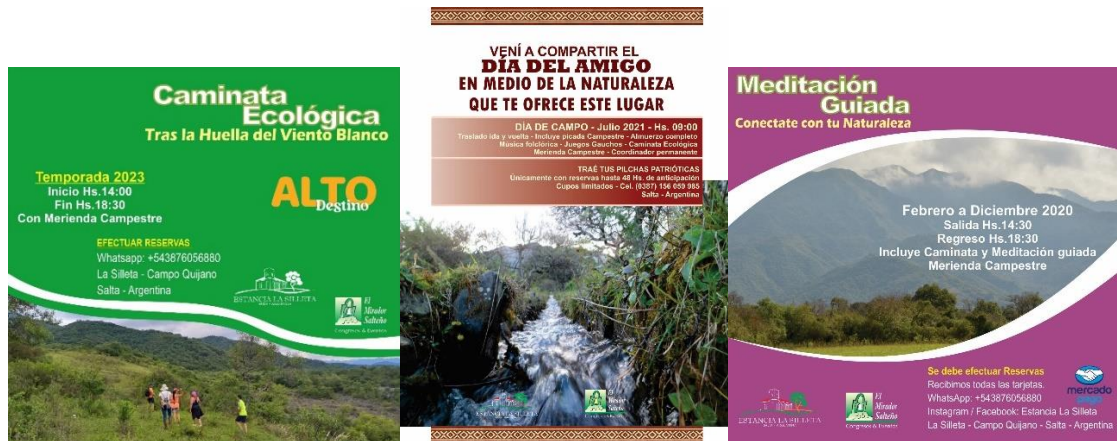


Fig.11: Actividades para realizar Deportes de Aventura - La Silleta.

5.- Fomento de Eventos Culturales, Deportivos y Científicos

- **Objetivo:** Organizar y atraer eventos de diversas índoles para posicionar a Campo Quijano como un destino de eventos turísticos.

❖ Acción 5.1: Organización de Festivales, Ferias, Foros Culturales y Artísticos

- **Descripción:** Implementar un calendario anual de festivales, ferias, Show Room, culturales que incluyan música, danza, gastronomía, desfiles de moda y artesanías locales, para atraer a turistas interesados en la cultura regional.



Fig.12: Actividades organizadas en el Mercado Artesanal – Ciudad de Salta



Fig.13: Experiencias inmersivas en la Expo Arte Deco Gourmet – Ciudad de Salta.

❖ **Acción 5.2: Implementación de Torneos Deportivos Regionales**

- **Descripción:** Promover y organizar torneos deportivos de disciplinas como fútbol, atletismo, torneos ecuestres, rugby y ciclismo, en coordinación con clubes y asociaciones deportivas de la región.



Fig.14: Saludos por el Día Mundial del Turismo – Campo Quijano.

6.- Integración con el Circuito Turístico Provincial

- **Objetivo:** Articular a Campo Quijano como parte integral del desarrollo turístico provincial, conectando sus productos y servicios con otros destinos.

❖ Acción 6.1: Creación de Alianzas Estratégicas con Destinos Turísticos Vecinos

- **Descripción:** Se promoverán alianzas con municipios vecinos, como Salta Capital, Rosario de Lerma, Cerrillos, La Merced, Chicoana, Coronel Moldes, San Lorenzo, Rosario de la Frontera, San Antonio de los Cobres y Cafayate, para la creación de circuitos turísticos combinados que integren la naturaleza, la gastronomía y la cultura de toda la región.

INVITACIÓN ESPECIAL

Las Cámaras de Turismo y Comercio de Cabra Corral, Cafayate, Campo Quijano, Cerrillos, Chicoana, Rosario de la Frontera, San Lorenzo y Vaqueros, te invitan a la Inauguración Oficial del

1º Show Room de Innovación y Crecimiento Turístico - Comercial de la Provincia de Salta

SÁBADO 14/09/2024
Hs. 10:00
ESPAÑA 339 - SALTA

CONFERENCIA DE PRENSA

La Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta invita a los medios de comunicación salteños al lanzamiento del

1º Showroom de Innovación y Crecimiento Turístico-Comercial de la Provincia de Salta.

JUEVES 12/09/2024
9:30 HS.
ESPAÑA 339, SALTA

LA INSCRIPCIÓN EN SU CÁMARA LOCAL SE REALIZA EN SU CÁMARA LOCAL

"Unidos por el Futuro: Potenciando el Comercio y Turismo Local"

Fig.15 Creación de Alianzas Estratégicas con 9 Municipios Sector Privado Empresario 2024



1° Show Room de Innovación y Crecimiento Turístico-Comercial
de la Provincia de Salta
UNIDOS POR EL FUTURO
Potenciando el Turismo y Comercio local.

Exquisito y Sabroso Programa
"Rutas de Innovación y Crecimiento: Experiencias que Transforman"

10:00 - 10:15 | Bienvenida

- ✓ Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Salta **Dr. Gustavo Adolfo Herrera**
- ✓ Cámara Hotelera y Gastronómica de Salta **Lic. Juan Chibán – Freddy Soría**
- ✓ Cámara de Turismo de la Provincia de Salta **Sr. Juan Eduardo Lucero**
- ✓ Secretario de Industria, Comercio y Empleo de la Provincia de Salta **Sr. Nicolás Avellaneda**
- ✓ Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta **Sr. Mario Ernesto Peña (h)**

10:15 - 10:45 | Realidad del Turismo en la Actividad Privada

- Mesa Panel: Presidentes de Cámaras de Turismo de la Provincia de Salta
- **Cra. Donatella Elizabeth Berardi** – Vaqueros – **Sra. Yenny Analía Orlandi** San Lorenzo – **Sra. Carla Calliari de Pauro** - Chicoana – **Sr. Diego Collado** Cafayate – **Sra. Silvana de los Angeles Ordoñez** - Rosario de la Frontera – **Lic. René Alejandro Ramos** – Campo Quijano
- Moderador: **Lic. Graciela Delgado**

10:45 - 11:15 | Mesa Redonda: Desafíos y Oportunidades para el Desarrollo Regional

- ◆ **Sra. Ana María Rivero** – La Esquina de la Flor – Campo Quijano
- ◆ **Sra. María Eugenia González** – El Castillo de San Lorenzo – San Lorenzo
- ◆ **Sr. Mariano López Rivas** – Travesías 4089 - San Lorenzo
- ◆ **Sr. Mariano Vicente Camacho** – La Polvorilla Cervezas Artesanales – La Silleta
- ◆ **Srta. Belén Flores** – Est. Tec. en Turismo – UPATECO Rosario de Lerma
- ◆ Moderador: **Sra. Yenny Analía Orlandi**

11:15 - 11:45 | El Rol de la Prensa en Los Municipios Turísticos

- **Srta. Silvia Ruiz Vótrico** – Programa Unos y Otros Salta– **Sr. Ricardo Edgardo Guzmán** – Radio Quijano 99.9 Mhz. Campo Quijano - **Abog. Oscar Humacata** – Salta es una Canción Salta
- Moderador: **Lic. René Alejandro Ramos**

11:45 - 13:00 | Presentación y Degustación de Productos Regionales

- **Sra. Karina Merlo** – Licores y sabores – Campo Quijano – **Sra. Silvia Beatriz Bravo** – Vinos Caseros de Altura – Angastaco – **Srta. Luciana Nazarena Maro** - Antojitos Caseros Salta **Sr. Nicolás Sebastián Aguilera** – Cerveza Artesanal Vallista – Rosario de Lerma - **Lic. Valentín Fernando Uncos** Pluma Roja – Cerveza Artesanal – San Lorenzo - **Sra. Nilda Ester Cuellar** – Artesanías MariNilda – Animaná/Cnel. Mollinedo
- Moderador: **Cra. Donatella Elizabeth Berardi**
- Música: **La 5ª Justa** – **Sra. Luly Elizabeth Artaza** – La Silleta – Academia **Santiago Ayala** – Vaqueros – **Danzas El Trilunfo** – Prof. **Rosa Tolaba** Salta

13:00 - 14:15 | Show Room de Atractivos Turísticos y Productos Regionales, Gastronomía, Música, Comercio y Turismo

- ◆ **Sr. Diego Armando de Fernández** - Chef La Casa de los Jazmines – El Encón
- ◆ Chef Regional **Héctor Alberto Correa** Solomillo de cerdo con papines andinos en hierbas puneñas – **Rumi Huasi Slow Food** – Gobernador Sola
- ◆ **Sra. Ana Belén Zalazar** – Especies Doña Anita – **Sra. Karina Portal** K'asas Ricas - Dulces Regionales – **Sra. Rosana Carbajal** – Regionales del Norte - Buñuelos al Aire de Salta

14:15 - 14:30 | Clausura y Cierre del 1° Show Room

- Conclusiones y Agradecimientos.
- Palabras de cierre.
- Hasta el año que viene!!!.

Fig.16: Convocatoria a diferentes Instituciones para Interactuar con las Cámaras Organizadoras.

❖ Acción 6.2: Inclusión en Paquetes Turísticos Provinciales y Nacionales

- **Descripción:** Se trabajará con operadores turísticos y agencias de viajes para incluir a Campo Quijano, en los itinerarios de paquetes turísticos que promocionen los destinos más importantes de la provincia y del país, ofreciendo opciones que se alineen con la tendencia del turismo de aventura, naturaleza y tradiciones.

Convocatoria a los Talleres 2023 - 2024

INVITACIÓN SOCIOS PAQUETES TURÍSTICOS

La Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, invita a los Sres Socios a conformar los Paquetes Turísticos **Campo Quijano 2023**, que estamos diseñando para vender los diferentes Servicios Turísticos que disponemos; Alojamiento, Gastronomía, Transporte, Artesanías, Bienestar y Esparcimiento.

1.- SaltaGaucha 2.- Chicoana Trail -3.-Salta Andina

Para ello confirmar participación, remitiendo tarifas e isotipo para armar las placas digitales.

Confirmar participación +543876056880

Vencimiento 31 de Junio 2023

INVITACIÓN SOCIOS PAQUETES TURÍSTICOS

Por segundo año consecutivo, la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, invita a los Sres Socios a remitir la oferta de Productos Turísticos **Campo Quijano 2024**, para difundir los diferentes Servicios Turísticos que disponemos; Alojamiento, Gastronomía, Transporte, Artesanías, Bienestar y Esparcimiento.

Los mismos integrarán los Paquetes: 1.- Salta Gaucha 2.- Salta Andina

Para ello confirmar participación, remitiendo tarifas e isotipo para armar las placas digitales.

Confirmar participación Whatsapp +543 876 056 880

Vencimiento 31 de Julio 2024

Fig.17: Invitación socios para el Diseño de Paquetes Turísticos.

Diseño de Producto Salta Gaucha 2023 – 09 de Julio – Cumpleaños Campo Quijano

9 de Julio

102° Aniversario Fundación de CAMPO QUIJANO!!!

ALTO

Destino

Bienvenidos al Portal de los Andes!!!

Programa de Actividades

08 Julio 2023

- 🍷 Hs.19:00 Traslado Hotel Ciudad de Salta - Campo Quijano.
- 🍷 Hs.20:00 Velada Patriótica - Plaza Martin Fierro.
- 🍷 Hs.22:00 Cena de Camaradería.
- 🍷 Hs.00:00 Himno Nacional Argentino,
- 🍷 Hs.00:15 Alojamiento en Cabañas/Hoteles previstos.
- 🍷 Hs.00:30 Regreso a la Ciudad de Salta.

09 de Julio 2023

- 🍷 Hs.08:00 Traslado Ciudad de Salta - Campo Quijano.
- 🍷 Hs.10:00 Gran desfile Gaucho - Día de la Independencia.
- 🍷 Hs.13:00 Almuerzo de Camaradería
- 🍷 Hs.16:00 Festival del Chaqueño Palavecino.
- 🍷 Hs.19:00 Traslado a Hoteles/Cabañas Campo Quijano.
- 🍷 Hs.19:30 Regreso a la Ciudad de Salta.

Reservas: +543875676664

Reservas: +543875878864

Reservas: +543876132548

Reservas: +543615388715

Reservas: +543875843283

Reservas: +543874601510

Reservas: +541161174523

Reservas: +54367059880

Reservas: +543876666643

Reservas: +543873639943

Reservas: +543873200010

Reservas: +54367059880

Fig.18: Paquete Turístico: Salta Gaucha.

Diseño Producto Fiesta Nacional de la Pachamama/ San Antonio de los Cobres 2023



Fig.19 Programa Salta Andina: XXIX Fiesta nacional de la Pachamamacon - Municipios de San Antonio de los Cobres – Tolar Grande.

Diseño de Producto Salta Andina 2023 – Julio – Feria de la Papa Andina



Fig.20: Programas para Fiesta Provincial de la Papa Andina – Caravana Solidaria – El Alfarcito.

Diseño de Producto Salta Gaucha 2024 – 09 de Julio – Cumpleaños Campo Quijano

Fig.21: Programa de Actividades Cumpleaños Campo Quijano – Campo Quijano.

Diseño de Producto Salta Andina 2024 – Feria de la Papa Andina

Fig.22: Programa de Actividades Caravana de la Papa Andina.

7.- Capacitación y Participación Comunitaria

- **Objetivo:** Fomentar la participación activa de la comunidad local en el desarrollo turístico, fortaleciendo el capital humano y generando empleo local.

❖ Acción 7.1: Programas de Capacitación en Hospitalidad y Turismo

- **Descripción:** En colaboración con instituciones académicas y el Ministerio de Turismo, se implementarán programas de capacitación en hospitalidad, atención al cliente, guiado turístico, rentas digitales y otras habilidades clave para mejorar la calidad del servicio ofrecido a los visitantes.



Fig.23 Programa de Capacitación Cultura Tributaria – Dirección General de Rentas Provincia de Salta.

❖ Acción 7.2: Participación Comunitaria en el Diseño de Experiencias Turísticas y Espíritu de Empresas.

- **Descripción:** Se promoverá la creación de microemprendimientos turísticos por parte de la comunidad local, incentivando la creación de experiencias auténticas vinculadas a las tradiciones y el estilo de vida de la región. Estos microemprendimientos recibirán apoyo en términos de marketing y financiación a través de programas tanto públicos como privados: Networking Ejecutivo.

Networking Ejecutivo: Cultura Empresaria Turismo & Negocios

AMIGOS & NEGOCIOS
NETWORKING para marcar DIFERENCIA

Son pocas las oportunidades que tenemos para conocernos y conectarnos...
Segunda Convocatoria
"Emprendedores en Conexión"

Fecha: sábado 20 de abril de 2024
Hora: 19:00 a 23:00
Lugar: Finca El Milagro - Ruta Nac. 51 Km 15- Campo Quijano

Construyamos juntos el futuro de nuestros proyectos.
¡Te esperamos!...

MARCAMOS LA DIFERENCIA.

Finca El Milagro
Hotel & Restaurante

* RSVP: Lic. René Alejandro Ramos | +54 38 76 05 68 80

AMIGOS & NEGOCIOS
AGENDA DE NEGOCIOS

Lugar: Finca El Milagro - Ruta Nac. 51 Km. 15 Fecha: Sábado 20 abril 2024 - Dress Code: Look Ejecutivo

Hs. 19:00 Parte 1: Inicio Asertivo
- Recepción y bienvenida.
- Sesión Fotográfica Individual.
- Importancia de la Imagen Personal y Redes Digitales.
- Empanadas Salteñas al horno de barro (carne y queso)

Hs. 20:00 Parte 2: Inspiración y Reflexión
- Palabras de apertura.
- Panel de experiencias con líderes empresariales.
- Dinámica de networking guía para facilitar conexiones.

Hs. 22:00 Parte 3: Networking Profesional
- Elevator Speech de organizaciones y empresas.
- Intercambio de tarjetas de presentación y contactos.
- Pernil de Cerdo Quijaneño con Salsas Inspiradoras.
- Bebidas Gaseosas, Vinos, Café y Tes varios.

Hs. 23:00 Cierre Conector
- Agradecimientos y palabras finales.
- Invitación a continuar fortaleciendo la red de contactos y apoyo mutuo. Hasta el 3º Encuentro!!!
Inversión: \$ 14.000 Hasta 14 Abril. \$15.000 Hasta 19 Abril p/pers.-

* RSVP: Lic. René Alejandro Ramos | +54 38 76 05 68 80

AMIGOS & NEGOCIOS
NETWORKING para marcar DIFERENCIA

Jueves 22 de febrero de 2024
Portal Andino Restaurant
Campo Quijano - Salta - Argentina

AGENDA DE NEGOCIOS

Hs. 19:45 Recepción de Participantes e Invitados Especiales.
Lugar: Portal Andino Restaurant - Gral. Güemes 354 Campo Quijano - Salta - Argentina

Hs. 20:00 Bienvenida Propietario Portal Andino Restaurant
Sra. Agustina Gutierrez
Relación: +54 11 6117 4503

Hs. 20:10 Presentación agenda de Negocios y Metodología.
Lic. René Alejandro Ramos - Director El Mirador Salteño.
Relación: +54 387 605 6880

Hs. 20:15 Trajectory Entrepreneur
Caso práctico Cabañas Campo Quijano
Ing. Gustavo Erico Paul - Socio Director.
Relación: +54 387 583 0205

Hs. 20:25 Trajectory Entrepreneur
Caso práctico Corralón Centro
Sr. Néstor Adolfo Lera - Director General
Relación: +54 387 485 7183

Hs. 20:45 Trajectory Entrepreneur
Caso práctico Pluma Roja - Cerveza Artesanal.
Lic. Fernando Valentín Uncos - Socio Gerente.
Relación: +54 387 221 3429

Hs. 20:55 Trajectory Entrepreneur.
Caso práctico La Esquina de la Flor
Sra. Ana María Rivero - Director General
Relación: +54 387 486 6425

Hs. 21:05 Trajectory Entrepreneur
Caso Práctico MIKROSALTA - Servicios Informáticos
Sr. Gustavo Alberto Ramos - Director General
Relación: +54 387 536 4191

Hs. 21:15 **Continúa Bussines Dinner.** Preguntas y respuestas.
Presentación de oportunidades detectadas. Intercambio Tarjetas Digitales.
Análisis de resultados.

Hs. 22:00 **Fin de las Actividades.** Hasta próximo encuentro!!!
* RSVP: Lic René Alejandro Ramos | +543 876 056 880 | el_mirador_salteno@arnet.com.ar

Fig.24: Potenciación del Espíritu de Empresas – Networking Ejecutivo – La Silleta.

9.- Fortalecimiento de la Gobernanza Turística

- **Objetivo:** Crear un sistema de gobernanza turística eficaz en Campo Quijano mediante la cooperación entre el sector público y privado para el desarrollo de actividades turísticas diversas.

❖ Acción 1.2: Fomento de la Participación Comunitaria

- **Descripción:** Integrar a la comunidad local en el diseño de actividades turísticas a través de talleres de sensibilización y foros participativos. Esto asegurará que las actividades turísticas reflejen las necesidades y deseos de la comunidad, fomentando un turismo inclusivo y sostenible. Nuclear al Sector Empresario: Creación de la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano.

1.2.1.- Las 1º Convocatorias a la Comunidad – Participación Ciudadana

Fig.25: Confirmación Cámara de Turismo y Comercio . Noción de Pertenencia Empresaria.

1.2.2.- Creación Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano

 Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano Salta • Argentina Comisión Directiva 2022-2024 Municipio de Campo Quijano - Salta - Argentina					
Cargo	Apellidos	Nombres	Rubro	Empresa	Localidad
Presidente	RAMOS	René Alejandro	Congresos & Eventos	El Mirador Salteño	La Silleta
Vicepresidente	MAGNO	Silvia Susana	Hotelería	Hotel Las Lomitas	Las Lomitas
Secretario	MONGE FRATINI	Agustín	Tradiciones	Fortín La Silleta	El Encón
Prosecretario	LUNA	Carmen Mafalda	Comercio	La Churita Vinos y Fiambres	La Silleta
Tesorero	ZERDA	Ángel Mariano	Radiodifusión/ Inmobiliaria	FM Cóndor	El Encón
Protesorero	ÍMOLA	Cristian Anibal	Comercio	Cabaña Los Ancestros	Campo Quijano
Vocal Titular 1º	ARJONA	Noemí Elizabeth	Gastronomía	Doña Cleme Restaurante	Campo Quijano
Vocal Titular 2º	YAPURA	Primitivo	Centro Artesanos	Turuyaco	Quebrada del Toro
Vocal Titular 3º	ANGÜINO	Esteban Germán	Rent a Car/Bike	Fox Car Rental	Campo Quijano
Vocal Suplente 1º	GONZÁLEZ	Norma	Artesanías	Artesanos del Tren	Campo Quijano
Vocal Suplente 2º	VÁLDEZ	Luis	Gastronomía	Restaurante Las Estufas	Las Lomitas

Fig.26: Conformación de la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano – Autoridades.

1.2.3.- Los beneficios de pertenecer

 OBJETIVOS	 BENEFICIOS	 REQUISITOS PARA SOCIOS
<p>ARTÍCULO SEGUNDO: La Asociación se constituya con el Objeto de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidar y posicionar al Municipio de Campo Quijano como destino turístico sustentable a nivel provincial, nacional e internacional, considerando necesario para tal fin la conservación del patrimonio natural y cultural y aquellas características propias del Municipio. • Promover la actividad turística y comercial en sus distintos rubros, ya sean Industria, Empresa, Producción y Servicios. • Representar y asesorar a los distintos sectores, ante organismos públicos y privados, ya sean estos municipales, provinciales y nacionales. Para lograrlo, agrupará a las distintas expresiones de la actividad turística y comercial en su más amplio sentido: hotelería, gastronomía, transportes, agentes de viajes, aerotransportadoras, rentadoras, productivas, comerciales, artesanales, culturales, periodismo especializado y cualquier otra actividad relacionada con el objeto del presente documento; respetando estructuras y objetivos propios, otorgándole apoyo y respaldo con miras a promover las actividades extensivas en todo el Municipio. <p>BIENVENIDOS!!!</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Representación institucional ante diversos organismos. 2.- Formación continua y capacitaciones. 3.- Asesoramiento Gratuito. 4.- Exposición Media Press. 5.- Participación en Ferias, Work Shopp, Fam Tour/Press y Congresos. 6.- Networking Empresarial. 7.- Bolsa de Trabajo. 8.- Actualidad. <p>Cuota Mensual: \$ 1.500.-</p> <p>Depósito: Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano Personería Jurídica Nº 1527/22 CUIT: 3071785868-5 Banco Credicoop Cuenta Nº 085-267905 CBU Nº 1910085655008902679050</p> <p>BIENVENIDOS!!!</p>	<p>ARTÍCULO SEXTO: Serán Socios Activos, a partir de la fecha de aceptación como tales por la Comisión Directiva, quienes cumplan los siguientes requisitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Tener buenos antecedentes. b) Ser presentado por dos (2) socios activos y suscribir la solicitud de admisión, la planilla de datos personales y la adhesión a los estatutos y reglamentos de la Institución. c) Abonar la matrícula de ingreso y la cuota mensual del mes en que se produzca el ingreso, de acuerdo a los montos fijados por la Asamblea. d) Sean mayores de edad. <p>De la decisión de la Comisión Directiva, deberá dejarse constancia en el acta. En caso de rechazo, sólo deberá quedar constancia de ello sin que sea obligatorio expresar las causas. El aspirante podrá reiterar su solicitud de ingreso, luego de transcurrido un lapso no menor a seis (6) meses desde la fecha de la reunión en que se resolvió el rechazo.</p> <p>BIENVENIDOS!!!</p>

Fig.27: Objetivos y Beneficios de pertenecer a una Cámara de Empresarios – Campo Quijano.

1.2.4.- La Bienvenida a los Nuevos Socios

Fig.28: La Bienvenida a los nuevos socios - Networking Ejecutivo – La Silleta.

1.2.5.- Las 1º Acciones

The figure displays six promotional posters arranged in a 2x3 grid, all featuring the 'Salta' logo and the tagline 'Tan linda que enamora'. The posters are:

- Top Left:** 'DÍA MUNDIAL DEL TURISMO 2022 REPENSAR EL TURISMO'. Invitación Especial for a meeting on October 6, 2022, at Rodeo Antenor Sánchez. Includes contact info: Buenos Aires Esq. Chile - Hs. 20:20. WhatsApp: +543876056880.
- Top Middle:** 'INVITACIÓN REUNIÓN DE TRABAJO'. Meeting with the Ministry of Tourism and Sports on January 26, 2023, at 11:00 AM. Location: Buenos Aires 93 | Ciudad de Salta.
- Top Right:** 'INVITACIÓN SOCIOS Y FUTUROS SOCIOS'. Meeting on March 15, 2023, at 20:00. Location: Las Lomitas - Casa de Campo - Ruta Nac. 51 Km. 17 - Campo Quijano.
- Bottom Left:** 'INVITACIÓN SOCIOS PAQUETES TURÍSTICOS'. Promotion for 'Paquetes Turísticos Campo Quijano 2023' with a deadline of June 31, 2023. Includes contact info: +543876056880.
- Bottom Middle:** 'CAMPO QUIJANO SALTA - ARGENTINA En Tren de Carnaval 2023: Venga a descubrir nuestras Tradiciones!!!'. 'Reunión Ejecutiva' on February 03, 19:00 at Restaurant Doña Cleme. Contact: +543876056880.
- Bottom Right:** 'INVITACIÓN ESPECIAL'. Meeting on February 03, 19:00 at Restaurant Doña Cleme. Agenda items include occupancy percentage, private sector problems, and strategies for success.

Fig.29: Primeras actividades para involucrar a la comunidad del municipio.

1.2.6.- Recepción del 1º Turista – Enero 2023

The figure displays three promotional posters for the 'Recepción del Primer Turista' event, all featuring the 'Salta' logo and the tagline 'Tan linda que enamora'. The posters are:

- Left:** 'Recepción del PRIMER TURISTA Verano 2023'. Event on Friday, January 6, 2023, at 11 AM. '11 hs! Paseo pioneros de Huaytiquina'. Organized by Carlos Folloni. Contact: +543876056880.
- Middle:** 'PREMIO ESPECIAL'. Boucher for two people. Prizes: 1. Caminata Ecológica 'Tras la Huella del Viento Blanco'. 2. Mate cocido con bollo casero y dulce de leche Campo Quijano. Contact: +543876056880.
- Right:** 'PREMIO ESPECIAL'. Prize: 1. Una torta Veraniega 2023 - El Encón - Campo Quijano. Contact: +54 387 440 6156.

Fig.30: Poderoso mensaje de Hospitalidad – Recepción del 1º Turista.

1.2.7.- Actividades programadas temática del Vino



Fig.31 Actividades para instalar a Campo Quijano en la Ruta del Vino.

1.2.8.- 1º Expo Arte Deco Gourmet – Campo Quijano en Mercado Artesanal – Salta Ciudad



Fig.32: Campo Quijano se muestra en el gran Centro Turístico Mercado Artesanal- Ciudad de Salta.

1.2.9.- Creando Noción de Pertenencia



Fig.33: Potenciando Noción de Pertenencia – Saludo Día Mundial del Turismo



Fig.34: Organización 1º Cena Anual de Fin de Año.

1.2.10.- Salude... el Saludo es Comunicación



Fig.35: Saludos noción de Pertenencia – Acciones de Relaciones Públicas.

10.- Consolidación de Campo Quijano como Destino Turístico Regional y Nacional

- **Objetivo:** Fortalecer la posición de Campo Quijano en los circuitos turísticos mediante la promoción de actividades turísticas, culturales, deportivas y científicas.

❖ Acción 10.1: Integración en Rutas Turísticas Internacionales y Nacionales

- **Descripción:** A través de acuerdos con operadores turísticos, Campo Quijano se incorporará en rutas que incluyan actividades turísticas

diversificadas, como eventos culturales, congresos científicos, y competencias deportivas, atrayendo a una amplia gama de turistas.

¡BIENVENIDOS!

30 de Octubre al 03 de Noviembre de 2023



Campo Quijano - La Silleta - El Encón - Gob. Manuel Solá - El Alfarcito - Tastil
Localidades invitadas
San Luis - Rosario de Lerma



El Encón - La Silleta - Campo Quijano - Gob. Manuel Solá - El Alfarcito - Santa Rosa de Tastil
Localidades invitadas
San Luis - Rosario de Lerma



Programa de Actividades

Lunes 30 de Octubre 2023
Campo Quijano - Salta

- Hs. 17:00 Inauguración. Bienvenida **Pbro. Sergio Ariel Chauque** - Breve síntesis Santiago Perogrino - Riqueza de Campanas - Bendición del Santiago Perogrino Automatizado. Tratado a la Casa de la Cultura - **Parroquia Santiago Apóstol - Av. 9 de Julio 265 - Campo Quijano.**
- Hs. 17:45 Ceremonia de Hospitalidad. Bienvenida a cargo de Autoridades.
- Hs. 18:00 "El Turismo y el Medio Ambiente": Ing. Gustavo Erico Paul - Cabafus Campo Quijano.
- Hs. 18:15 "Parque Nacional Los Cardones": Guardaparque Franklin Alexander Guzmán.
- Hs. 18:30 "Fortines Gauchos de Salta: Entre Tradición y Turismo - Un Encuentro para Preservar y Compartir Nuestras Raíces" Sr. Pedro Oscar Baustista - Roberto Antenor Sánchez - Sr. Jorge Virgilio Muñoz Fortín Juan Carlos Obispo - Agustín Monge Frattini - Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano.
- Hs. 19:30 Fin de las Actividades.



Programa de Actividades

Martes 31 de Octubre 2023
La Silleta - Campo Quijano - Salta

- Hs. 18:00 Ceremonia de Hospitalidad. Bienvenida a cargo de Autoridades Provinciales, Municipales y Empresariales. Presentación de "El Rincón de las Tradiciones - Centro Cultural Artístico y Turístico". Directora **Mabel Corzo** - Stand de degustación artesanos. Muestra y Degustación de Gastronomía Artesanal Silletana. **Valentino, Salta y Domingo**
- Hs. 19:00 **Caminata Mística y Natural** con Nancy Cristina Molina - Guía Experta en Yoga.
- Hs. 19:30 Fin de las Actividades

Lugar: "El Rincón de las Tradiciones" - Ruta Nac. 51 km 12 1/2 - La Silleta.



Programa de Actividades

Miércoles 01 de Noviembre 2023
El Alfarcito (2.000 msnm) - Gob. Manuel Solá (2.200 m.s.n.m)

- Hs. 10:00 Ceremonia de Hospitalidad. Bienvenida a cargo de Autoridades Provinciales, Municipales y Empresariales. Desayuno en **Casa Andina**.
- Hs. 10:30 Guiado de recorridos en la "Calleja de los Arches", a cargo del **Equipo de Colegio Prof. Sonia Ester Barboza - Sr. Matías Rangelón.**
- Hs. 11:00 "Habilidades para Niños, Jóvenes y Adultos de la Zona". **Ing. Aida Gustavo Villar** - Director Instituto de Innovación y Tecnología Aplicada - IITA
- Hs. 11:15 "Cómo armar un proyecto turístico/ Comunitario o Cíene Financiarlo?" **C.P.N. Susana Beatriz Corrad** - Especialista en Evaluación de Proyectos
- Hs. 12:00 Fin de las Actividades en El Alfarcito
- Lugar: Centro Turístico El Alfarcito - Ruta Nac. 51 Km 70 - El Alfarcito - Campo Quijano - Salta
- Hs. 12:00 **Tratado a Gobernador** Manuel Solá. Recepción en Hostal y Comedor **Rumi West - Snow Food and Bar**
- Hs. 12:30 "El Camino hacia la Certificación Slow Food: Sabores Auténticos, Sostenibilidad y Diversidades Gastronómicas". **Sres. Mabel Bautista y Estelita Alfonso Vila.**
- Hs. 13:00 Degustación de comidas regionales.
- Hs. 14:00 Recordación por Etación de Tren, de la Ruta Monumento Histórico Nacional - Año 2013. Centro Comunitario y alrededores de la Comunidad.
- Hs. 15:00 Fin de las Actividades. Regreso a la Ciudad.
- Lugar: **Rumi West - Hostal y Comedor - Ruta Nac. 51 Km.69 - Gobernador Manuel Solá**



Programa de Actividades

Miércoles 01 de Noviembre 2023
San Luis - Municipalidad de Salta

- Hs. 18:00 Ceremonia de Hospitalidad. Bienvenida a cargo de Autoridades Provinciales, Municipales y Empresariales.
- Hs. 18:15 "Construyendo Destinos: La Alianza entre Municipios para Potenciar el Turismo Sostenible". **Lic. Fernando García Sosa** - Secretario de Cultura y Turismo de la Ciudad de Salta.
- Hs. 18:30 "Estrategias Comunitarias: Delegados Municipales en el Desarrollo Turístico" **Lic. Mariana Inés Ponce.**
- Hs. 18:45 "De la Idea a la Realidad: Estrategias para la Organización Exitosa de Ferias Municipales". **Sra. Basilia Escalante** - Coordinadora Feria San Luis - **Lic. Valentin Fernando Uricos** - Gaucho Sufreño y Emprendedor
- Hs. 19:00 Muestra y Degustación Cervecera Artesanal "Puma Rojo". Muestra y Degustación de Miel Artesanal.
- Hs. 19:20 Cierre Ballet Folclórico Delegación Municipal San Luis "Alma y Tradición"
- Hs. 20:00 Fin de Actividades.

Lugar: **Aranjuez - Casa de Campo - Ruta Nac. 51 Km. 4 Esq. Cerro San Bernardo - San Luis - Municipalidad de Salta**



Fig.36: Actividades 1º Semana Mundial del Turismo – Campo Quijano – Salta - Argentina

Programa de Actividades

Jueves 02 de Noviembre 2023
Rosario de Lerma (1.420 msnm)

- Hs. 18:00 Ceremonia de Hospitalidad. Bienvenida a cargo de Autoridades Provinciales, Municipales y Empresariales.
- Hs. 18:15 "Perspectivas y Desafíos en el Turismo de Salta: Hacia un Futuro Sostenible y Experiencial". **Ing. Tmno. Rodrigo Iván Vidal Nasif** - Presidente de la Asociación de Profesionales en Turismo de la Provincia de Salta.
- Hs. 18:30 "Fortines Gauchos de Salta: Entre Tradición y Turismo - Un Encuentro para preservar y compartir nuestras raíces". **Sr. Cristóbal Emilio Espinoza** - Presidente Fortín Eszardra Roja Inherencia de Güemes. **Sr. Agustín Monge Frattini** - Secretario Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano
- Hs. 18:45 "Desarrollo Turístico Local: Colaboración y Sinergia entre Campo Quijano y Rosario de Lerma" **Lic. René Alejandro Ramos** - Presidente Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano. **Sr. Mariano Pellegrino Rivarola** - Presidente Cámara de Turismo y Comercio de Rosario de Lerma
- Hs. 19:00 Muestra y Degustación de Frutas. **Sr. Victor Tapia** - Proprietario Vivero Los Damascos.
- Hs. 19:30 Fin de las Actividades.

Lugar: **Hotel Cerritos de Terciopelo - Ruta Prov. 23 Km. 9 - Rosario de Lerma.**



Programa de Actividades

Viernes 03 de Noviembre 2023
Santa Rosa de Tastil (3.100 msnm)

- Hs. 20:00 Ceremonia de Hospitalidad. Bienvenida a cargo de Autoridades Provinciales, Municipales y Empresariales. Desayuno - camoesina (mato cocido- bollos, tortillas a la parillita, mases, etc.). Comedor Regional "La Ballerina".
- Hs. 19:30 Recorrido por el sitio histórico de Tastil. **Epigrafe Rian** - Patrimonio Mundial de la Humanidad. Decretado por la Unesco (3.500 m.s.n.m.)
- Hs. 21:15 Descubrimos la magia de Santa Rosa de Tastil: Hospedaje y Confraternia "sol hasta la Ra". **Casita Santa Rosa de Lima**. Museo de Sitio Tastil - Centro de Artesanos. Centro local de información turística. Hospedaje "Casita". Fiestas Regionales "Fiestas Campesinas" Escuela N° 4620 - Pañador "Los Cardones". Taller de hilado y tejido artesanal. **Sra Santos Coria** - Reconocimiento al trabajo y aporte a la cultura de Tastil, de un espacio emblemático de la comunidad.
- Hs. 22:30 Honramos al Polvorero Barboza ("Cuchil Bayo"), referente de comunidad creador de la Fiesta del Haba, Fiesta Patronal a Santa Rosa de Lima y Peregrinación Quebrada del Torno "Historia del pueblo Tastil". "Alforzadas del Pastor de Hules". Presentación de la propuesta "Turismo con Identidad" Proyecto de la Comunidad de Santa Rosa de Tastil.
- Cierre de la Semana Mundial del Turismo: **Mg. Lic. Diego Sbrera**, **Osvaldo Soriano**, **Lic. René Alejandro Ramos**
- Hs. 19:30 **Amuezo y espectáculo "El Camo con caja, un legado ancestral"**, "Danzas tradicionales sañañeras" a cargo de la Agrupación Sañaña de Santa Rosa de Tastil.
- Hs. 24:30 Despedido y regreso a la Ciudad de Salta. Hasta el año que viene!!!

Lugar: **Rancho "La Tostileño" - Ruta Nac. 51 Km.102 - Santa Rosa de Tastil**



Fig.37: Programa de Actividades 1º Semana Mundial del Turismo – Campo Quijano – Salta – Argentina



Fig.37: Invitación Especial a la Prensa Turística.

❖ **Acción 10.2: Participación en Ferias y Eventos Turísticos**

- **Descripción:** Promover la participación de Campo Quijano en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales, con un énfasis en las actividades planificadas. La promoción incluirá un calendario anual de eventos que destaque las diversas ofertas turísticas del municipio.



Fig.38: Participación en Ferias y Eventos Turísticos.

11.- Mejora de la Conectividad y Acceso

- **Objetivo:** Facilitar el acceso a Campo Quijano para incrementar la participación en eventos y actividades turísticas.

❖ Acción 11.2: Estrategias para Traslados desde el Aeropuerto

- **Descripción:** Implementar servicios de transporte directo desde el Aeropuerto El Aybal hasta Campo Quijano, haciendo más accesibles los eventos y actividades para turistas nacionales e internacionales.



Fig.39: Estrategias desde la Actividad Privada para conectividad Aeropuerto – Campo Quijano

12.- Planificación Estratégica de Actividades y Eventos

- **Objetivo:** Crear una agenda de actividades programadas para atraer a diferentes tipos de turistas.

❖ Acción 12.1: Creación de un Plan de Actividades Turísticas

- **Descripción:** Desarrollar un plan estratégico de actividades que incluya eventos culturales, deportivos, gastronómicos y científicos. Este plan se diseñará con la participación de actores clave y se promoverá a nivel regional y nacional.



Fig.40: Integración del calendario oficial de la provincia con actividades privadas municipales.



Fig.41: Organización actividades Día de la Empanada Quijaneña – Ciudad de Salta.

❖ **Acción 12.2: Coordinación de Eventos Intermunicipales**

- **Descripción:** Fomentar la cooperación con otros municipios para organizar eventos y actividades conjuntas que fortalezcan la oferta turística de Campo Quijano y los municipios participantes.



Fig.42: Coordinación de actividades Deportivas/Turísticas Intermunicipales – Chicoana.

13.- Búsqueda de Financiamiento para el Desarrollo de Actividades Turísticas

- **Objetivo:** Obtener recursos financieros para la ejecución de eventos y actividades turísticas en Campo Quijano.
- ❖ **Acción 13.2: Alianzas con el Sector Público/Privado**
 - **Descripción:** Establecer alianzas con empresas y organizaciones para cofinanciar y promover eventos y actividades turísticas en Campo Quijano.



Fig.43: Alianzas con sector Público / privados – Fondos Públicos Fortineros y Artesanías Gauchas.

14.- Desarrollo de Rutas Turísticas Definidas en el Plan Liderar

- **Objetivo:** Mejorar el portafolio de productos turísticos con una visión de integración regional y de negocios.

❖ Acción 14.1: Integración de Campo Quijano en las Rutas Turísticas Provinciales

- **Descripción:** Asegurar que Campo Quijano forme parte de las rutas turísticas provinciales delineados por el Plan Liderar, potenciando su atractivo y conectividad con otros destinos turísticos.



Fig.44: Diagramación de Rutas Turísticas Provinciales – Red Ferroviaria

❖ **Acción 14.2: Mejora de la Oferta de Productos Claves y Prioritarios**

- **Descripción:** Identificar y mejorar los productos turísticos claves del municipio, tales como el turismo rural, el astroturismo y las experiencias vinculadas a la naturaleza, la gastronomía, el deporte y cultura local.



Fig.45: Apoyo y Diseño de Paquetes Turísticos para productos claves: Raid Columbia



Fig.46: Diseño de Actividades para la Semana del Torrontés de Altura – Ruta del Vino

15.- Actualización Continua del Portafolio de Experiencias Turísticas

- **Objetivo:** Mantener actualizado el portafolio de experiencias turísticas para asegurar su competitividad.
- ❖ **Acción 15.1:** **Revisión Periódica de la Oferta Turística**
 - **Descripción:** Realizar una evaluación anual del portafolio de productos turísticos de Campo Quijano, incorporando nuevas experiencias y actualizando las existentes para asegurar su relevancia y competitividad.



Fig.47: Portfolio de Productos Turísticos Únicos – Fiesta de la Haba – Red Empresaria Vaca Muerta



Fig.48: Posicionamiento Campo Quijano Capital Provincial de la Tradición

❖ Acción 15.2: Inclusión de Experiencias Inmersivas y Auténticas

- **Descripción:** Desarrollar experiencias turísticas inmersivas que conecten a los visitantes con la cultura local, asegurando una experiencia auténtica que refuerce la identidad y el atractivo de Campo Quijano.



Fig.49: Actividades con Inmersión y Experiencias Turísticas – La Silleta.



Fig.50: Actividades Gastronómicas en adhesión a la Semana Gastronómica Salta.

16.- Promoción y Marketing de Campo Quijano como Destino de Eventos

- **Objetivo:** Aumentar la visibilidad de Campo Quijano como un destino ideal para actividades turísticas, eventos culturales, deportivos y científicos.

❖ **Acción 16.3:** Alianzas Estratégicas con Agencias de Viajes y Operadores Turísticos

- **Descripción:** Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos para incluir a Campo Quijano en paquetes turísticos que ofrezcan experiencias y actividades culturales, deportivas y científicas.



Fig.51: Alianzas Estratégicas con Operadores Turísticos y Empresas Internacionales



Fig.52: Posicionamiento en Medios de Comunicación Provinciales y Nacionales

Capítulo III: CONCLUSIONES FINALES

El presente Trabajo Final de Graduación, titulado "**Estrategias de Desarrollo Turístico y de Negocios: Un Enfoque Innovador para Campo Quijano**", se centró en analizar y desarrollar una serie de *Estrategias Empresariales* con el objetivo de fortalecer el turismo en la localidad de Campo Quijano. Desde el inicio, el proyecto se propuso integrar el **desarrollo económico local** a través de un enfoque moderno que combina **principios de marketing turístico** y la **colaboración entre empresas**, buscando posicionar a Campo Quijano en los principales circuitos turísticos de la Provincia de Salta.

La hipótesis central de este trabajo fue validada con **datos y análisis sólidos**, demostrando que la combinación de una **gestión empresarial eficiente**, junto con estrategias bien diseñadas de **marketing turístico** y la colaboración interempresarial, son clave para el **crecimiento sostenido** de la actividad turística en Campo Quijano. Los resultados obtenidos indican que estas acciones no solo mejorarán la **visibilidad del destino** en los circuitos turísticos tradicionales, sino que también generarán **nuevas oportunidades** para el desarrollo económico local.

Las **estrategias propuestas** en este trabajo constituyen un **marco integral** para transformar Campo Quijano en un destino turístico **competitivo, atractivo y sostenible**. De aplicarse de forma continua y ajustada a las **condiciones cambiantes del mercado**, tanto por parte de las autoridades locales como de los empresarios, Campo Quijano podrá **consolidar su posición** dentro del turismo provincial. Además, esta consolidación permitirá una expansión hacia **mercados más amplios y diversificados**, asegurando un **futuro próspero** para la economía local y sus habitantes.

Esta propuesta académica no solo pretende fortalecer la proyección de Campo Quijano dentro de la **provincia de Salta**, sino que abre la posibilidad de que esta localidad se

convierta en un referente de **desarrollo turístico y empresarial**, basado en principios de **sostenibilidad, eficiencia y colaboración empresarial**.

Validación de la Hipótesis

La hipótesis propuesta sostiene que la aplicación eficiente de estrategias de gestión empresarial, enfocadas en el marketing turístico y la colaboración entre empresas locales, resultaría en un aumento significativo de la visibilidad de Campo Quijano en los circuitos turísticos tradicionales de Salta, contribuyendo a un mayor flujo de turistas y al crecimiento económico sostenible. A lo largo de este estudio, se demostró que esta hipótesis se confirma en función de varios factores clave:

1.- Gestión Empresarial eficiente:

- ❖ Se analizó que una gestión empresarial eficiente, centrada en la planificación estratégica y el uso óptimo de recursos, es un pilar fundamental para el éxito turístico. En Campo Quijano, la implementación de estas estrategias no solo aumentará la eficiencia operativa, sino que permitirá al destino ser competitivo dentro de la oferta provincial.

- ❖ Las estrategias desarrolladas para integrar la actividad turística con el desarrollo económico fueron alineadas con los objetivos de sostenibilidad, lo que asegura el crecimiento a largo plazo del destino.

2.- Marketing Turístico innovador:

- ❖ A través del análisis del marketing turístico, se concluye que la visibilidad de Campo Quijano como destino emergente se incrementaría significativamente mediante el uso de enfoques modernos, como la digitalización, la promoción a través de redes sociales y la creación de una narrativa atractiva alrededor de sus recursos naturales y culturales.
- ❖ Este enfoque innovador de marketing, combinado con estrategias de promoción dirigidas, permitirá a Campo Quijano destacar frente a otros destinos, atrayendo un segmento de turistas más diverso e incrementando su competitividad en el mercado.

3.- Alianzas Estratégicas entre Empresas locales:

- ❖ La hipótesis se basa también en la premisa de que las Alianzas Estratégicas entre empresas turísticas locales es fundamental para el éxito del destino. Este trabajo confirma que la creación de redes de colaboración entre actores empresariales no solo genera un ecosistema más robusto, sino que también permite la integración de servicios y productos complementarios, aumentando el valor agregado para los turistas.
- ❖ La formación de alianzas público-privadas y la implementación de clústeres turísticos en la región ayudarán a fomentar un entorno colaborativo que maximice los beneficios colectivos de los actores involucrados.

Impacto en el Desarrollo Económico Sostenible

La estrategia propuesta se centró en fomentar el desarrollo económico de Campo Quijano de una manera sostenible. El análisis muestra que la integración de prácticas empresariales modernas, junto con la conservación de los recursos naturales y culturales, permite un crecimiento equilibrado. A través de la promoción de productos turísticos sostenibles y la inversión en infraestructura turística, Campo Quijano se posicionará como

un destino que no solo busca atraer turistas, sino que también se preocupa por preservar su identidad y recursos.

Campo Quijano como un Destino de Referencia

Gracias a la implementación de las primeras estrategias empresariales y turísticas diseñadas en este trabajo, Campo Quijano tiene el potencial de posicionarse como un destino de referencia en la región NOA (Noroeste Argentino). El desarrollo de productos turísticos diferenciados, como rutas gastronómicas, turismo de naturaleza y actividades culturales, permite atraer a diferentes segmentos de mercado, desde turistas nacionales hasta internacionales.

Además, el trabajo concluye que el destino se beneficiará enormemente del Turismo de Reuniones (MICE), por ahora no de grandes eventos, pero sí de gran calidad y otras formas de turismo especializado. La diversificación de la oferta turística contribuye al crecimiento del sector, aumenta la estancia promedio de los turistas y, por ende, eleva el impacto económico positivo para el municipio.

Eficiencia de las Estrategias Empresariales

El análisis de algunas de las estrategias empresariales ya implementadas, demostraron que un enfoque innovador y bien gestionado llevará a resultados tangibles en términos de aumento de visitantes, mayor rentabilidad para las empresas locales y una mejora general de la oferta turística. Además, la descentralización y la apuesta por las capacidades locales fueron claves para fomentar el empoderamiento de los actores locales y la creación de nuevas oportunidades de empleo. Se destacan las actividades en El Alfarcito y Santa Rosa de Tastil, donde no podemos hablar de empresas todavía, pero sí de sembrar las primeras sensibilizaciones de lo que se viene en materia de turismo para la Quebrada del Toro.

TURISMO Y NEGOCIOS, UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO LOCAL

En el contexto de este Trabajo Final de Graduación, se comprobó que el turismo y los negocios, gestionados de manera conjunta y estratégica, impulsan de manera significativa el desarrollo local. El turismo, más que una simple actividad económica basada en la oferta de experiencias, es un motor que dinamiza el comercio, atrae inversiones, y genera empleo en diversos sectores relacionados. La gestión eficiente de los **Negocios vinculados al Turismo**, como hoteles, cabañas, restaurantes, farmacias, corralones, proveedores de servicios y productos turísticos, entre tantos otros, resulta clave para crear una oferta atractiva y competitiva que cumpla con las expectativas de los visitantes.

Esta interrelación es especialmente evidente en el caso de Campo Quijano, donde el crecimiento turístico está profundamente ligado al éxito de las empresas locales y al fortalecimiento de la economía regional. Al promover las **Alianzas Estratégicas** entre los actores del sector turístico y comercial, se genera un ecosistema de sinergia, donde los negocios locales no solo se benefician del flujo turístico, sino que además se convierten en **protagonistas** en la creación de **Experiencias Diferenciadas** y de alta calidad.

El **Turismo Sostenible**, cuyo objetivo es preservar los recursos naturales y culturales mientras se generan beneficios económicos, no es alcanzable sin la participación del sector empresarial. Los negocios locales desempeñan un rol fundamental al adaptar sus prácticas hacia la **Sostenibilidad**, ofreciendo productos y servicios que respeten el entorno y la cultura local, al mismo tiempo que aseguran su rentabilidad y competitividad. Así, el turismo prosperará sin una base comercial sólida que lo respalde, mientras que los negocios encuentran en el turismo una fuente constante de oportunidades para crecer, diversificarse y generar valor.

Un Enfoque Estratégico a Largo Plazo

El éxito de Campo Quijano como destino turístico no depende solo de su **riqueza natural y cultural**, sino también de la capacidad del sector empresarial para adaptarse y anticiparse a las necesidades del mercado. Las empresas locales deben alinearse con las tendencias turísticas globales, incorporando enfoques innovadores como la **digitalización**, la **personalización de experiencias** y el **desarrollo de productos sostenibles**. El enfoque estratégico propuesto, que impulsa la colaboración entre empresas, es fundamental para consolidar a Campo Quijano como un destino de referencia.

Las **Alianzas Estratégicas** entre pequeñas y medianas empresas, junto con la colaboración con instituciones educativas y la creación de redes con otros destinos turísticos, son piezas clave para mantener la **competitividad** del destino a largo plazo.

Impacto Económico y Social del Turismo Empresarial

El turismo, como motor económico, tiene la capacidad de generar riqueza en diversos sectores. Además de la evidente creación de empleo en la **Industria de la Hospitalidad** (hoteles, restaurantes, transporte, esparcimiento, los 4 elementos bases del Sistema Turístico), el turismo también estimula el crecimiento de industrias colaterales como la construcción, la tecnología, la agroindustria y las manufacturas locales. En Campo Quijano, se puede observar cómo el desarrollo de la infraestructura turística, como la construcción de alojamientos sostenibles, predios gastronómicos y espacios recreativos, entre otros, actúa como catalizador para nuevas inversiones y para la expansión de los negocios existentes.

La promoción de Clústeres turísticos y Empresariales en Campo Quijano, como se propuso en este trabajo ya a largo plazo, no será inmediato, también permitirá que las empresas locales se beneficien de economías de escala, colaboren en proyectos conjuntos y atraigan una mayor inversión externa. Estos clústeres no solo potenciarán la capacidad competitiva del destino, sino que también fomentarán la innovación y el crecimiento sostenible.

Por otra parte, el turismo tiene un efecto multiplicador en la economía local. Un visitante no solo gasta en alojamiento y alimentación, sino también en una gama de servicios adicionales: transporte, guías turísticos, actividades recreativas, productos locales, supermercados, farmacias, heladerías, taller mecánico y más. Este gasto directo e indirecto genera un círculo virtuoso de crecimiento, donde las empresas se ven beneficiadas y, a su vez, reinvierten en mejorar sus servicios, lo que atrae a más turistas.

En definitiva, **Turismo y Negocios** están interrelacionados en el desarrollo sostenible de Campo Quijano. Ambos sectores se complementan y refuerzan mutuamente, creando un entorno donde el crecimiento económico es posible sin comprometer los valores culturales y naturales del destino. Si se continúa implementando estrategias de **Gestión Empresarial Eficientes y Colaborativas**, para ello la comunidad ya armó una Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano, la Ciudad no solo aumentará su visibilidad en el ámbito turístico provincial, sino que también asegurará su sostenibilidad y prosperidad a largo plazo, beneficiando tanto a sus residentes como a los visitantes.

A BRILLAR CON LUZ PROPIA MI QUERIDO CAMPO QUIJANO!!!

Bibliografía:• **Libros**

- ❖ Kotler, Philip (Año 2016) "Marketing para Destinos Turísticos", Estados Unidos - Editorial Pearson
- ❖ Dieke, Peter U. C. (Año 2003) "Marketing of Tourism Destinations in Africa" Editorial Channel View Publications
- ❖ Kitchen, Philip J. (Año 2017) "Marketing Communications: Principles and Practice" – Editorial Routledge.
- ❖ Chias, Josep (Año 2014) El Negocio de la Felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares – Editorial Pearson Educación.
- ❖ "El Destino Competitivo: Una Perspectiva de Turismo Sostenible" *por J.R. Brent Ritchie y Geoffrey I. Crouch. 2003 Editorial CABI Publishing, Wallingford, Oxfordshire, Reino Unido.*

- (1) A. Parasuraman, Valarie Zeithaml y Leonard Berry, SERVQUAL Año 1988
Editorial: Journal of Retailing
- (2) Gestión de Marketing - Philip Kotler y Kevin Lane Keller – Año 2016 -
Editorial: Pearson
- (3) "Desarrollo Turístico Sostenible"- C. Michael Hall - Año 2008 - Editorial
Routledge.
- (4) "Gestión de Destinos Turísticos" - Dimitrios Buhalis – Año 2000 - Editorial
Pearson Education
- (5) (Philip Kotler, "Marketing para Destinos Turísticos", Editorial Pearson –
Año 2016)
- (6) Peter U. C. Dieke - "Marketing of Tourism Destinations in Africa" – Año
2013, Editorial Channel View Publications)

- (7) Philip J. Kitchen - "Marketing Communications: Principles and Practice" – 2017 - Editorial Routledge)
- (8) Philip Kotler y Kevin Lane Keller - "Marketing Management,"(Año 2016) - Editorial Pearson)
- (9) Philip Kotler y Kevin Lane Keller - "Marketing Management" (Año 2016) - Editorial Pearson
- (10) Dimitrios Buhalis - "Marketing the Competitive Destination of the Future" (Año 2000) - Editorial Tourism Management
- (11) Edgar H. Schein, "Cultura Organizacional y Liderazgo". (Año 2016) 5ª Edición - Editorial Wiley - Nueva Jersey – Estados Unidos.
- (12) A.P.G. Dikshit) "***Prácticas Mineras Sostenibles: Una Perspectiva Global***" (Año 2012) - Editorial CRC Press - Estados Unidos.
- (13) Donald Getz "***Turismo de Eventos: Conceptos, Casos Internacionales y Estudios de Investigación***" Editorial Cognizant Communication Corporation (Año 2019) Estados Unidos.
- (14) Philip Kotler y Kevin Lane Keller), "***Marketing Management***", Editorial: Pearson - Año: 2016 (15ª edición) - Estados Unidos.
- (15) Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill "***Turismo: Principios y Práctica***" - Editorial: Pearson Education (Año 1999) - Reino Unido.
- (16) J.R. Brent Ritchie y Geoffrey I. Crouch se describe en su obra titulada: "***La Competitividad de los Destinos Turísticos: Un Modelo Global Integrador***" Editorial: CABI Publishing (Año: 2013) - Wallingford, Oxfordshire - Reino Unido.
- (17) Luis Fernández Fuster, aborda esta temática de la Gestión Empresarial Aplicada al Turismo, en su obra titulada "***Gestión de Empresas Turísticas***", editada por Síntesis (1996) - España.

- (18) Jorge Delgado Vivas, *"Comunicación Estratégica y Turismo: Herramientas para el Desarrollo y Gestión de Destinos"*. Editorial: Síntesis (Año 2015) - España.
- (19) Simón Anholt, *"Identidad Competitiva: La Nueva Gestión de Marca para Naciones, Ciudades y Regiones"* - Editorial: Palgrave Macmillan (Año 2007) - Reino Unido.
- (20) Bruno Latour y Michel Callon, *"Teoría del Actor-Red" (Actor-Network Theory, ANT)*, Editorial: Oxford University Press (Año 2005) Oxford – Inglaterra.
- (21) Joseph Chías en su libro *"Marketing Turístico"* Editorial: McGraw-Hill – (Año 1991) - España.
- (22) C. Michael Hall - *"Planificación Turística: Políticas, Procesos y Relaciones"* - Editorial Pearson Education Limited (Año 2008) - Reino Unido.
- (23) Dimitrios Buhalis - *"Marketing the Competitive Destination of the Future"* Editorial: Routledge – (Año 2000) - Reino Unido
- (24) Organización Mundial del Turismo (OMT). Barómetro OMT del Turismo Mundial, (Mayo 2024)
- (25) C. Michael Hall – *"Planificación del Turismo: Políticas, Procesos y Relaciones"* - Editorial: Pearson Education – (Año 2008) - Reino Unido
- (26) Richard W. Butler *"Turismo y Ciudades: Turismo, Cultura y Comunicación"* - Editorial: Channel View Publications – (Año 2011) - Reino Unido
- (27) Edward J. Blakely *"Planificación del Desarrollo Económico Local: Teoría y Práctica"* - Editorial: SAGE Publications (Año 2009) - Estados Unidos

(28) Fred R. David - "*Conceptos de Administración Estratégica*", Editorial Pearson Educación – (Año 2009) - 12ª edición - Estados Unidos.

(29) Peter Nijkamp - "*Desarrollo Regional e Investigación de Políticas*" - Editorial Edward Elgar - (Año 2015) - Reino Unido.

• **Artículos en revistas**

- ❖ Bianchi, S. (1996). Turismo y Desarrollo: la educación como campo de armonía
- ❖ En Anuario de Estudios Históricos Turístico, 1(11),147-178.

• **Documentos en Internet**

- Lic. Loza, Nadia Verónica (Año 2011) Tesis de Postgrado “Plan de Marketing Turístico para el destino Salta, Argentina”
- Plan Estratégico Territorial Campo Quijano pdf
- Plan Liderar 2024 – Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta
- OMT: Barómetro Turístico Mundial.
-

Repositorio <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm> HYPERLINK
["https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl"](https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl) & HYPERLINK
["https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#inbox/FMfcgzGtwzspshlvXTXKvxVVkFrZGSC?projector=1](https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#inbox/FMfcgzGtwzspshlvXTXKvxVVkFrZGSC?projector=1) HYPERLINK
["https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl"](https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl) & HYPERLINK
["https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#messagePartId=0.1](https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#messagePartId=0.1)

Repositorio <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6041/tfg-gue-nue.pdf?sequence=1> HYPERLINK
["https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6041/tfg-gue-](https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6041/tfg-gue-)

[nue.pdf?sequence=1&isAllowed=y"& HYPERLINK
"/repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6041/tfg-gue-
nue.pdf?sequence=1&isAllowed=y" isAllowed=y](#)

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_estrategico_territorial_campo_QUIJANO.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_estrategico_territorial_campo_quijano.pdf)

Lic. Guerrero Hueso, Estefanía (Año 2017) NUEVAS TENDENCIAS EN EL
MARKETING DE INFLUENCIA: EL CASO DE INSTAGRAM

Organización Mundial del Turismo (Año 2023) **EL TURISMO EN LA AGENDA
2030**

Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>

ANEXOS DE FIGURAS Y CUADROS

Fig.1: Llegada de Turistas Internacionales Crédito: Barómetro de la OMT.....	Pág. 79
Fig.2: Visión Provincial para la Provincia de Salta - Fuente Plan Liderar 22/27.....	Pág.190
Fig.3 Visión el Valle de Lerma 2027 - Fuente Plan Liderar 2022/2027.....	Pág.194
Fig.4: Declaración de Interés Turístico proyecto “Cielos Ancestrales de Tastil”.....	Pág.228
Fig.5: Convocatorias a Reuniones de Comisión Directiva, Socios y futuros Socios.....	Pág.229
Fig.6: Actividades de Fam Press para la Prensa Especializada - Turismo Religioso.....	Pág.229
Fig.7: Diseño de Actividades programadas para eventos en fechas temáticas.....	Pág.230
Fig.8: Organización de Actividades Calendario de Verano 2023.....	Pág.230
Fig.9: Organización de Actividades temáticas Día de la Madre – El Encón.....	Pág.231
Fig.10: Premios de los Socios de la Cámara para los vecinos Día de la Madre.....	Pág.231
Fig.11: Actividades para realizar Deportes de Aventura - La Silleta.....	Pág.232
Fig.12: Actividades organizadas en el Mercado Artesanal – Ciudad de Salta.....	Pág.232
Fig.13: Experiencias inmersivas en la Expo Arte Deco Gourmet – Ciudad de Salta.....	Pág.233
Fig.14: Saludos por el Día Mundial del Turismo – Campo Quijano.....	Pág.233
Fig.15 Creación de Alianzas Estratégicas con 9 Municipios Sector Privado.....	Pág.234
Fig.16: Convocatoria a diferentes Instituciones para Interactuar.....	Pág.235
Fig.17: Invitación socios para el Diseño de Paquetes Turísticos.....	Pág.236
Fig.18: Paquete Turístico: Salta Gaucha.....	Pág.236
Fig.19 Programa Salta Andina: XXIX Fiesta Nacional de la Pachamama.....	Pág.237
Fig.20: Programas para Fiesta Provincial de la Papa Andina – Caravana Solidaria.....	Pág.237
Fig.21: Programa de Actividades Cumpleaños Campo Quijano – Campo Quijano.....	Pág.238
Fig.22: Programa de Actividades Caravana de la Papa Andina.....	Pág.238
Fig.23 Programa de Capacitación Cultura Tributaria – DGR.....	Pág.239

Fig.24: Potenciación del Espíritu de Empresas – Networking Ejecutivo	Pág.240
Fig.25: Conformación de la Cámara de Turismo y Comercio de Campo Quijano.....	Pág.241
Fig.26: Confirmación Cámara de Turismo y Comercio. Noción de Pertenencia.....	Pág.241
Fig.27: Objetivos y Beneficios de pertenecer a una Cámara de Empresarios.....	Pág.242
Fig.28: La Bienvenida a los nuevos socios - Networking Ejecutivo – La Silleta.....	Pág.242
Fig.29: Primeras actividades para involucrar a la comunidad del municipio.....	Pág.243
Fig.30: Poderoso mensaje de Hospitalidad – Recepción del 1º Turista.....	Pág.243
Fig.31 Actividades para instalar a campo Quijano en la Ruta del Vino.....	Pág.244
Fig.32: Campo Quijano se muestra en el gran centro Turístico Mercado Artesanal.....	Pág.244
Fig.33: Potenciando Noción de Pertenencia – Saludo Día Mundial del Turismo.....	Pág.245
Fig.34: Organización 1º Cena Anual de Fin de Año.....	Pág.245
Fig.35: Saludos noción de Pertenencia – Acciones de Relaciones Públicas.....	Pág.246
Fig.36: Actividades Iº Semana Mundial del Turismo – Campo Quijano	Pág.247
Fig.37: Invitación Especial a la Prensa Turística.....	Pág.248
Fig.38: Participación en Ferias y Eventos Turísticos.....	Pág.248
Fig.39: Estrategias desde la Actividad Privada para conectividad Aeropuerto.....	Pág.249
Fig.40: Integración del calendario oficial de la provincia.....	Pág.250
Fig.41: Organización actividades Día de la Empanada Quijaneña.....	Pág.250
Fig.42: Coordinación de actividades Deportivas/Turísticas Intermunicipales.....	Pág.251
Fig.43: Alianzas con sector Público / privados – Fondos Públicos Fortines.....	Pág.252
Fig.44: Diagramación de Rutas Turísticas Provinciales – Red Ferroviaria.....	Pág.252
Fig.45: Apoyo y Diseño de Paquetes Turísticos: Raid Columbia.....	Pág.253
Fig.46: Diseño de Actividades para la Semana del Torrontés de Altura.....	Pág.254
Fig.47: Portfolio de Productos Turísticos Únicos – Fiesta de la Haba.....	Pág.255

Fig.48: Posicionamiento Campo Quijano Capital Provincial de la Tradición.....	Pág.255
Fig.49: Actividades con Inmersión y Experiencias Turísticas – La Silleta.....	Pág.256
Fig.50: Actividades Gastronómicas en adhesión a la Semana Gastronómica Salta.....	Pág.256
Fig.51: Alianzas Estratégicas con Operadores Turísticos y Empresas Internacionales.....	Pág.257
Fig.52: Posicionamiento en Medios de Comunicación Provinciales y Nacionales.....	Pág.257
Cuadro 1: Evolución del Turismo en Salta: Datos Claves.....	Pág. 96
Cuadro 2: Referencias- Anuario 2023 – Sector Turístico	Pág. 97
Cuadro 3: Tasa de Ocupación de Campo Quijano.....	Pág.108
Cuadro 4: Pernocte promedio de Turistas.....	Pag.109
Cuadro 5: Árbol de Problemas y Objetivos - Dimensión Económica del Turismo.....	Pag.187