



Universidad Abierta Interamericana
Facultad de turismo y hospitalidad
Sede Regional Rosario
Carrera: Licenciatura en Turismo

*“Lineamientos primordiales para la
regulación del turismo en la
actualidad”*

Alumna: Castellá, María Laura

Tutor: Bressano, Susana

Rosario, Junio de 2005

*...Todos nuestros sueños pueden
hacerse realidad si tenemos
el deseo de realizarlos...*

Agradecimientos

Cuando se invente una palabra mayor que “gracias” debería decírsela a toda esta gente: A cuatro grandes personas, porque un solo gesto o una palabra de cualquiera de ellos, pudo, puede y podrá cambiar mi vida, transformarla en un paraíso o un infierno: Mamá, Papá y los dos mejores hermanos del mundo.

A los integrantes de mi vida acá, que con su amor incondicional y apoyo constante, me acompañaron y acompañan en cada aventura que me propongo desafiar. No saben cuánto los quiero: Nazareno, Ange (amiga del corazón), Eve (hermana del alma), Yan, Eli, Flor, Laurita, Clau, Pame, mis tíos, abuelos y primos. Y a los que me honran con su amor Allá, que se apuraron en viajar. Ellos sí saben cómo los quiero: Lela y Lelo.

Pero quiero expresar una gratitud especial hacia aquellas personas que generosamente se unieron a este proyecto prestando lo mejor de cada uno de ellos, y que en conjunto, me ayudaron a colorear el mosaico de este proyecto, con su sabiduría, sus experiencias y recuerdos:

- Susana Bressano
- Guillermo Frittegotto (por toda su colaboración extra)
- Claudio Mozzi
- Paola Galliani
- Mariela A. Berdulla
- Paula Taurizano
- Giselle DeLannoy (por todo el apoyo constante a pesar de los obstáculos durante el camino)
- Gustavo N. Fernández
- Daniel Ranieri
- Luciana Malacrida
- María Luz Speroni
- Personal bibliotecario de la U.A.I.
- Susana A. Villar
- Raúl Castellá
- Guillermo Castellá
- Juan Manuel Castellá

Le debo mucho a muchos, a los que me apoyaron sin que ni siquiera se los pidiera y confieso que es imposible mencionarlos por ser tantos, de corazón, muchas gracias a todos.

INDICE

PARTE I

1. Fundamentación	1
2. Introducción	4
2.1. Objetivo general	6
2.2. Principios específicos	7

PARTE II

3. Concepto, definiciones y elementos del turismo	9
3.1. El sistema turístico	9
3.1.1. <i>La demanda turística</i>	10
3.1.2. <i>La oferta turística</i>	11
3.1.3. <i>El proceso de venta y el producto turístico</i>	12
3.1.4. <i>Espacio geográfico</i>	13
3.1.5. <i>La planta turística y los atractivos turísticos</i>	14
3.1.6. <i>La infraestructura y superestructura</i>	15
3.1.7. <i>El patrimonio turístico</i>	16
4. Hacia un turismo diferente	16
4.1. El turismo alternativo, puerta de entrada al turismo sostenible	16
5. Desarrollo y turismo sostenible	18
5.1. El turismo en el marco sostenible	21
6. Seguridad al turista	24
6.1. Consejo Intersectorial de Seguridad Turística	24

PARTE III

7. Antecedentes históricos del turismo en el marco de la legislación	27
7.1. Antecedentes turísticos en legislación nacional	28
7.2. Leyes provinciales turísticas vigentes	30
7.3. La actual Ley Nacional de Turismo	33
7.3.1. <i>Ley Nacional de Turismo N° 25.997</i>	35
8. Lineamientos turísticos primordiales para su regulación	45

Título I - Disposiciones generales	45
Título II - Del órgano de aplicación	53
Título III - Promoción y fomento turístico	56
Título IV - Del sistema turístico nacional	58
Capítulo I - De la demanda	60
Capítulo II - De la oferta	61
Capítulo III - Del proceso de venta y el producto turístico	61
Capítulo IV - Del espacio geográfico	62
Capítulo V - De la infraestructura y superestructura	62
Capítulo VI - Del patrimonio turístico	62
Capítulo VII – Comité Interministerial de Facilitación	63
Turística	
Título V - Del turismo alternativo	64
Título VI - Del turismo sostenible	67
Título VII - De la seguridad y protección al turista	70
Título VIII - Del fondo nacional de promoción y capacitación turística	72
Título IX - De las infracciones, sanciones y verificaciones	74
Título X – Disposiciones complementarias	76
8.1. Análisis, comparación y conclusión	76
9. Bibliografía	80
9.1. Leyes consultadas	85
10. Anexo	93

PARTE I

1. FUNDAMENTACIÓN

Durante treinta y cuatro años el turismo en Argentina ha estado regido por la Ley 18.829, la cual contemplaba específicamente a los agentes de viajes.

Desde 1970 se vinieron formulando diversos decretos o resoluciones a nivel nacional, dentro del ámbito turístico, que se fueron adaptando a las diferentes modificaciones o necesidades que iba presentando el sector, hasta llegar, incluso, a publicar, el 7 de Enero del corriente, la Ley Nacional de Turismo N° 25.997, la cual ha traído mucho optimismo ya que se espera, a través de la nueva legislación, posicionar a la actividad en un marco más responsable y serio, llevando a cabo lo sancionado. Pero la misma ha presentado, a su vez, debates conflictivos, apenas sancionada, tales como la falta de interés que se le da a las zonas y áreas protegidas, o la desigualdad de actores por parte de los dos sectores (público y privado), entre otros puntos que han sido expuestos por diferentes representantes del turismo en Argentina.

A primera vista, esto demuestra que no se ha logrado formular una ley que contemple la regulación a los cambios experimentados con el transcurso del tiempo, y más aún si se lee con atención y en detalle cada aspecto que abarca la nueva ley, donde se pueden observar grandes falencias que más adelante serán expuestas.

Es así que dada la importancia y complejidad que ha cobrado la prestación de los modernos servicios en el turismo (fuente de grandes ingresos para la economía del país), es necesaria una adecuada y actualizada legislación que comprenda al sector desde una perspectiva más amplia y compleja.

Tal como lo fundamenta la Diputada Alicia Narduci en su Proyecto de Ley Nacional de “Alojamientos Turísticos Hoteleros” (2002), se entiende que en la actual problemática turística del país, resulta menester adecuar una norma acorde a la legislación existente en aquellos países, que han considerado el recurso turístico como un factor determinante en lo que hace a una política de Estado con proyección de futuro, atento a lo que se desprende de esta actividad. Se entiende que es propio del Poder Legislativo propender a un mejor estado de cosas y que, por ello, se deba tener en cuenta que es el justo equilibrio que debe existir en una actividad como es el recurso turístico, ya que no se puede olvidar a quiénes está destinado el quehacer de dicha labor, en este caso a quienes usufructúan del recurso turístico, es decir, a la sociedad toda.

Tratándose de una actividad que en las últimas décadas ha cobrado un dinamismo relevante en todo el mundo, el tiempo transcurrido puede ser jurídicamente considerado como un atraso y falta de actualización en costumbres, regulaciones, hábitos, modalidades y el cúmulo de nuevas formas jurídicas, económicas y sociales que ha ido adquiriendo la industria (Narduci *et al.* 2002), y que deberían ser tenidas en cuenta a la hora de formular una ley nacional, en oposición a lo ocurrido en la publicada recientemente.

La industria del turismo constituye una actividad de servicios, donde debe prevalecer la excelencia de los mismos en función del cliente, que es a quien están dirigidos; lo que comúnmente se conoce como “teoría de la servucción” (apoyo al cliente) (Eiglier y Langeard, 1998).

El turismo en Argentina es importante por contar con variados atractivos turísticos de alta jerarquía que tienen reconocimiento internacional; y también por ser uno de los países pioneros en conservación de la naturaleza: la creación de áreas protegidas se inicia en 1903 y en 1922 se crea el primer Parque Nacional, el Nahuel Huapi. Es la actividad económica que más ha crecido en el siglo XX; la magnitud y dinamismo de este crecimiento se evidencia tanto en la cantidad de turistas como en sus gastos. En Argentina, el aumento de los ingresos por turismo receptivo ha sido más del doble respecto del promedio mundial (Agencia de Desarrollo de Inversiones, 2004):

CUADRO 1: Ingresos por turismo (1990 - 1999)

Año y Porcentaje	Tasa de crecimiento (millones de US\$)	
	En el Mundo	En la Argentina
1990	268.310	1.131
1999	439.393	2.888
Porcentaje	64%	155%

Fuente: Agencia de Desarrollo de Inversiones, 2004

El turismo en el país está en condiciones de ser una herramienta de transformación. Sus recursos naturales, tremendas bellezas, vasta geografía, tradición, valores culturales y formados recursos humanos, permiten comprender que más allá de la crisis, de los desmanes de ciertos dirigentes, de la falta de conciencia turística, de la falta de políticas, del despilfarro de recursos, de la falta de apoyo; el esfuerzo de millares de emprendedores hace posible una industria, que a la hora de comenzar a salir de la tremenda crisis que ha vivido nuestro país, tanto ha aportado.

No parece justo, entonces, que algunos se permitan hablar de la construcción de políticas de estado, sin que en efecto pareciera que su interés esté directamente relacionado con el desarrollo del sector, sino más bien con la funcionalidad del mismo para con sus intereses.

Las decisiones del destino de esta industria deben ser tomadas por aquellos cuyo medio de vida depende del éxito de la industria del turismo y no por aquellos cuyo medio de vida depende de que la industria del turismo exista.

El turismo ha vivido un 2004 histórico. Se han obtenido algunos logros de gran significación para quienes viven luchando desde hace décadas por el reconocimiento de esta actividad. Es hoy una realidad que va dejando atrás situaciones coyunturales para comenzar a delinear un cambio estructural. La llegada de turistas extranjeros cerró con un 15% de aumento en 2004 y se estima que el crecimiento será sostenido hasta 2011 (C.A.T., Cámara Argentina de Turismo, 2005 “El Mensajero”). Estos datos confirman que, más allá de la tasa de cambio, la Argentina se perfila hacia una condición de país turístico, apostando a fortalecer la competitividad a través de la calidad y la excelencia en el servicio.

Al considerar a Argentina como un país que busca ocupar una posición relevante en la industria del turismo, se hace entonces imprescindible contar con una regulación actualizada (considerando que mientras se desarrollaba este proyecto de ley, fue cuando se sancionó la ley 25.997), y sólida, que determine los preceptos y mecanismos para encausar la competencia y propender a su desarrollo, para lo cual, haciendo un estudio detallado de la realidad, desde el momento en que se ha empezado a desarrollar este trabajo, dos aspectos han sido considerados altamente complejos y determinantes para el buen desarrollo de la materia, que son: la Seguridad del Turista y el Turismo Sostenible, dos cuestiones que la nueva ley simplemente menciona. Entonces se puede decir que es sumamente necesario contar con una reglamentación que promueva el progreso y fomento, integral y federal, de la industria turística en el país, prevaleciendo la Protección al Turista como el Desarrollo Sostenible de la actividad.

En momentos en que el turismo ha comenzado a evidenciar claramente su potencialidad, es necesario, debatir los temas con toda crudeza. Esto ayudará a mejorar aspectos sin los cuales sería imposible alcanzar el desarrollo de esta industria.

La diversidad de paisajes y posibilidades que ofrece Argentina, permite activar nuevos productos adecuados a las tendencias actuales de la demanda tales como Eco-Turismo,

Turismo Rural, Turismo Arqueológico – Cultural y Paleontológico, Turismo Salud, Turismo Deportivo, entre otros, que se adaptan al resguardo del ecosistema.

A su vez permiten destacar con mayor relevancia y participación todo lo referente a recursos humanos que pueda ceñir el sector. Así, se han incrementado los pedidos de personal especializado para cada área, como consecuencia de la difusión de modernas carreras, terciarias y universitarias, que se comprenden en el ámbito del turismo. El país suministrará la creación de conciencia, propicio de colocación de recursos humanos orientados a la creación de conciencia mediante la implementación de su especialidad en la forma de turismo adecuada.

Esto lleva a invitar a las veintitrés provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a adherirse a lo propuesto en el siguiente trabajo con la finalidad de lograr, a futuro, un marco legal homogéneo, que permita la funcionalidad del progreso del turismo en todo el territorio de la República Argentina.

Por todo ello se puede inferir cierta necesidad y utilidad emergente de presentar este informe, que contribuya a insertar al país en el escenario de la moderna competitividad turística con todo lo que a ella concierne.

Se considera contar con la posibilidad de elevar al país a la altura de otras naciones que hacen del turismo una verdadera industria y, por ende, mejorar la actividad socioeconómica; por ello son muy importantes los consecuentes lineamientos para que la Argentina se encamine sólidamente en este terreno, el cual, sin lugar a dudas, no solamente beneficiará de manera conveniente al sector, sino que otorgará más posibilidades de incrementar sus ingresos al hacer hincapié en la Protección al Turista, (tema que en la actualidad es altamente destacado por la ola de inseguridad mundial), incrementar las fuentes laborales y proteger del deterioro y desgaste las riquezas naturales propias del país (Narduci *et al.* 2002).

2. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la actividad turística ha ido evolucionando con el paso del tiempo; las perspectivas de expansión de esta actividad de carácter mundial parecen casi ilimitadas, deducción inferida de las grandes cifras invertidas en viajes internacionales, que posicionan al turismo como una respetable actividad que comenzó, en firme, después de

la segunda guerra mundial. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT), expresa que:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”(OMT, 1994: 44)

El turismo ha evolucionado radicalmente. En sus comienzos estaba constituido por viajeros adinerados que buscaban, en forma especial, la comodidad ya que tenían con qué pagar buen alojamiento, transportes, guías y diversiones en general y que, por su número tan limitado, no requerían de técnicas de marketing.

Cuando en muchos países el ingreso per capita comenzó a incrementarse y las leyes laborales dejaron mayor tiempo libre a la población, un creciente número de personas iniciaron sus viajes tanto dentro del país, (“receptivos”), como al exterior, (“emisivos”), gracias al nuevo marketing que los atraía. Este avance llevó a que también se expandieran las facilidades y servicios turísticos dando lugar a la competitividad.

Considerando lo establecido por Cárdenas (1998), el turismo es una fuerza cultural, económica y social cuyo impacto en todos los sectores de la sociedad es reconocido universalmente, ya que pone en contacto personas de formación y niveles de vida diferentes, estrechando relaciones, rechazando prejuicios y anulando arrogancias, siendo el turista un embajador de la cultura de su lugar, quien a su vez asimila la cultura con la cual entra en contacto.

Desde principios de los años noventa se han ido desarrollando una serie de iniciativas, tratando de concretar los principios básicos de la sostenibilidad en relación con el sector del turismo. Esta creciente preocupación por el vínculo existente entre el medio ambiente y el turismo se ha traducido en el aumento de los esfuerzos de los promotores de la actividad turística por conservar los recursos medioambientales y en la aparición de modalidades turísticas que incorporan en sus actividades e instalaciones una responsabilidad hacia el medio ambiente y que, aparte de permitir un mejor conocimiento del entorno, promueven la conciencia de los problemas que sufre (Fuliana y Ayuso, 2002). El concepto de sostenibilidad apareció por primera vez en la versión de Estrategia Mundial para la Conservación 1980, sin embargo, la definición citada con mayor frecuencia es la que propone el *Informe Brundtland* de las Naciones Unidas:

“El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, 1987: 27).

Otro de los aspectos que se han desarrollado con la evolución de la actividad turística fue el de la seguridad, la cual en los últimos tiempos ha sido tema de debate debido a la ola de inseguridad que se vive en todo el mundo.

La importancia de la seguridad social en el mundo está creciendo, lo que no quiere decir que su desarrollo en los diversos estados siga un camino paralelo. Los cambios internacionales, puestos en relieve por la globalización y la movilidad de las personas, han llevado a que los estados y naciones se acerquen, y con ello se produzca la internacionalización de la seguridad social (Humblet y Silva, 2002).

Toda persona tiene derecho a disfrutar del turismo como una expresión del crecimiento sostenido de su tiempo libre, descanso y esparcimiento. Las autoridades han de fortalecer y facilitar el cumplimiento de este derecho, así como han de observar la formulación, ejecución, evaluación y vigilancia de los planes, programas y acciones públicas en relación a esta temática.

Con este análisis se pretende destacar una serie de hechos y sucesos que, a través del tiempo, han ido evolucionando en materia de turismo, dando lugar a este nuevo fenómeno que cuenta, entre otros, con dos aspectos de gran relevancia y que son los que precisamente llevan a impulsar el trabajo final: el Desarrollo Sostenible y la Seguridad Turística. Este estudio acerca de los lineamientos turísticos básicos, se irá desarrollando a continuación, poniendo énfasis y analizando los antecedentes que llevaron a su realización, como así también a cada terminología estrictamente turística para poder dejar en claro toda su conceptualización y ámbito que abarque, y no dar lugar a posibles confusiones. Asimismo, se adoptará una mirada analítica a la actual Ley Nacional sancionada, puesto que evidencia ciertas falencias, como una gran ausencia del enfoque netamente turístico, demostrando poca intervención de profesionales en la materia.

2.1. Objetivo general:

- Establecer lineamientos esenciales, referentes al turismo en Argentina, que contemple la diversidad y complejidad del sector turístico y áreas anexas de su

incumbencia, poniendo énfasis en el Desarrollo Sostenible y la Seguridad Turística, considerando al turismo, en su conjunto, fuente determinante para el desarrollo económico del país.

2.2. Principios específicos:

- a. Dirigir los actos destinados a la conservación, defensa, mejoramiento y fomento de aquellos lugares del territorio nacional que, por su valor histórico o belleza escénica, tengan significancia turística y recreativa.
- b. Lograr que se regule la orientación, fomento, facilitación, control y coordinación de las actividades turísticas consideradas como factor de desarrollo económico y social del país.
- c. Conservar, proteger y desarrollar el patrimonio turístico natural, histórico y cultural, incrementando la preservación natural, paisajística y arquitectónica.
- d. Promover y fomentar el aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos en beneficio de los ciudadanos que concurren en las actividades y prestación de servicios turísticos, así como en la inversión turística.
- e. Regular las zonas de desarrollo turístico prioritario y las zonas saturadas.
- f. Propiciar la conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento sostenible del patrimonio histórico.
- g. Poner en ejecución programas nacionales que estén destinados a contrarrestar los problemas derivados del turismo masivo, tales como la contaminación del medio ambiente.
- h. Elaborar políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, que propendan a la protección de la integridad física, salud, bienes, derechos y garantías de los turistas receptivos internacionales e internos, y al resguardo del patrimonio natural y cultural, y de los establecimientos, vías y medios de servicios al turista.
- i. Elaborar planes de desarrollo de las políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo.
- j. Proponer normas y recomendar acciones a los órganos y autoridades oficiales competentes y a las entidades representativas del sector privado, tendientes al pleno desarrollo y ejecución de las políticas y planes de seguridad en el turismo.

- k. Sugerir campañas de esclarecimiento, prevención y recomendación al público en general y a sectores en particular que puedan contribuir a establecer condiciones de seguridad para el desenvolvimiento turístico.

PARTE II

3. CONCEPTO, DEFINICIONES Y ELEMENTOS DEL TURISMO

El turismo es una actividad socioeconómica generalizada que engloba a una gran variedad de sectores y disciplinas académicas.

Sin embargo, es necesario elaborar un marco conceptual comúnmente aceptado sobre el turismo y los diversos elementos que lo componen para así poder eliminar los problemas actuales de comparabilidad y calidad de las estadísticas turísticas internacionales, imprescindibles para evaluar los impactos del turismo, la evolución, el crecimiento y distribución espacial de la industria turística, los ingresos turísticos, la demanda existente, entre otros.

Una comprensión profunda del turismo requiere un análisis de todos los elementos que participan en la entrega de la experiencia turística y que Leiper (1990) sintetiza en su modelo, es decir:

- a. Los turistas o actores de la experiencia turística
- b. Los elementos geográficos
- c. La industria turística

Todos estos elementos se interrelacionan y de ahí la dificultad de obtener una sola definición que sea satisfactoria para todos.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) ha elaborado una serie de definiciones para proporcionar un sistema coherente y unánime y fomentar así la creación de estadísticas turísticas más representativas, facilitando la comparabilidad entre los datos nacionales e internacionales:

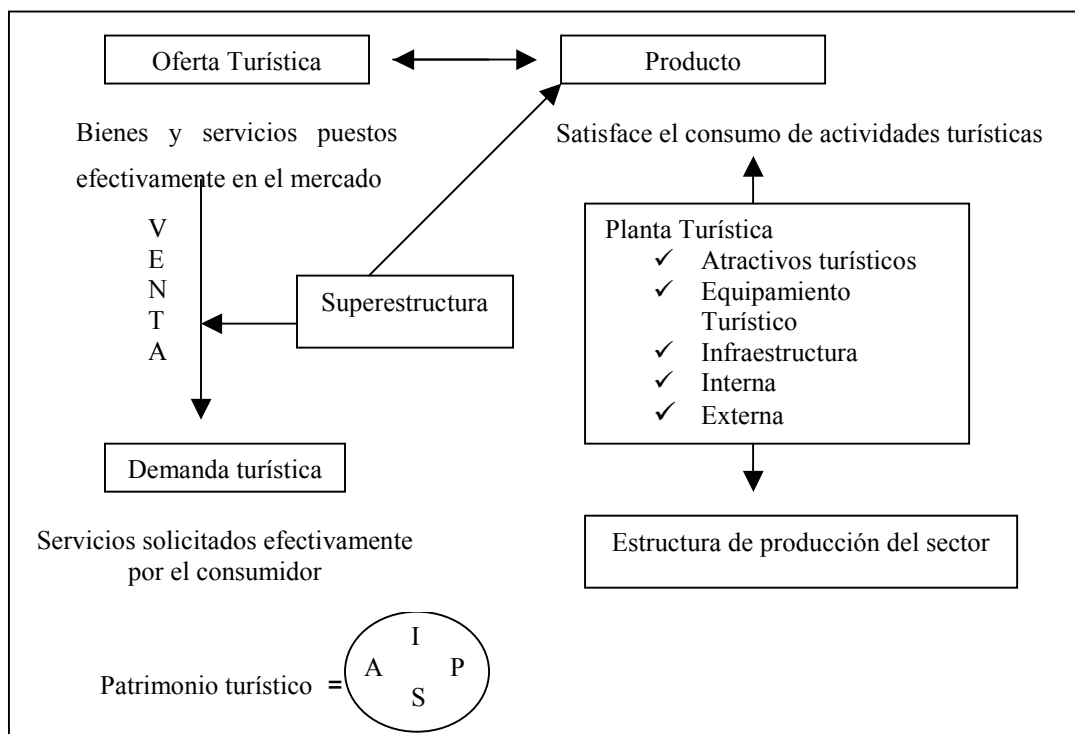
“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”(OMT, 1994: 44).

3.1. El sistema turístico

Alrededor del turismo se ha ido formando una trama de relaciones que ponen de manifiesto su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema caracterizado por sus

variados e imprescindibles componentes. El sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento. La figura 1 representa las relaciones esenciales dentro del mismo.

Figura 1: Funcionamiento del sistema turístico



Fuente: Boullón. El sistema turístico.

Establecer un sistema turístico nacional necesita de una planificación, tecnificación adecuada, un conjunto de procedimientos y comunicaciones, acorde a esos fines y, que debe resistir a la prueba del tiempo y el espacio (Weingarten y Ghersi, 2000).

3.1.1. La demanda turística

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan y, si se quiere, profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

La demanda total de un país o región se obtiene sumando las demandas correspondientes a cada uno de los centros turísticos que se encuentran en ellas.

Cooper *et al.* (1993) ofrece una primera categorización, habla de una *demanda efectiva*, compuesta por el número actual de personas que participan en la actividad turística, siendo el grupo más fácilmente medible y el que se refleja en las estadísticas mundiales; una *demanda no efectiva*, aquel sector de la población que no viaja por algún motivo y la *no demanda*, aquellas personas que simplemente no desean viajar.

Dentro de la demanda efectiva, la OMT (1994) distingue entre el concepto de *viajero* (cualquier persona que viaja entre dos o más países, o entre dos o más localidades en un país de residencia habitual), y el de *visitante* (todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo).

Los visitantes pueden clasificarse en:

- a. *Visitantes internacionales*: Personas que viajan por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tienen su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. Incluyen a los turistas que permanecen una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado; y los excursionistas, que son visitantes del día que no pernoctan. La OMT incluye a los pasajeros en crucero, los propietarios o pasajeros de yates y a los alojados en un tren.
- b. *Visitantes internos*: Residen en un país y viajan, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto al del entorno habitual. También incluyen a los turistas y excursionistas.

La clasificación de los visitantes puede realizarse, asimismo, según el motivo que origine el viaje: ocio o recreo, visitas a familiares y amigos, negocios, salud, religión, estudio, y otros.

3.1.2. La oferta turística

Es la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado por un período dado. Pero para que un servicio turístico se convierta en oferta turística es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia; de lo

contrario, ese producto no cumple con el requisito de “haber entrado en el mercado por un período determinado”

Cooper *et al.* (1993) distingue cuatro grandes grupos en el lado de la oferta turística:

- a. Las atracciones
- b. Los accesos
- c. Las comodidades y entretenimientos
- d. Los servicios auxiliares

Basándose en el espacio geográfico y en el gasto turístico, se establecen diversas categorías de oferta turística, según se realice en el mercado de origen (intermediarios), en route (transporte), ya en el destino (alojamiento, restauración, animación, ocio, compras y otros), o de nuevo de vuelta a casa (revelado de fotografías, por ejemplo).

La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico.

3.1.3. El proceso de venta y el producto turístico

El encuentro de la oferta con la demanda se realiza a través del proceso de compra-venta. Implica que la oferta turística alcanzará efectivamente un mercado, siempre que el precio de sus productos sea competitivo, porque de lo contrario la demanda elegirá otro destino más económico, y si no lo encuentra dejará de viajar.

El producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. Los servicios, efectivamente integran el producto turístico, pero no son los únicos ni los más importantes componentes, porque en realidad los servicios son un medio más que un fin: el fin es la práctica de actividades turísticas (Boullón, 1986).

3.1.4. Espacio geográfico

La experiencia turística tiene lugar en un espacio geográfico y temporal determinado. El espacio turístico, es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda (Acerenza, 1998) . El mismo cuenta con los siguientes componentes:

- a. Zona Turística: Es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país. Debe contar con un número mínimo de diez atractivos turísticos suficientemente próximos, sin importar a qué tipo pertenecen o de qué categoría son. Debe contar en su territorio con equipamientos, servicios turísticos y dos o más centros turísticos y estar además provista de una infraestructura de transportes y comunicaciones, que relacione a los principales elementos que la integran entre sí y con otras zonas y elementos del espacio turístico.
- b. Área Turística: Debe estar dotada de atractivos turísticos contiguos, necesitando de infraestructura de transportes y comunicación que relacionen entre sí todos los elementos turísticos que la integran. Requiere la presencia mínima de un centro turístico. Tampoco puede contar con menos de diez atractivos.
- c. Centro Turístico: Cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia (flexible) con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. El límite de dos horas es aproximado y sirve de ayuda práctica para estimar la magnitud del territorio turístico que se puede abarcar desde un centro determinado. Puede ser de cada uno de los siguientes tipos diferentes: de distribución, de estadía, de escala o de excursión.
- d. Complejo Turístico: Es una derivación de los centros turísticos de distribución que alcanzan un orden superior. Requiere la presencia mínima de un centro turístico de distribución.
- e. Unidad Turística: Concentración menor de equipamiento que se produce para explotar intensivamente uno o varios atractivos situados uno junto al otro o, lo que es más exacto, uno dentro del otro. Tiene el aspecto de una pequeña aldea y casi no cuenta con población permanente porque la mayor parte de los que ahí trabajan habitan en poblaciones cercanas.

- f. Núcleo Turístico: Agrupación menor a diez atractivos turísticos de cualquier jerarquía y categoría, que está aislada en el territorio y tiene un funcionamiento turístico rudimentario o carece por completo de él, debido a su grado de incomunicación.
- g. Conjunto Turístico: Es la vía de conexión entre las zonas, áreas, complejos, centros, conjuntos, atractivos, puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funciona como elemento estructurador del espacio turístico. Según sus funciones puede ser:
 - Corredor turístico de traslado: Constituye la red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios.
 - Corredor turístico de estadia: Combinación de un centro con un corredor turístico. En este caso, el atractivo determina la estructura física del corredor.

El destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico, la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas (Cooper *et al.*, 1993). Para Bull (1994) el destino turístico es el país, región o ciudad, hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo.

3.1.5. La planta turística y los atractivos turísticos

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que se denomina planta turística, que está integrado por dos elementos:

- a. El equipamiento
- b. Las instalaciones

El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.

Bajo las instalaciones deben anotarse todas las construcciones especiales, cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. Son obras imprescindibles para que una actividad pueda realizarse.

Para poder operar, la planta turística requiere de materia prima, que en el turismo es aportada por los atractivos, sin los cuales un país o una región no podrían emprender el desarrollo.

3.1.6. La infraestructura y superestructura

Para que el sistema turístico pueda funcionar necesita que a los atractivos y a la planta turística se agregue la infraestructura, que es la dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.

Además, el sistema requiere el auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que se llama superestructura. Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

En cuanto al área de responsabilidad organizacional, la superestructura está compuesta por dos tipos distintos de agrupaciones:

- a. Las dependencias de la administración pública.
- b. Las organizaciones privadas.

En casi todos los casos sus funciones específicas son: la promoción turística en el extranjero, el control de calidad de los servicios, la fijación y el control de precios, la planificación del desarrollo, la promoción de inversiones de la actividad privada, la promoción del turismo interno, entre otros. Pero una de las actividades principales de la superestructura es intervenir en el proceso de venta del producto turístico.

3.1.7. El patrimonio turístico

El patrimonio turístico de un país se determina a partir de la integración de cuatro componentes:

- a. Atractivos turísticos.
- b. Planta turística.
- c. Infraestructura.
- d. Superestructura turística.

La carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afecta al resto. Si, al actuar independientemente sobre alguno de sus componentes, se olvida la interrelación entre las partes y los efectos y condicionamientos recíprocos, puede que el sistema turístico no reaccione como se esperaba.

El sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento. La figura 1 representa las relaciones esenciales dentro del mismo.

4. HACIA UN TURISMO DIFERENTE

En los últimos años se han producido cambios profundos en ciertos segmentos de la demanda turística, que se pueden sintetizar en una mayor exigencia de calidad ambiental, la elección de nuevos destinos alejados de los circuitos turísticos tradicionales y la búsqueda de experiencias individualizadas.

Estos cambios de la demanda, han provocado la proliferación de términos que hacen referencia a un turismo verde, diferente, más ecológico, conservacionista, de interior, etc., que a continuación se irán definiendo tal como proponen Crosby y Moreda.

4.1. El turismo alternativo, puerta de entrada al turismo sostenible

Desde los años ochenta se ha registrado un creciente interés en formas de turismo alternativas.

Entre los factores responsables del éxito de este nuevo tipo de turismo está una mayor conciencia de los impactos ambientales del turismo, una creciente demanda de nuevas experiencias turísticas por parte de los turistas, un mayor énfasis en la integración de políticas de protección ambiental y desarrollo económico, y una industria turística preocupada por las futuras tendencias en el mercado turístico (Holloway, 1998).

Frente al modelo tradicional en el que existe el riesgo a que se pierda el atractivo original por la masificación de la oferta, el turismo alternativo pretende ser una forma menos agresiva con el medio ambiente e invertir mayores esfuerzos en preservar los valores naturales y culturales de los destinos turísticos. Generalmente se desarrolla en entornos poco alterados y ofrece una oferta diversificada de naturaleza, aventura, tradición y cultura (Alonso y Múgica, 1998).

El término alternativo implica un matiz de sustitución del turismo masivo de sol y playa por el turismo hacia áreas naturales y rurales, englobando diferentes modalidades complementarias de turismo.

En la tabla 1 se resumen las principales diferencias entre el turismo alternativo y el turismo de masas convencional.

Tabla 1: Características del turismo de masas y del turismo alternativo

	Turismo de masas	Turismo alternativo
Estrategias de desarrollo	Gran escala Alteración del paisaje Sobresaturación de la capacidad de carga Estacionalidad	Pequeña escala Poca alteración del paisaje Respeto de la capacidad de carga Estacionalidad no tan marcada
Oferta turística	Inversores y/o operadores extranjeros Oferta estandarizada y homogénea Empresas grandes Empleados sin formación	Inversores y/o operadores locales Oferta especializada Empresas pequeñas y medianas Empleados con formación
Demanda turística	Turistas pasivos Grupos grandes Programa organizado Falta de interés en el entorno y la cultura locales Contacto con el entorno artificial	Turistas activos Grupos reducidos y viajeros individuales Programa personalizado Interés en el entorno y la cultura locales Contacto con el entorno natural y la población local

Fuente: Fuliana y Ayuso, 2002

El turismo en áreas rurales y naturales ha sido el vehículo que ha introducido, en la jerga de la planificación turística, términos como el de desarrollo sostenible, debido a su

necesidad ineludible de armonizar en su proceso de planificación los ámbitos sociocultural, económico y medioambiental del destino en cuestión.

El concepto de desarrollo sostenible hace referencia directa a un desarrollo que evite la degradación y agotamiento de los recursos que hacen que dicho desarrollo sea posible. Sostiene la necesidad de conservar los recursos para que las futuras generaciones puedan utilizarlos y disfrutarlos como lo hacen las presentes (OMT, 1993).

El turismo alternativo es una modalidad que generalmente se diseña intentando asegurar su permanencia a largo plazo, integrando a la comunidad local en el proyecto turístico y buscando la rentabilidad a través de la gestión de la capacidad y optimización de los recursos, en contraposición con el turismo convencional, cuyas premisas de funcionamiento son completamente distintas.

Las contribuciones del turismo hacia la sostenibilidad incluyen:

- a. El soporte financiero y político en la conservación de la biodiversidad y las áreas protegidas.
- b. El aumento de la capacidad de las comunidades locales de contribuir en el proceso de desarrollo turístico.
- c. La transferencia, distribución y aplicación optimizadas de tecnologías ambientalmente correctas en ecosistemas sensibles ecológicamente.
- d. La educación ambiental de visitantes y residentes al mismo nivel.

5. DESARROLLO Y TURISMO SOSTENIBLE

Etimológicamente, “sostenibilidad” proviene del latín *sustenerere*, “sostener, sustentar, soportar, tolerar, mantener”.

Sostenibilidad no es lo mismo que inmovilidad. Aunque a veces se la define como el mantenimiento de un sistema en un valor fijo, ello no es científicamente correcto. En efecto, hasta los sistemas vírgenes están en permanente variación, lo que involucra la renovación y destrucción de sus componentes, adaptándose a los cambios de sus ambientes y coevolucionando junto con ellos. Numerosos casos relacionados con pesquerías, gestión de bosques y flora y fauna silvestre, así como otras formas de ordenación de los recursos ecológicos, demuestran que los intentos de “congelar” las

variables del sistema para lograr un “desempeño óptimo” a menudo han conducido a una pérdida de la resiliencia del sistema e incluso a su colapso (Holling, 1973, 1986).

En consecuencia, el concepto de desarrollo sostenible no puede significar simplemente la perpetuación de la situación existente. La pregunta central es qué es lo que ha de sostenerse, y qué es lo que hay que cambiar. Para avanzar hacia el desarrollo sostenible, según Gallopín y Christianson (2000), se necesita:

- Eliminar las rigideces y obstáculos acumulados;
- Identificar y proteger la base de conocimientos y experiencia acumulados que son importantes como los cimientos para avanzar;
- Sostener las bases sociales y naturales de adaptación y renovación, e identificar y acrecentar la capacidad necesaria de renovación que se ha perdido;
- Estimular la innovación, experimentación y creatividad social.

La definición citada con mayor frecuencia del desarrollo sostenible, es la que propone el *Informe Brundtland* de las Naciones Unidas:

“El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, 1987: 27).

Este concepto se consolida institucionalmente en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo que tuvo lugar en Río de Janeiro (Brasil) en junio de 1992. En la llamada Cumbre de la Tierra, 182 Estados adoptaron el programa de acción *Agenda 21* que identifica los principales problemas ambientales y propone una estrategia de transición hacia modelos de desarrollo aptos para preservar los recursos del planeta a las puertas de un nuevo siglo, el siglo XXI.

El concepto esconde gran controversia. La definición del *Informe Brundtland* contiene dos factores elementales: las necesidades humanas y las limitaciones del ecosistema global.

El concepto de Desarrollo Sostenible es muy distinto del de sostenibilidad, en el sentido de que la palabra “desarrollo” apunta claramente a la idea de cambio, de cambio gradual y direccional. El desarrollo no significa necesariamente crecimiento cuantitativo, ya que

se asemeja más bien al concepto de despliegue de cualitativo de potencialidades de complejidad creciente.

El Desarrollo Sostenible no puede existir como un estado de equilibrio estático que puede regularse con referencia a límites constantes y a un concepto simple del equilibrio entre las varias dimensiones (Brooks, 1992). La innovación tecnológica permanente y las modificaciones que experimenta la organización social, hacen que el desarrollo sostenible sea un proceso dinámico. El ritmo del cambio es un factor importante para la determinación del desarrollo sostenible (Froger y Zyla, 1998). Parte importante del proceso de posibilitar el desarrollo sostenible es aprender a conocer la forma en que las tasas de cambio influyen en el comportamiento de los sistemas sociales, ecológicos y económicos.

El Desarrollo Sostenible es considerado equivalente al crecimiento económico sostenido, sin necesidad de conservar los recursos. Ésta es precisamente la actitud que ha predominado: el desarrollo de turismo de masas desde los años cincuenta, este modelo extensivo y depredador de los recursos naturales que forman el atractivo turístico que ha puesto en peligro la propia existencia de la actividad turística.

Desde la perspectiva del turismo, la visión más pragmática es intentar compatibilizar la conservación de los recursos naturales y el crecimiento económico.

Para lograr el Desarrollo Sostenible es muy importante comprender las vinculaciones entre los aspectos social, ecológico y económico de nuestro mundo. Ello obedece a que, en general, el comportamiento de un sistema está determinado tanto por las vinculaciones causales entre sus variable como por las variaciones entre los valores de las variables mismas. Para comprender estas vinculaciones, conviene usar un enfoque sistémico en la observación de los fenómenos de nuestro mundo. Uno de los rasgos fundamentales del enfoque de sistemas es el reconocimiento de que los resultados no son precisamente predecibles, puesto que nuestras actividades pueden “forzar” al sistema a adoptar una forma de comportamiento totalmente nueva (que podría incluir el colapso), nunca antes vista (Holling, 1973, 1986; Gunderson y otros, 1995. IGBP 2001) Se suelen distinguir tres dimensiones del desarrollo sostenible:

- a. La *sostenibilidad ambiental* que debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y de los recursos.

- b. La *sostenibilidad social y cultural* que debe garantizar que el desarrollo sostenible aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas, y mantenga y refuerce la identidad de la comunidad.
- c. La *sostenibilidad económica* que debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes del destino o región turística y que los recursos sean gestionados localmente de manera que se conserven para las generaciones futuras.

Las dos primeras dimensiones se ajustan al enfoque clave del turismo sostenible que se pretende considerar como lineamiento esencial para su regulación.

Aquí, lo que se sostiene, o debe hacerse sostenible, es el proceso de mejoramiento de la condición humano (o mejor, del sistema socioecológico en el que participan los seres humanos), proceso que no necesariamente requiere del crecimiento indefinido del consumo de energía y materiales.

Se vive en una época de enormes transformaciones demográficas, tecnológicas y económicas. En un intento por asegurar que los cambios que afectan a la humanidad sean para mejor, la comunidad mundial ha iniciado el proceso de redefinición del progreso. Este intento de redefinir el progreso es lo que se conoce como desarrollo sostenible.

5.1. El turismo en el marco sostenible

La OMT define al turismo sostenible de la siguiente forma:

“El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida.” (OMT, 2001).

El concepto del turismo sostenible debería entenderse más bien como un paradigma adaptable a las circunstancias específicas de cada lugar. Siempre se tendrán que considerar los factores económicos, socioculturales y ambientales, pero las decisiones

tomadas en el día a día darán prioridades diferentes en cada destino turístico particular (Turner, 1991).

En la puesta en práctica del modelo del turismo sostenible, tiene una gran relevancia el concepto de capacidad de carga.

El turismo funciona a modo de ciclos. En el ciclo de ida de un destino turístico, Butler (1980), distingue diferentes etapas: exploración, implicación de las autoridades locales, desarrollo, consolidación y estancamiento.

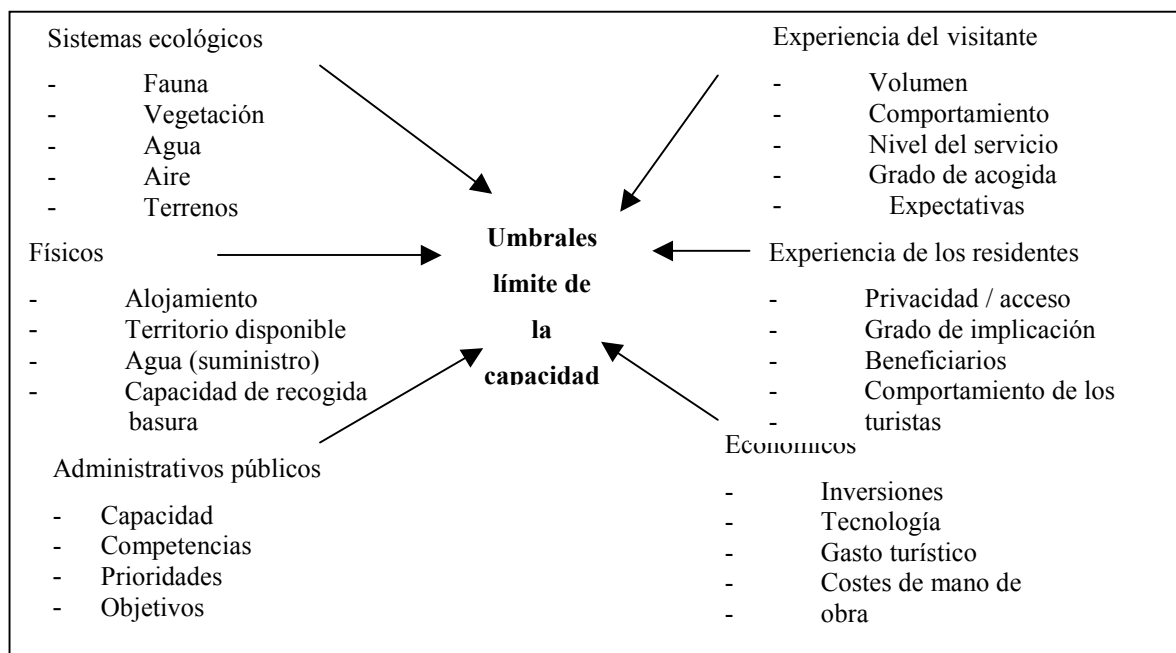
La etapa de estancamiento puede dar lugar a rejuvenecimiento, crecimiento reducido, estabilización, declive o declive inmediato del destino turístico. Este modelo es útil ya que demuestra que los destinos tienen un límite en el volumen e intensidad de desarrollo turístico por encima del cual se vuelve insostenible y decae.

Fuliana y Ayuso (2002) definen a la llamada capacidad de carga de un destino turístico como:

“...el máximo uso que se puede obtener de él sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área...” (Fuliana y Ayuso, 2002: 31).

En la figura 2 se reflejan algunos de los factores que limitan la capacidad de carga de un destino turístico.

Figura 2: Factores que limitan la capacidad de carga de un destino turístico



Fuente: Tomada de Williams y Gill, citada en OMT, 1998

La conservación de la naturaleza y de sus recursos es indispensable para el porvenir humano. Para que un desarrollo pueda ser sostenible, deberá tener en cuenta, además de los factores económicos, los de índole social y ecológica; deberá valorar la base de recursos vivos e inanimados (UICN, 1980).

Cualquier proceso de desarrollo económico y social que pretenda ser sostenible tendrá que basarse en la debida sostenibilidad de los sistemas ecológicos sobre los que descansan la producción económica y la actividad social; sostenibilidad ambiental para soportar la sostenibilidad económica y social, e incluso política e institucional de la comunidad. (Herrero, 2000).

Debido a la complejidad del sistema turístico influyen en la evolución del destino turístico tanto las características del lugar como las características de los propios turistas o la tipología de la oferta turística que une a los turistas con el medio receptor. En consecuencia existen varias definiciones de capacidad de carga, que se pueden clasificar básicamente en cuatro tipos según O'Reilly:

- **Capacidad de carga física.** Límites, bien con relación al sistema productivo de suministrar servicios turísticos, o bien con relación a la capacidad de un área de absorber turistas. Es el máximo de números de personas que pueden usar un área sin que dé lugar a una alteración inaceptable del entorno físico.
- **Capacidad de carga psicológica o de percepción.** Límites en relación con la satisfacción del visitante. Es el máximo número de personas que puedan usar un área sin que dé lugar a una alteración inaceptable en la experiencia de los visitantes.
- **Capacidad de carga social.** Límites basados en la tolerancia de los habitantes respecto a los visitantes. Es el nivel de la actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local.
- **Capacidad de carga económica.** Límites basados en el equilibrio entre los beneficios económicos y los impactos negativos que genera la actividad turística sobre las economías locales. Es la capacidad de absorber las funciones turísticas sin desplazar actividades económicas locales y deseables.

Por lo tanto, coexisten varias definiciones del concepto de capacidad de carga que están interrelacionadas. La aplicación de la capacidad de carga como herramienta de planificación para las políticas de turismo sigue siendo muy limitada, debido

principalmente a las dificultades de cuantificar los límites del desarrollo turístico (Fuliana y Ayuso, 2002: 33).

6. SEGURIDAD AL TURISTA

Se entiende por Seguridad Turística a la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras (Fundación Turismo para Todos, 2004).

La Seguridad al Turista está íntimamente relacionada con el desarrollo de turismo sostenible. El turismo y el turismo sostenible no pueden desarrollarse en un ambiente hostil o no seguro para el turista.

Surge la necesidad no sólo de conocer los problemas cruciales que a tales efectos tiene el país, sino la interiorización de los mismos por los ejecutores de los Programas y Planes de Acción en la Industria Turística, a fin de reducir riesgos y poder unificar acciones de parte de los gobiernos, sector privado, sociedad civil, que conlleve a un incremento de los niveles de competitividad en la actividad.

Después de los acontecimientos del 11 de Septiembre de 2001 se desarrolló una Conferencia en apoyo al análisis de los problemas centrales de la Seguridad al Turista en la cual se vio la necesidad de la implementación de una política que permita no solo el establecimiento de redes locales, sino también regionales para la Seguridad al Turista. El Comité Especial de Turismo Sustentable busca asegurar que los destinos sean capaces de atraer visitantes y, al mismo tiempo, que ello se logre sin dañar el medioambiente físico o las comunidades que lo rodean.

6.1. Consejo Intersectorial de Seguridad Turística

Toda persona tiene derecho a disfrutar del turismo como una expresión del crecimiento sostenido de su tiempo libre, descanso y esparcimiento. Las autoridades han de fortalecer y facilitar el cumplimiento de este derecho, así como su observancia en la formulación, ejecución, evaluación y vigilancia de los planes, programas y acciones públicas en relación a esta temática.

Mediante el decreto 593/98 se creó el Consejo Intersectorial de Seguridad Turística, en el ámbito de la Secretaría de Turismo, a los efectos de asegurar la protección de la integridad física, salud, bienes, derechos y garantías de los turistas.

Se entiende plausible la vigencia del mencionado decreto por cuanto:

- a. El mismo estable que la República Argentina mantiene un puesto de relevancia en el orden internacional del turismo que debe ser defendido y mejorado en todos los ambientes proclives al avance de factores de inseguridad, riesgos de drogadicción, delincuencia, insalubridad y peligros sobre las personas, bienes e interés turísticos nacionales.
- b. Tiene por objeto:
 - I. Elaborar las políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, que propendan a la protección en todo el territorio nacional de la integridad física, salud, bienes, derechos y garantías de los turistas extranjeros y nacionales, y al resguardo del patrimonio natural y cultural y de los establecimientos, vías y medios de servicios al turista.
 - II. Elaborar planes de desarrollo de las políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, en coordinación, cooperación y ejecución integrada con las provincias, municipios y Ciudad Autónoma de Buenos Aires, compatibilizados con el Sistema de Seguridad Interior.
 - III. Proponer normas y recomendar acciones a los órganos y autoridades oficiales competentes y a las entidades representativas del sector privado, "tendientes al pleno desarrollo y ejecución de las políticas y planes de seguridad en el turismo.
 - IV. Proponer campañas de esclarecimiento, prevención y recomendaciones al público en general y a sectores que puedan contribuir a establecer condiciones de seguridad para el desenvolvimiento turístico, las que serán realizadas a través de la Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia de la Nación o según corresponda a competencias y acciones específicas, a través de los organismos públicos que tengan intervención o injerencia en la materia.

c. El presente consejo invita a los Gobiernos Provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a instituir o signar en sus respectivos órdenes locales, órganos o funciones que atiendan especialmente la materia relativa a la seguridad en el turismo, en concurrencia y coordinación con el Consejo Intersectorial de Seguridad Turística que se crea por el presente decreto.

PARTE III

7. ANTECEDENTES HISTORICOS Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN EL MARCO DE LA LEGISLACIÓN

Tal como hace referencia Fernández Fuster (1980) en su libro “Teorías y Técnicas del Turismo”, la tendencia a la huida se puede seguir a través de la historia de los pueblos a los cuales el viaje se les presenta como una aventura.

Es en los siglos XIX y XX cuando el turismo residencial o de estancia se ha desarrollado según varias directrices.

El movimiento hacia la naturaleza ha tenido lugar en el último tercio del siglo XIX en Centroeuropa, y se trataba de grupos o secciones nacionales, que llevaban su actividad al camping, al ciclismo, al alpinismo, a los deportes de invierno, al naturismo y a la fotografía. Se aprovechaba el entusiasmo juvenil para construir refugios de montaña, arreglar senderos, señalar caminos y establecer miradores.

Todos estos adelantos han incidido fuertemente en la ampliación del mercado turístico mundial.

A partir de los años cincuenta y sesenta, las preocupaciones ambientales se fueron intensificando. Se afianzaban más los grupos organizados que pedían más respeto por el entorno. Se pretendía asegurar que los beneficios obtenidos por la sociedad estuvieran suficientemente por encima de los costes, pero raramente en aquellos años los análisis incluían los costes (y beneficios) ambientales.

El incremento del tiempo libre a consecuencia de los avances de la industria, en los transportes y las comunicaciones en general, así como la necesidad de planificar este tiempo para atender al descanso, a la recreación, al mejoramiento y conservación de la salud, con los cambios de lugar, y el interés por ampliar la personalidad a través del enriquecimiento de la cultura, han sido los factores que han incidido para que la actividad turística haya seguido hacia adelante y se vislumbre para ello un futuro promisorio y con menores riesgos en materia de inversión y desarrollo que otros sectores de la economía, que ya han demostrado su inestabilidad en el mercado internacional (Cárdenas 1999).

Actualmente, el turista es cada vez más exigente en cuanto a la calidad ambiental del destino turístico visitado. A su vez, una parte importante de la población piensa que los activos naturales tienen que preservarse. Este conjunto de factores ha llevado a algunas zonas turísticas a iniciar un declive económico y a replantearse el modelo de desarrollo.

7.1. Antecedentes turísticos en legislación nacional

En Argentina, para 1953, se propuso el turismo en el segundo plan quinquenal el cual facilitaba a los argentinos el acceso a todas las zonas de turismo del país como así también facilitaba y propiciaba la llegada de extranjeros. La legislación nacional del turismo se ordenaba y actualizaba en una Ley de Turismo. Su fin principal consistía en promover, facilitar, organizar y coordinar, en todo el territorio de la Nación, la actividad turística según las bases generales que señalaban los objetivos de ese plan.

El 30 de Septiembre de 1958 se sancionó la ley 14.574 la cual, mediante sus disposiciones, regularía a la Dirección Nacional de Turismo creada por los decretos leyes 6325, 8014 de fecha 11 de abril de 1956 y 16 de junio de 1957, respectivamente. Establecía la organización, atribuciones y deberes a este organismo, al que a su vez, le acordaba el carácter de ente autárquico.

La ley 17.618 sancionada el 23 de Enero de 1968, ha derogado diversos artículos de la precitada ley y ha transferido a la entonces Dirección Nacional de Turismo de la Secretaría de difusión y Turismo de la Presidencia de la Nación, las funciones, facultades y atribuciones que la ley 14.574 le confería al Presidente y Directorio del organismo que la misma había creado. Así también lo ha hecho la ley 23.522 sancionada el 17 de Julio de 1987.

Para 1986, se sancionó el decreto 739, el cual rectificaba lo visto en la ley 23.317 y los decretos 15 y 136 del 10 de Diciembre de 1983 y sus modificatorios centrándose en un nuevo apartado que incorporaba a las: Secretaría de Turismo, Subsecretaría de Turismo Social, Subsecretaría de Servicios y Negociaciones Turísticas y Subsecretaría de Promoción y Desarrollo Turístico; anexando la misión de cada uno de los apartados, centralizando las acciones necesarias para alcanzar el cumplimiento de las políticas definidas por el Poder Ejecutivo en materia de turismo.

Al aprobarse la estructura orgánica de la precitada Secretaría por el decreto 663/87, con fundamento en las leyes 17.614 y 17.881, se estableció que la misma sería el organismo de aplicación de las leyes 18.828 (reglamenta la actividad hotelera en zonas turísticas), y 18.829 (agentes de viajes), atribuyéndosele, así mismo, las facultades emergentes de la ley 14.574 y sus respectivos decretos reglamentarios.

Una vez sancionada la ley 18.829/70, se vio necesario adaptar la reglamentación de la misma en la modalidad operativa de las agencias de viajes a las características

particulares del mercado turístico nacional e internacional; por ende, se reelaboró el decreto 2.254/70 en el 2.182/72.

Tres años más tarde surgió la resolución 223/75, la cual impulsaba el desarrollo técnico profesional de la actividad turística para lograr la adecuación de las normas vigentes y el eficaz funcionamiento del Registro de Agentes de Viajes.

En 1978, con la resolución 001/78, se reglamentaron las exigencias básicas de la documentación contractual con los prestatarios, del organismo de aplicación (Dirección Nacional de Turismo). En la resolución 444/78, se ha resuelto que las normas existentes sobre toda documentación considerada necesaria para la inscripción de los solicitantes en el Registro de Agentes de Viajes, convenía actualizarlas e introducir otras que hicieran a la agilización del trámite respectivo.

Ese mismo año se dictó la resolución 135/87 la cual hacía referencia al turismo estudiantil, tema de especial consideración y preocupación para las autoridades la Secretaría Nacional de Turismo.

La resolución 159/89 fue sancionada con el objetivo de ajustar aún más lo resuelto en la resolución precedente, al considerarse al turismo estudiantil como un sistema permanente. Así, mediante el mismo, se otorgó a las agencias que trabajaban con este tipo de turismo, una serie de obligaciones a cumplir.

En 1991, visto el decreto 1364/90, se estimó necesario, mediante la resolución 444/91, dictar las normas operativas previstas en la señalada norma conforme la delegación de facultades efectuadas por el artículo 5 de la misma. Ya en 1992, y con la resolución 763 se resolvió que el otorgamiento de licencia para actuar como agentes de viajes, correspondería a profesionales en la materia, tanto a nivel terciario como universitario, inscriptos en el Registro de Idóneos en Turismo habilitado por la misma.

Se consideró necesario establecer un convenio entre la actividad oficial y la actividad privada en materia turística tendiente a ordenar y proveer a un buen funcionamiento de las agencias de viajes reguladas por la ley 18.829 y el decreto 2182/72 y proteger al turista a través de un desenvolvimiento de alta responsabilidad, honestidad e idoneidad técnica y operativa que aseguren una eficiente prestación de los servicios; por ello, y mediante la resolución 27/93 se estableció el Convenio de Cooperación entre la Secretaría de Turismo y la Asociación Argentina de Agentes de Viajes y Turismo (A.A.A.V. y T.) relativo al Registro de Idóneos en Turismo (resolución Sec. Tur. 763/92).

El decreto 1141/94 detalla y caracteriza a las actividades turísticas como así también a los establecimientos turísticos.

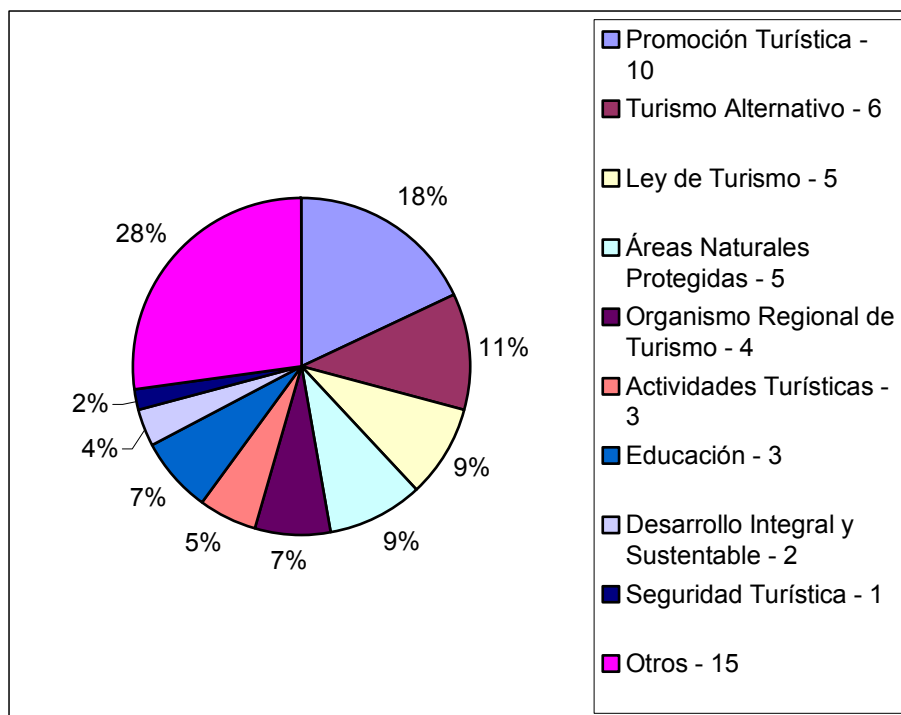
7.2. Leyes provinciales turísticas vigentes

Para el presente proyecto se utilizaron diferentes técnicas de recolección de datos, haciendo mayor hincapié en la literatura con enfoques turísticos o que abordasen la temática de la seguridad o sostenibilidad; así como también leyes, decretos y resoluciones turísticas, tanto a nivel provincial como nacional e internacional.

El tema a desarrollar en el presente proyecto, se abordó bajo dos características específicas que son la Seguridad Turística y el Turismo Sostenible. Entonces, a medida que se vaya elaborando, se han de mantener, latentes y siempre presentes, éstas problemáticas (con lo que cada una de ellas representa), para así no obviarlas en ningún caso y, por el contrario, hacerlas útiles a la hora de desarrollar cada paso que conlleve la realización del proyecto.

Dentro de las veintitrés provincias con las que cuenta nuestro país, más la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se ha realizado un relevamiento de leyes turísticas (ver anexo), para así poder obtener la situación legal actual del país en el ámbito turístico. Los resultados se presentan en el gráfico 1 que se desarrolla a continuación, donde se detallan cada una de las leyes, con los aspectos en común más destacados de cada caso. Las provincias faltantes en dicho gráfico (Buenos Aires, Entre Ríos, Mendoza y Santa Fe) no presentan, en ningún caso, una ley de turismo a escala provincial que resulte trascendente para el presente relevamiento.

Gráfico 1: Leyes turísticas provinciales argentinas



Fuente: Elaboración propia tomada de las leyes provinciales turísticas vigentes en el país, extraídas del programa informático Lexis Nexis (2004).

El presente gráfico detalla, del total de leyes evaluadas (cincuenta y cinco), la cantidad de ellas en las que su tema de regulación se centra en determinadas cuestiones que atañan al ámbito turístico y que hacen, en sí, al turismo como aspecto determinante para cada provincia.

Así, como se puede observar, se llega a la conclusión de que las temáticas son muy variadas pero que un 18% del total de las leyes se concentran en la promoción turística, dejando un 4% referentes al Turismo sostenible y un 2% a las de seguridad turística. Esto demuestra que la legislación, para estos dos aspectos principalmente, es muy escasa a nivel provincial también, y a su vez, confirma que es realmente importante enfocar el proyecto nacional en ambos sentidos, puesto que su regulación está en falta en todo el país, constituyendo dos aspectos sobresalientes para el desarrollo turístico de Argentina en la actualidad.

Un aspecto positivo, que puede vincularse con el turismo sostenible, es el alto porcentaje que representan las leyes que se centran en el turismo alternativo (11%), al que Oxinalde (1994), define de la siguiente manera:

“... turismo alternativo, blando o de bajo impacto, que nace como definición por enfrentamiento con el turismo de masas convencional, duro y de medio-alto impacto ambiental.” (Ecoturismo, nuevas formas de turismo en el espacio rural: 26)

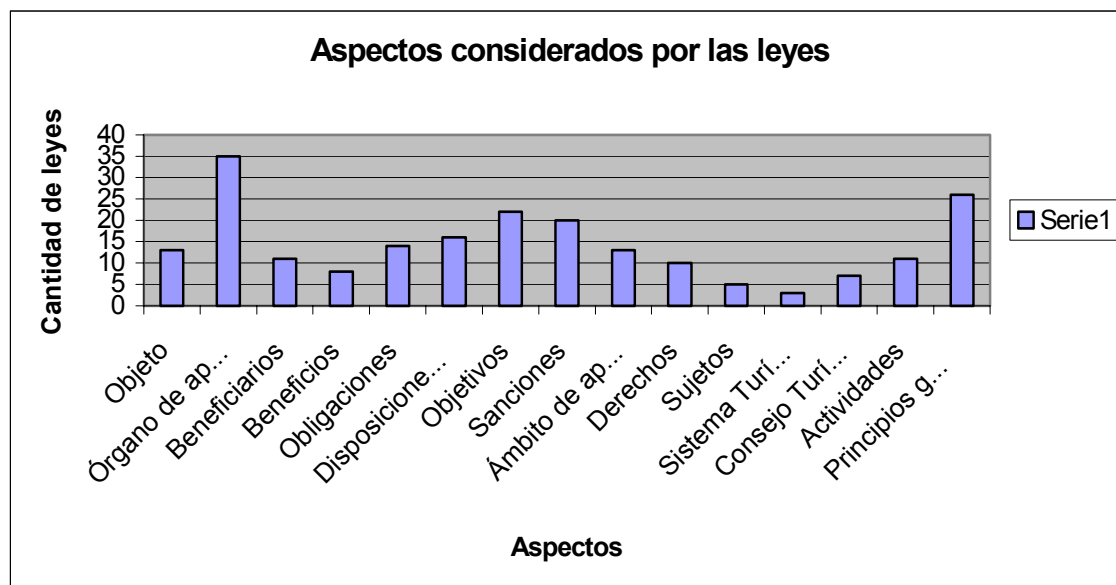
Esas leyes llevan poco tiempo de vigencia, lo que afirma que es una problemática muy reciente pero de un elevado interés tanto para la demanda como para la oferta.

En el gráfico 2, se pueden observar las diversas partes que componen el desarrollo de las respectivas leyes, destacándose en la mayoría, el órgano de aplicación y ejecución de dichas leyes, como así también los principios generales que son de relevancia para cada caso en particular.

Esto permite tener un panorama general de cómo se llevan a cabo las leyes en el ámbito turístico, qué pasos se demuestran como obligatorios, cuáles optativos, para qué casos algunos criterios son mayormente imprescindibles, entre otros. Realizado este relevamiento, se pueden determinar pautas generales y esenciales a la hora de comenzar con el desarrollo de principales lineamientos para una futura regulación turística, como así también resaltar aquellos aspectos que se consideren necesarios para el mismo y que se vean ausentes en las leyes anteriormente analizadas.

Los criterios tomados en cuenta para llevar a cabo dicha gráfica, no son los únicos, pero sí los más destacados en la mayoría de los casos. Cabe considerar que algunas de las leyes presentan otros aspectos no nombrados en el gráfico 2, pero que se observaron como específicos del tema en cuestión que circunda a la misma y que, por ende, no son representativos a la hora de realizar un relevamiento general de este tipo de datos.

Gráfico 2: Aspectos evaluados de cada ley provincial turística



Fuente: Elaboración propia tomada de las leyes provinciales turísticas vigentes en el país, extraídas del programa informático Lexis Nexis (2004).

7.3. La actual Ley Nacional de Turismo

Fue en Mayo de 2004 cuando se decidió llevar a cabo como tema de tesis, el presente proyecto de ley nacional de turismo; durante todo este período hasta Enero de 2005, se ha desarrollado paralelamente otro proyecto de ley de turismo, enfocado principalmente en los aspectos económicos de la actividad, y el 07 de Enero de 2005 ha sido finalmente publicado. Pero ambos proyectos difieren en muchos aspectos. La ley 25.997 declara a la actividad como "estratégica" para el desarrollo socioeconómico del país. Reconoce al turismo receptivo como actividad exportadora no tradicional, y a la "pata" privada como una "aliada estratégica del Estado".

Entre los objetivos aparecen los de fomentar, promocionar y regular la actividad turística, privilegiando el desarrollo sustentable y la optimización de la calidad, y estableciendo los mecanismos de participación y consenso de los sectores público y privado. Incluye también aspectos vinculados a la protección de los derechos del turista: se establecen diversos mecanismos de prevención y solución de conflictos.

A través de la misma se formará un "Comité Interministerial de Facilitación Turística", tendiente a canalizar y vincular todas las acciones oficiales ligadas directa o indirectamente a la industria de los viajes. Y se insta a optimizar la calidad de los

destinos y productos, asegurando las condiciones para atraer "inversiones de capitales nacionales y extranjeros".

Como autoridad de aplicación, la Secretaría de Turismo de la Nación deberá intervenir, planificar y ejecutar el plan de obras públicas turísticas. Y se revaloriza al Consejo Federal, que pasará a tener carácter consultivo y participará activamente de la elaboración de políticas a nivel nacional.

Desde el gobierno buscan impulsar una política federal de turismo para hacer de la Argentina un país turísticamente competitivo.

Pero tal como lo detalla Arturo García Rosa, Consultor en hotelería y turismo, Presidente de HVS Argentina, en el artículo que presentó en el periódico turístico "El Mensajero" – "La nueva ley y las prácticas de siempre" (lunes 20 de Septiembre de 2004): "A los funcionarios les cabe facilitar la realización del plan estratégico que hasta ahora sigue sin encararse, a menos que se piense que la acumulación de una serie de ideas y el desarrollo de un montón de acciones, pueda poner a uno en presencia de aquél; les cabe la responsabilidad de acordar con el sector privado los apoyos que debe dar para realizar las acciones promocionales necesarias. No sólo participando en las remandas acciones de siempre, sino enfocando la estrategia a donde los que lideran este negocio ya hace tiempo lo vienen haciendo, sin que uno pareciera haberse dado por enterado; y les cabe la responsabilidad de rendir cuentas por la medición del impacto de las acciones donde se invirtieron los dineros públicos, los cuales circunstancialmente administra el responsable de turno para el desarrollo de quienes han estado, están y estarán siempre en esta industria, los millares de emprendedores que hacen realidad la oferta que consumen los turistas".

La Ley Nacional de Turismo concita opiniones cada vez más encontradas, y surgen las observaciones, como lo es la escasa participación del sector privado en el ente de promoción turística. Varias entidades privadas mantienen sus reparos y se quejan de que no fueron tenidas en cuenta.

El "mero trámite" que todos esperaban se ha convertido, por momentos, en una caótica maraña de objeciones, disidencias y observaciones a la hora de discutir artículo por artículo.

"La norma es moderna, ágil, consensuada, abarcativa, federal y necesaria, pero consideramos que es perfectibles, debería ser más abierta, dejar facultades al organismo de aplicación, que podría regular con disposiciones internas, lo que a su vez permitirá más agilidad y una mayor participación del

sector privado” (Domingo Castracane, El Mensajero, “Ley Nacional de Turismo, al final, salió con fórceps”, Octubre 2004:4)

7.3.1. Ley Nacional de Turismo N° 25.997

Objeto y Principios. Conformación del Sector. Comité Interministerial de Facilitación Turística. Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación. Consejo Federal de Turismo. Instituto Nacional de Promoción Turística. Régimen financiero. Fondo Nacional de Turismo. Incentivos de fomento turístico. Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Protección al turista. Turismo social. Infracciones y sanciones. Disposiciones complementarias.

Sancionada: Diciembre 16 de 2004

Promulgada: Enero 5 de 2005

Publicada en el Boletín Oficial: Enero 7 de 2005

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

LEY NACIONAL DE TURISMO

TITULO I

Objeto y Principios

ARTICULO 1° — Declárase de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado.

El turismo receptivo es una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica del Estado. Son actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo las que figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo.

Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

ARTICULO 2° — Principios. Son principios rectores de la presente ley los siguientes:
Facilitación. Posibilitar la coordinación e integración normativa a través de la cooperación de los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, persiguiendo el desarrollo armónico de las políticas turísticas de la Nación.

Desarrollo social, económico y cultural. El turismo es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Desarrollo sustentable. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Calidad. Es prioridad optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.

Competitividad. Asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de un producto turístico competitivo y de inversiones de capitales nacionales y extranjeros.

Accesibilidad. Propender a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades.

TITULO II

Conformación del sector

CAPITULO I

Comité Interministerial de Facilitación Turística

ARTICULO 3° — Créase el Comité Interministerial de Facilitación Turística para coordinar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de las distintas entidades públicas de nivel nacional con competencias relacionadas y/o afines al turismo en beneficio del desarrollo sustentable del país y su competitividad.

ARTICULO 4° — Objeto. El Comité Interministerial de Facilitación Turística deberá conocer, atender, coordinar y resolver los asuntos administrativos que surjan en el marco de la actividad turística, a fin de coadyuvar con la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación en el ejercicio de sus deberes y facultades.

ARTICULO 5° — Composición. El Comité Interministerial de Facilitación Turística será presidido por el titular de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación y estará integrado por los funcionarios que designen los titulares de las entidades de la administración pública nacional que oportunamente establezca la reglamentación de la presente ley, los cuales no podrán tener rango inferior a subsecretario.

CAPITULO II

Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación

ARTICULO 6° — Autoridad de aplicación. La Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación o el organismo que en el futuro la reemplace, será la autoridad de aplicación de la presente norma, así como de sus disposiciones reglamentarias y complementarias.

ARTICULO 7° — Deberes. Son deberes de la autoridad de aplicación los siguientes:

- a) Fijar las políticas nacionales de la actividad turística con el fin de planificar, programar, promover, capacitar, preservar, proteger, generar inversión y fomentar el desarrollo en el marco de un plan federal estratégico a presentarse dentro de los doce (12) meses siguientes a la promulgación de la presente ley;
- b) Proponer las reglamentaciones relacionadas con las actividades turísticas, los productos turísticos y los servicios a su cargo, las que serán consultadas al Consejo Federal de Turismo y a la Cámara Argentina de Turismo;
- c) Coordinar, incentivar e impulsar las acciones para la promoción turística de nuestro país tanto a nivel interno como en el exterior;
- d) Controlar el cumplimiento de la reglamentación y de las normas complementarias que oportunamente se dicten;
- e) Gestionar la revisión de las disposiciones o conductas que impidan o dificulten el desarrollo del turismo;
- f) Elaborar el plan de inversiones y obras públicas turísticas;
- g) Fijar las tarifas y precios de los servicios que preste en todo lo referido al turismo social y recreativo en las unidades turísticas a su cargo; así como de los objetos que venda, para el cumplimiento de sus actividades conexas;

- h) Favorecer el intercambio turístico, la promoción y la difusión mediante acuerdos y/o convenios multilaterales con otros países u organismos, a los fines de incrementar e incentivar el turismo hacia nuestro país y/o la región;
- i) Fiscalizar y auditar los emprendimientos subvencionados por la Nación, así como los fondos invertidos, que cuenten con atractivos y/o productos turísticos;
- j) Propiciar la investigación, formación y capacitación técnica y profesional de la actividad;
- k) Promover una conciencia turística en la población;
- l) Preparar anualmente su plan de trabajos, el presupuesto general de gastos, y el cálculo de los recursos propios previstos en la presente ley;
- m) Administrar el Fondo Nacional de Turismo.

ARTICULO 8º — Facultades. La autoridad de aplicación tiene, sin perjuicio de las no enunciadas y que le fueran inherentes para posibilitar el mejor alcance de sus finalidades, las siguientes facultades:

- a) Acordar las regiones, zonas, corredores, circuitos y productos turísticos con las provincias, municipios intervinientes y/o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- b) Disponer la realización de emprendimientos de interés turístico, prestando apoyo económico para la ejecución de obras de carácter público, equipamiento e infraestructura turística, en consenso con la provincia, municipio interviniente y/o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- c) Realizar y/o administrar por sí o por concesionarios, infraestructura turística y/u otra tipología de equipamiento y/o de servicio con propósito de fomento;
- d) Gestionar y/o conceder créditos para la construcción, ampliación o refacción de las tipologías expuestas en el inciso c) del presente artículo y para el pago de deudas provenientes de esos conceptos en las condiciones que se establezcan, previo consenso con las provincias, los municipios intervinientes y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en su caso;
- e) Promover acciones tendientes a instaurar incentivos que favorezcan la radicación de capitales en la República Argentina;
- f) Celebrar convenios con instituciones o empresas públicas o privadas nacionales o extranjeras para toda acción conducente al cumplimiento de los alcances y objetivos de la presente ley, incluyendo la instalación de oficinas de promoción en el exterior;
- g) Diseñar, promover y desarrollar un sistema especial de créditos a fin de contribuir al desarrollo del turismo en el país;
- h) Promover, coordinar, asistir e informar a instituciones educativas donde se impartan enseñanzas para la formación de profesionales y de personal idóneo en las actividades relacionadas con el turismo;
- i) Organizar y participar en congresos, conferencias, u otros eventos similares con las provincias, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, organizaciones empresariales, instituciones académicas representativas del sector y/u organismos extranjeros;
- j) Subvencionar a las entidades oficiales de turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y provinciales, que adhieran mediante convenios celebrados con los respectivos gobiernos a lo dispuesto en el inciso b) del presente artículo;
- k) Disponer en la forma que estime conveniente, y a los efectos de la promoción turística, la ejecución, distribución y exhibición de todo material de difusión que decida realizar;
- l) Convenir y realizar con toda área de gobierno centralizada y descentralizada acuerdos relacionados con el mejor cumplimiento de la presente ley;
- m) Disponer de las sumas necesarias para la organización de congresos y la atención de visitas de personalidades extranjeras vinculadas al turismo;

- n) Realizar e implementar estrategias de capacitación, información, concientización, promoción y prevención con miras a difundir la actividad turística;
- o) La organización, programación, colaboración y contribución económica para la participación del país en ferias, exposiciones, congresos o eventos similares de carácter turístico;
- p) Fomentar la inclusión en los programas de estudio en todos los niveles de la enseñanza pública y privada de contenidos transversales de formación turística.

CAPITULO III

Consejo Federal de Turismo

ARTICULO 9º — Concepto. Créase el Consejo Federal de Turismo, el que tendrá carácter consultivo, a cuyo efecto, la autoridad de aplicación de la presente ley podrá convocarlo cuando lo considere necesario.

ARTICULO 10. — Objeto. Corresponde al Consejo Federal de Turismo examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal.

ARTICULO 11. — Composición. El Consejo Federal de Turismo estará integrado por UN (1) representante de la autoridad de aplicación, por los funcionarios titulares de los organismos oficiales de turismo de cada provincia y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o quien ellos designen.

ARTICULO 12. — Atribuciones. Son atribuciones del Consejo Federal de Turismo, sin perjuicio de las no enunciadas y que le fueran inherentes para posibilitar el mejor alcance de sus finalidades:

- a) Dictar su reglamento interno;
- b) Convocar a entidades públicas y privadas a la asamblea, como miembros no permanentes con voz pero sin voto;
- c) Participar en la elaboración de políticas y planes para el desarrollo del turismo que elabore la autoridad de aplicación;
- d) Proponer la creación de zonas, corredores y circuitos turísticos en las provincias con acuerdo de los municipios involucrados donde puedan desarrollarse políticas comunes de integración, promoción y desarrollo de la actividad;
- e) Fomentar en las provincias y municipios con atractivos turísticos, el desarrollo de políticas de planeamiento estratégico compartidas entre el sector público y el privado;
- f) Asesorar en cuestiones referentes a la organización, coordinación, promoción, y reglamentación de las actividades turísticas, tanto públicas como privadas;
- g) Promover el desarrollo turístico sustentable de las diferentes regiones, provincias, municipios y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

CAPITULO IV

Instituto Nacional de Promoción Turística

ARTICULO 13. — Créase el Instituto Nacional de Promoción Turística como ente de derecho público no estatal en el ámbito de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

ARTICULO 14. — Objeto. Corresponde al Instituto Nacional de Promoción Turística desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y de los productos directamente relacionados con él, así como de la imagen turística del país en el exterior.

ARTICULO 15. — Composición. El Instituto será presidido por el titular de la autoridad de aplicación y tendrá un directorio compuesto por los representantes que se detallan a continuación o sus alternos, debiendo el presidente y el directorio desempeñar sus funciones ad honorem:

- a) CINCO (5) vocales designados por la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación;
- b) TRES (3) vocales designados por la Cámara Argentina de Turismo (CAT);
- c) TRES (3) vocales designados por el Consejo Federal de Turismo.

En caso de empate el presidente contará con doble voto.

ARTICULO 16. — Duración del mandato. Los miembros del directorio durarán DOS (2) años en sus funciones y sus mandatos podrán continuar, aun vencidos, hasta tanto sean designados sus reemplazantes o hasta que cesen en su representación o en el mandato que les dio origen, no pudiendo extenderse esta prórroga por un período mayor a SEIS (6) meses. La designación y remoción de los mismos se regirá por el reglamento interno del Instituto.

ARTICULO 17. — Recursos. El Instituto Nacional de Promoción Turística cuenta con los siguientes recursos:

- a) Los aportes que se reciban de la Nación;
- b) El CUARENTA POR CIENTO (40%) del producido del impuesto establecido en el inciso b) del artículo 24. El Poder Ejecutivo Nacional podrá incrementar dicho porcentaje en hasta un DIEZ POR CIENTO (10%);
- c) Los fondos que se perciban en calidad de subsidios, legados, cesiones, herencias o donaciones;
- d) Los aportes del sector privado;
- e) Los ingresos derivados de la realización de conferencias, seminarios, cursos y publicaciones del Instituto, rentas; usufructos e intereses de sus bienes;
- f) Los ingresos provenientes de impuestos nacionales que pudieran crearse con el fin específico para el cumplimiento de los objetivos del Instituto;
- g) Los ingresos provenientes de toda otra fuente acorde al carácter legal y a los objetivos del Instituto.

ARTICULO 18. — Presupuesto. Anualmente, el Instituto Nacional de Promoción Turística elaborará el presupuesto general del organismo, que incluirá la totalidad de los recursos y erogaciones previstas, y se conformará por una asignación operativa y otra de funcionamiento, el que integrará el Presupuesto de la Administración Nacional.

ARTICULO 19. — Limitación. Los fondos asignados a gastos de administración no podrán superar el CINCO POR CIENTO (5%) de los gastos totales del Instituto.

ARTICULO 20. — Aprobación. El proyecto de presupuesto mencionado en los artículos precedentes será oportunamente remitido al Poder Ejecutivo nacional.

ARTICULO 21. — Remanente presupuestario. En caso que existiera remanente presupuestario no utilizado luego de cerrado el ejercicio anual, el mismo integrará automáticamente el presupuesto del año siguiente. Este excedente será considerado intangible para todo fin no relacionado con los objetivos del Instituto Nacional de Promoción Turística.

ARTICULO 22. — Atribuciones. El Instituto Nacional de Promoción Turística tiene las siguientes atribuciones, sin perjuicio de las no enunciadas y que le fueran inherentes para posibilitar el mejor alcance de su objetivo:

- a) Elaborar su reglamento interno;
- b) Diseñar los planes, programas y prioridades en materia de promoción turística y ejecutar la estrategia de promoción y mercadeo internacional para fortalecer y sostener la imagen de la "Argentina" como marca y como destino turístico;
- c) Administrar los fondos para la promoción y el correcto funcionamiento del Instituto y buscar formas para percibir ingresos adicionales;
- d) Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos;

- e) Organizar y participar en ferias, conferencias, exposiciones y otros eventos promocionales prioritariamente en el extranjero;
- f) Coordinar misiones de promoción turística comerciales y periodísticas;
- g) Editar, producir y desarrollar toda acción, material publicitario y promocional necesario para el cumplimiento de sus objetivos;
- h) Brindar asesoramiento a sus integrantes sobre oportunidades y características de los mercados extranjeros.

ARTICULO 23. — Asignación. Los recursos que conformen el patrimonio del Instituto Nacional de Promoción Turística deben ser íntegramente destinados a sus objetivos.

TITULO III

Régimen financiero

CAPITULO I

Fondo Nacional de Turismo

ARTICULO 24. — Constitución. El Fondo Nacional de Turismo se constituye con los siguientes recursos:

- a) Las sumas que se le asignen en el Presupuesto de la Administración Nacional;
- b) El producto del CINCO POR CIENTO (5%) del precio de los pasajes aéreos y marítimos al exterior; y los fluviales al exterior, conforme lo determine la reglamentación, vendidos o emitidos en el país y los vendidos o emitidos en el exterior para residentes argentinos en viajes que se inicien en el territorio nacional;
- c) Las donaciones y legados al Estado nacional con fines turísticos, excepto cuando el donante exprese su voluntad de que los bienes pasen a una jurisdicción específica;
- d) El aporte que hicieren los gobiernos provinciales, municipales, reparticiones del Estado y comisiones de fomento;
- e) Los intereses, recargos, multas y toda otra sanción pecuniaria derivada del incumplimiento de lo dispuesto en la presente ley y demás leyes nacionales que regulen actividad turística;
- f) Los aranceles que en cada caso se establezcan con relación a las habilitaciones para la prestación de servicios turísticos;
- g) La negociación de títulos que emita el Poder Ejecutivo nacional para el fomento del turismo;
- h) El importe de la venta de publicaciones y otros elementos publicitarios que produzca o comercialice el organismo de aplicación de la presente ley;
- i) El producto de la venta, arrendamiento y concesión de los bienes de la autoridad de aplicación y los administrados por ésta cuando correspondiere;
- j) Los tributos nacionales y aportes que por las leyes especiales se destinen para el fomento, promoción y apoyo de la infraestructura, el equipamiento y los servicios turísticos;
- k) Los fondos provenientes de servicios prestados a terceros y de las concesiones que se otorgaren;
- l) Las recaudaciones que por cualquier otro concepto obtenga la autoridad de aplicación.
- m) El presente fondo se constituye por el plazo de diez (10) años, a partir de la promulgación de la presente ley.

ARTICULO 25. — Agentes de percepción. El impuesto previsto en el inciso b) del artículo precedente será percibido por las compañías transportadoras o empresas charteadoras, en carácter de agente de percepción, al efectuar el cobro de los pasajes, o en su caso, previamente al embarque del pasajero siempre y cuando la autoridad de aplicación no establezca otro procedimiento más conveniente.

ARTICULO 26. — Excepciones. Se exceptúa del pago del impuesto previsto en el artículo 24, inciso b), de la presente ley a los pasajes emitidos para personal en misión oficial o diplomática, tanto nacional como extranjero y personal de organismos internacionales, así como para sus familiares y agentes de la legación.

ARTICULO 27. — Reciprocidad. La excepción dispuesta en el artículo precedente sólo se acuerda a personal extranjero, sus familiares y agentes de la legación cuando en los respectivos países se otorgue igual tratamiento al personal argentino, sus familiares y agentes de la legación.

ARTICULO 28. — Sanciones. Será reprimido con las sanciones previstas en el artículo 48 y concordantes de la ley 11.683 (t.o. 1998), en cada una de las situaciones previstas en dicha norma legal, aquel responsable que no depositare el impuesto dispuesto en el inciso b), del artículo 24, de la presente ley dentro del plazo correspondiente.

ARTICULO 29. — Destino del fondo. Los recursos provenientes del Fondo Nacional de Turismo son administrados exclusivamente por la autoridad de aplicación para el cumplimiento de sus objetivos.

ARTICULO 30. — Franquicias. Los materiales y elementos destinados al cumplimiento de las funciones de la autoridad de aplicación gozan de franquicia aduanera.

CAPITULO II

Incentivos de fomento turístico

ARTICULO 31. — Objeto. La autoridad de aplicación de la presente ley con los demás organismos del Estado que correspondiera, podrá otorgar beneficios y estímulos para la realización de programas y proyectos de interés turístico determinando en cada caso las obligaciones y compromisos que deberán aceptar los beneficiarios, así como las sanciones ante supuestos de incumplimiento y/o inobservancia.

ARTICULO 32. — Iniciativas prioritarias. A los fines de la presente ley se consideran prioritarias la creación genuina de empleo y aquellas iniciativas que tiendan al cumplimiento de algunos de los siguientes objetivos:

- a) La utilización de materias primas y/o insumos nacionales;
- b) El incremento de la demanda turística;
- c) El desarrollo equilibrado de la oferta turística nacional;
- d) El fomento de la sustentabilidad;
- e) La investigación y especialización en áreas relacionadas al turismo;
- f) Toda otra que, a juicio de la autoridad de aplicación, tienda al cumplimiento de las finalidades de la presente ley.

ARTICULO 33. — Instrumentos. El Estado proveerá al fomento, desarrollo, investigación, promoción, difusión, preservación y control en la parte de su competencia, de la actividad turística en todo el territorio de la República Argentina, otorgando beneficios impositivos, tributarios y crediticios similares a los de la actividad industrial.

Invítase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adoptar medidas similares a las dispuestas en el párrafo anterior en el ámbito de sus respectivas jurisdicciones y competencias.

CAPITULO III

Programa Nacional de Inversiones Turísticas

ARTICULO 34. — Concepto. Créase el Programa Nacional de Inversiones Turísticas en el que se incluyen las inversiones de interés turístico, a ser financiadas por el Estado nacional.

ARTICULO 35. — Asignación presupuestaria. En la ley de Presupuesto de la Administración Nacional, se incluirán anualmente las previsiones de gastos suficientes

para financiar las inversiones anuales y se distribuirán los créditos en las jurisdicciones, subjurisdicciones y programas, con competencia en cada caso.

ARTICULO 36. — Procedimiento. Las provincias deben remitir a la autoridad de aplicación los proyectos por ellas propuestos para la realización de inversiones generales de interés turístico. La autoridad de aplicación se expedirá respecto de la conveniencia y viabilidad de los mismos conforme a la ley 24.354 —Sistema Nacional de Inversión Pública—, sus normas modificatorias y complementarias. Los proyectos seleccionados integrarán el Programa Nacional de Inversiones Turísticas, el cual será remitido al Consejo Federal de Turismo, previo a su elevación.

TITULO IV

Protección al turista

ARTICULO 37. — Procedimientos. La autoridad de aplicación debe instrumentar normativas de procedimientos eficaces tendientes a la protección de los derechos del turista y a la prevención y solución de conflictos en los ámbitos mencionados. La autoridad de aplicación podrá establecer convenios de cooperación, delegación y fiscalización con otros órganos oficiales federales o locales y con entidades privadas.

TITULO V

Turismo social

ARTICULO 38. — Concepto. El turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

ARTICULO 39. — Plan de Turismo Social. La autoridad de aplicación tiene a su cargo elaborar el Plan de Turismo Social y promover la prestación de servicios accesibles a la población privilegiando a los sectores vulnerables, mediante la operación de las unidades turísticas de su dependencia y ejerciendo el control de gestión y calidad de los servicios.

ARTICULO 40. — Acuerdos. La autoridad de aplicación podrá suscribir acuerdos con prestadores de servicios turísticos, organizaciones sociales y empresas privadas a fin de analizar, evaluar y determinar precios y condiciones especiales para dar cumplimiento a los objetivos del presente título.

TITULO VI

Infracciones y sanciones

ARTICULO 41. — Infracciones y sanciones. En el ejercicio de sus funciones de contralor, la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación podrá aplicar por infracción y/o inobservancia a la presente ley y a los reglamentos que se dicten en consecuencia, multas de hasta pesos CIEN MIL (\$ 100.000).

ARTICULO 42. — Suspensión. La aplicación de las multas lo será sin perjuicio de la suspensión, revocación o caducidad de las autorizaciones administrativas otorgadas.

ARTICULO 43. — Procedimiento. Las sanciones se aplicarán mediante el procedimiento que se establezca en la reglamentación de la presente ley, sin perjuicio de la aplicación supletoria de las disposiciones de la Ley Nacional de Procedimientos Administrativos 19.549.

TITULO VII

Disposiciones complementarias

ARTICULO 44. — Areas protegidas nacionales. La Administración de Parques Nacionales dependerá como organismo descentralizado de la Secretaría de Turismo de la Nación o del organismo que la reemplace, sin perjuicio que la actividad turística que se desarrolle en las áreas protegidas de dicha administración, se realice conforme a lo establecido en la ley 22.351 o la que la sustituya.

ARTICULO 45. — Reglamentación. La presente ley debe ser reglamentada dentro de los CIENTO OCHENTA (180) días de su promulgación.

ARTICULO 46. — Derogación. Deróganse las Leyes 14.574 y 25.198, sus reglamentaciones y toda otra norma que se oponga a la presente ley.

ARTICULO 47. — Facúltase al Jefe de Gabinete de Ministros a efectuar las modificaciones presupuestarias pertinentes a los efectos de poner en ejecución las disposiciones de la presente ley.

ARTICULO 48. — Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS DIECISEIS DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO DOS MIL CUATRO.

—REGISTRADA BAJO EL N° 25.997—

EDUARDO O. CAMAÑO. — MARCELO A. GUINLE. — Eduardo D. Rollano. — Juan H. Estrada.

ANEXO I

ACTIVIDADES COMPRENDIDAS CONFORME LA CLASIFICACION INTERNACIONAL UNIFORME DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS DE LA ORGANIZACION MUNDIAL DE TURISMO

1. Actividades directamente vinculadas con el turismo.

1.1. Servicios de alojamiento.

1.1.1. Servicios de alojamiento en camping y/o refugios de montaña.

1.1.2. Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías, cabañas bungalow, aparts y residenciales similares, excepto por hora, que incluyen restaurante.

1.1.3. Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías, cabañas bungalow, aparts y residenciales similares, excepto por hora, que no incluyen restaurante.

1.1.4. Servicios de hospedaje en estancias y albergues juveniles.

1.1.5. Servicios en apartamentos de tiempo compartido.

1.2. Agencias de viajes.

1.2.1. Servicios de empresas de viajes y turismo.

1.2.2. Servicios de agencias de turismo y agencias de pasajes.

1.3 Transporte

1.3.1 Servicios de transporte aerocomercial.

1.3.2 Servicio de alquiler de aeronaves con fines turísticos.

1.3.3 Servicios de excursiones en trenes especiales con fines turísticos.

1.3.4 Servicios de excursiones fluviales con fines turísticos.

1.3.5 Servicios de excursiones marítimas con fines turísticos.

1.3.6 Servicios de transporte automotor de pasajeros para el turismo.

1.3.7 Servicios de alquiler de equipos de transporte terrestre sin operación ni tripulación.

1.4. Servicios profesionales de licenciados en turismo, técnicos en turismo y guías de turismo.

1.5. Otros servicios.

1.5.1. Servicios de centros de esquí.

- 1.5.2. Servicios de centros de pesca deportiva.
 - 1.5.3. Servicios de centros de turismo salud, turismo termal y/o similares.
 - 1.5.4. Servicios de centros de turismo aventura, ecoturismo o similares.
 - 1.5.5. Servicios de otros centros de actividades vinculadas con el turismo.
 - 1.5.6. Alquiler de bicicletas, motocicletas, equipos de esquí u otros artículos relacionados con el turismo.
 - 1.5.7. Servicios de jardines botánicos, zoológicos y de parques nacionales.
 - 1.5.8. Servicios de parques de diversiones, parques temáticos, entretenimientos, esparcimiento y ocio.
 - 1.5.9. Servicio de explotación de playas y parques recreativos.
 - 1.5.10. Servicios de museos y preservación de lugares y edificios históricos.
 - 1.6. Servicios vinculados a la organización de ferias, congresos, convenciones y/o exposiciones.
 - 1.6.1. Servicio de alquiler y explotación de inmuebles para ferias, congresos y/o convenciones.
 - 1.6.2. Servicios empresariales vinculados con la organización de ferias, congresos y/o convenciones.
 - 1.6.3. Servicios de alquiler de equipamiento para la realización de ferias, congresos y/o convenciones.
 - 2. Actividades indirectamente vinculadas con el turismo.
 - 2.1. Gastronomía.
 - 2.1.1. Servicios de cafés, bares y confiterías.
 - 2.1.2. Servicios de restaurantes y cantinas.
 - 2.1.3. Servicios de salones de baile y discotecas.
 - 2.1.4. Servicios de restaurante y cantina con espectáculo.
 - 2.2. Otros servicios.
 - 2.2.1. Venta al por menor de artículos regionales de talabartería de cuero, plata, alpaca y similares.
 - 2.2.2. Venta al por menor de artículos y artesanías regionales.
 - 2.2.3. Venta de antigüedades.
- El presente anexo podrá ser modificado por la autoridad de aplicación.

8. LINEAMIENTOS TURÍSTICOS PRIMORDIALES PARA SU REGULACION

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º: La presente Ley es de interés nacional y observancia general para toda la República Argentina.

Artículo 2º: La misma tiene por objeto regular la orientación, facilitación, fomento, control y coordinación de las actividades turísticas consideradas un factor de Desarrollo del Turismo Sostenible, de la Seguridad Turística y de la economía.

Artículo 3º: A los fines de la presente Ley, se entiende por turismo al conjunto de las actividades, espacios, bienes y servicios originados por el desplazamiento temporal, voluntario y sin fines de lucro, de personas fuera del lugar de residencia habitual, invirtiendo recursos no provenientes del lugar visitado por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

Artículo 4º: Esta Ley tiene los siguientes fines:

- I. Lograr la sostenibilidad del desarrollo integral del turismo en todo el territorio del país y facilitar su integración ambiental regional, como reserva de la biosfera.
- II. Conservar, proteger y desarrollar el patrimonio turístico natural, histórico y cultural, incrementando la preservación natural, paisajística y arquitectónica.
- III. Promover y fomentar el aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos en beneficio de los ciudadanos que concurren en las actividades y prestación de servicios turísticos, así como en la inversión turística.
- IV. Regular las zonas de desarrollo turístico prioritario y las zonas saturadas.
- V. Propiciar la conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento sostenible del patrimonio histórico.
- VI. Poner en ejecución programas nacionales que estén destinados a contrarrestar los problemas derivados del turismo masivo, tales como la contaminación del medio ambiente.
- VII. Dirigir los actos destinados a la conservación, defensa, mejoramiento y fomento de aquellos lugares del territorio nacional que, por su valor histórico o belleza

escénica, tengan significancia turística y recreativa, optimizando la calidad de los servicios turísticos

- VIII. Elaborar políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, que propendan a la protección de la integridad física, salud, bienes, derechos y garantías del turista receptivo internacional interno, y al resguardo del patrimonio natural y cultural, y de los establecimientos, vías y medios de servicios al turista.
- IX. Elaborar planes de desarrollo de las políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, en coordinación, cooperación y ejecución integrada con las provincias y la ciudad autónoma de Buenos Aires.
- X. Proponer normas y recomendar acciones a los órganos y autoridades oficiales competentes y a las entidades representativas del sector privado, tendientes al pleno desarrollo y ejecución de las políticas y planes de seguridad en el turismo.
- XI. Sugerir campañas de esclarecimiento, prevención y recomendaciones al público en general y a sectores que puedan contribuir a establecer condiciones de seguridad para el desenvolvimiento turístico.

Artículo 5º: Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

- I. **Actividad turística:** La destinada a proporcionar a los turistas servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, recepción, emisión, comercialización, información y asistencia, así como cualquier otro servicio directamente relacionado con el turismo y que la autoridad de aplicación de la presente determine como tal, además de las actuaciones públicas en materia de planificación, fomento, desarrollo y promoción del turismo.
- II. **Desarrollo de la actividad turística:** Aquél que satisface las necesidades actuales y futuras de los turistas, comunidades anfitrionas y prestadores de servicios turísticos, tendiente al mejoramiento de las condiciones económicas de los dos últimos y comprometido a un manejo integral y planificado de los elementos económicos, sociales y estéticos con los elementos esenciales de respeto a la integridad cultural, la protección al ambiente y los recursos naturales, la preservación de los ecosistemas y la biodiversidad.
- III. **Turista:** Persona que durante su tiempo libre utiliza alguno de los servicios turísticos a que se refiere ésta Ley o disfruta del patrimonio turístico.

- IV. **Prestador de servicios turísticos:** La persona física o moral que permanente o eventualmente proporciona, sirve de intermediario o contrata con el turista la prestación de los servicios establecidos en el Artículo 10° de la presente Ley y que cuenta con los permisos, autorizaciones, licencias y acreditación que la legislación, los reglamentos y las normas oficiales en vigor le imponen para operar.
- V. **Promoción turística:** La planificación y programación de la publicidad y difusión, por cualquier medio, de la información especializada, actividades, destinos, atractivos y servicios que la República Argentina ofrece en materia de turismo.
- VI. **Sistema turístico:** Trama de relaciones que ponen de manifiesto el funcionamiento del turismo.
- VII. **Demanda turística:** Formada por el conjunto de consumidores – o posibles consumidores – de bienes y servicios turísticos.
- VIII. **Oferta turística:** Cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado por un período dado.
- IX. **Proceso de venta:** El encuentro de la oferta con la demanda.
- X. **Producto turístico:** Aquel formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta.
- XI. **Espacio geográfico:** Lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda.
- XII. **Planta turística:** Subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas, integrado por dos elementos:
- a. El equipamiento
 - b. Las instalaciones
- XIII. **Atractivos turísticos:** Materia prima del turismo; sin ellos un país o una región no podrían emprender el desarrollo.
- XIV. **Infraestructura:** Dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.
- XV. **Superestructura:** Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

- XVI. **Agroturismo:** Segmento del turismo en áreas rurales, asociado a la prestación de alojamiento y/o restauración en granjas preferiblemente activas, en las que puede hacerse partícipe al turista en las diferentes actividades agropecuarias.
- XVII. **Ecoturismo:** Modalidad de turismo en la que el paisaje es la principal variable como punto de confluencia entre los factores ambientales y los antrópicos, y cuyo objetivo es la integración del visitante en el medio humano y natural. La población local suele tomar parte en la recepción de los turistas. Se prioriza la preservación del espacio natural en el que se desarrolla la actividad turística; por tanto, su diseño contempla la conservación frente a cualquier otra consideración.
- XVIII. **Turismo cultural:** Actividad turística que se basa en la utilización de los recursos culturales de un territorio, orientándose hacia la preservación y fomento de los mismos.
- XIX. **Turismo de aventura:** Forma de turismo que utiliza el entorno rural o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes. Su objetivo es lograr transmitir estas sensaciones, necesitando, en consecuencia, espacios poco explotados turísticamente.
- XX. **Turismo deportivo:** Modalidad en la que la práctica de cualquier actividad deportiva constituye la esencia: vela, windsurf, piragüismo, tiro con arco, parapente, esquí, etc.
- XXI. **Turismo alternativo:** Segmento dentro del sector turístico que engloba diferentes modalidades complementarias de turismo, pretendiendo tomar una forma menos agresiva con el medio ambiente e invertir mayores esfuerzos en preservar los valores naturales y culturales de los destinos turísticos.
- XXII. **Turismo sostenible:** Desarrollo que satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida.
- XXIII. **Estudio de capacidad de carga:** El estudio presentado ante la Secretaría de Ambiente, que señale el nivel de aprovechamiento turístico en términos de número de personas que una zona puede soportar, asegurando su máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los elementos y recursos naturales y

culturales. Supone la existencia de límites de uso, determinada por indicadores ambientales, sociales y de gestión, que define la autoridad ambiental.

XXIV. **Seguridad turística:** Política que permite no sólo el establecimiento de redes locales, sino también regionales, para la Seguridad del Turista.

XXV. **Profesional en turismo:** Persona con título profesional habilitante en Turismo, otorgado por organismo o entidad reconocida a nivel provincial y/o nacional, que se desempeña en función de tal.

XXVI. **Conservación:** La sabia administración y uso de los ambientes silvestres, recursos naturales y fuentes productivas, sobre bases científicas y técnicas dirigidas a lograr su estabilidad, permanencia, productividad y rendimiento sostenido, a través de su estricta protección, manejo preservacionista y diversas modalidades de aprovechamiento.

XXVII. **Categoría de manejo:** Nombre genérico que se asigna a las áreas protegidas para clasificarlas según el tipo de gestión, manejo o administración que vayan a recibir.

XXVIII. **Patrimonio turístico:** Conjunto de bienes que generan el interés del mercado turístico por sus características y valores naturales, históricos, culturales, estéticos o simbólicos, que se deben incorporar en el mismo al disponer de la infraestructura necesaria para el adecuado desarrollo de la actividad turística, y que por lo mismo requieran ser preservados, conservados y protegidos para el disfrute de la presente y futuras generaciones y determinado como tal por la autoridad de aplicación de la presente Ley.

Artículo 6º: Se declaran de utilidad pública y de interés general y, en consecuencia, sometidas a las disposiciones de esta Ley, las actividades dirigidas a la orientación, fomento, coordinación, protección y control del turismo, así como los actos tendientes a la conservación, defensa, mejoramiento, fomento y construcción en aquellos lugares del territorio nacional que, por su belleza escénica o valor histórico, tengan significación turística y recreativa. La determinación al efecto la tomará el Ejecutivo Nacional.

Artículo 7º: Toda persona tiene derecho a disfrutar del turismo como una expresión del crecimiento sostenido de su tiempo libre, descanso y esparcimiento. Las autoridades fortalecerán y facilitarán el cumplimiento de este derecho, así como su observancia en la

formulación, ejecución, evaluación y vigilancia de los planes, programas y acciones públicas en las materias de la presente Ley.

Artículo 8º: Constituyen derechos de los turistas:

- I. No ser discriminados en la ejecución de las actividades turísticas y disfrutar de libre acceso y goce a todo el patrimonio turístico, así como su permanencia en las instalaciones de dichos servicios sin más limitaciones que las derivadas de los reglamentos específicos de cada actividad.
- II. Obtener por cualquier medio información previa, veraz, completa y objetiva sobre los diversos segmentos de la actividad turística y, en su caso, el precio de los mismos.
- III. Recibir servicios turísticos de calidad y de acuerdo a las condiciones contratadas, así como obtener los documentos que acrediten los términos de contratación, facturas o justificaciones de pago.
- IV. Formular quejas, denuncias y reclamaciones.
- V. Los demás derechos reconocidos por las disposiciones federales aplicables en materia de protección al consumidor.

Artículo 9º: Se consideran obligaciones de los turistas:

- I. Observar las normas de higiene y convivencia social para la adecuada utilización de los servicios y el patrimonio turísticos.
- II. Abstenerse de cometer cualquier acto contrario a lo establecido en las leyes y reglamentos, así como propiciar conductas que puedan ser ofensivas o discriminatorias contra cualquier persona o comunidades.
- III. Respetar los reglamentos de uso o régimen interior de los servicios turísticos.
- IV. Efectuar el pago de los servicios prestados en el momento de la presentación de la factura o, en todo caso, en el tiempo y lugar convenido, sin que el hecho de presentar una reclamación o queja exima del citado pago.
- V. Respetar el entorno natural y cultural de los sitios en los que realicen turismo.

Artículo 10º: Serán considerados como servicios turísticos los prestados a través de los siguientes establecimientos:

- I. Hoteles, moteles, albergues, hostales y demás establecimientos de hospedaje y operación hotelera, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas.
- II. Las agencias, subagencias y operadores de viajes y turismo, cuyas negociaciones, de manera principal o complementaria ofrezcan servicios turísticos receptivos o emisores.
- III. Guías de turistas.
- IV. Las arrendadoras de automóviles, embarcaciones y demás bienes muebles y equipos destinados a actividades turísticas.
- V. Restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos y similares, ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes a que se refiere la fracción I de este Artículo, museos, así como en sitios de interés, zonas y corredores turísticos que determine la Secretaría en coordinación con las delegaciones.
- VI. Empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos y empresas de transporte turístico.
- VII. Empresas operadoras de parques temáticos, centros recreativos y de entretenimiento, zoológicos, acuarios, balnearios, museos, librerías especializadas, proveedores de enseres de viaje, casas de arte, arte popular y similares que por su concepto, ubicación y vocación se incluyan en la oferta de la actividad y patrimonio turísticos.

Artículo 11º: Los prestadores turísticos debidamente inscriptos en los registros respectivos, tendrán los siguientes derechos:

- I. Obtener el asesoramiento técnico de la autoridad de aplicación en los diferentes aspectos y modalidades atinentes al turismo.
- II. Adquirir el reconocimiento de la categoría que corresponda a la clase de los servicios que prestan o las actividades que desarrollan, así como solicitar su modificación cuando reúnan los requisitos establecidos en los reglamentos respectivos.

- III. Participar de la promoción turística provincial, en cuanto corresponda según los mercados emisores a los que se dirija y el perfil de la demanda a captar.
- IV. Recibir la ayuda que proceda por parte de la autoridad de aplicación para la obtención de créditos, estímulos y facilidades de diversa índole, destinados a la instalación, ampliación y mejora de los servicios que prestan o de las actividades que desarrollan.
- V. Obtener de la autoridad de aplicación, cuando proceda, su intervención y respaldo en las gestiones que realice ante otros organismos públicos.
- VI. Participar en los programas de capacitación turística que promueva, coordine o realice la autoridad de aplicación.

Artículo 12º: Son obligaciones de los prestadores turísticos:

- I. Cumplir con las disposiciones de esta Ley, sus reglamentaciones y normas complementarias, realizando su labor en un marco ético profesional que permita el armónico e integral desarrollo del turismo.
- II. Suministrar a la autoridad de aplicación los datos y la información que se le solicite relativa a su actividad.
- III. Proporcionar los bienes y servicios que ofrezcan a los turistas, en los términos convenidos y de conformidad con lo dispuesto en la presente ley, sus reglamentos y normas afines y complementarias.
- IV. Otorgar las garantías que establezcan para asegurar el cumplimiento de las condiciones en que prestan sus servicios, conforme lo previsto en las disposiciones establecidas al efecto.
- V. Realizar su publicidad y demás acciones promocionales sin alterar o falsear los hechos o las manifestaciones de la identidad turística argentina, e informar con veracidad sobre los servicios que ofrecen.
- VI. No vender, ceder, gravar ni aportar en sociedad, ni enajenar por ningún título, la inscripción para funcionar sin la previa conformidad de la autoridad de aplicación.

TITULO II

DEL ÓRGANO DE APLICACIÓN

Artículo 13º: La Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), es la autoridad de aplicación de la presente Ley, la cual tiene por objetivo dirigir la elaboración, ejecución, gestión y control de planes, programas y proyectos para el ordenamiento y desarrollo de la oferta turística existente, así como también para la incorporación de nuevos productos, a efectos de satisfacer y desarrollar la demanda del turismo interno e internacional receptivo, en un marco de integración nacional y con otros países, que sirva de fundamento de las políticas de desarrollo turístico nacional.

Artículo 14º: Dentro de las facultades generales conferidas por la presente Ley, tendrá, la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación, los siguientes deberes y atribuciones:

- I. Dictar las reglamentaciones relacionadas con los servicios a su cargo.
- II. Disponer la realización de obras de interés turístico; construir y administrar por sí o por concesionarios hoteles, hosterías, clubes y afines con propósitos de fomento, exclusivamente, cuando la actividad privada no pueda hacerlo y con el mismo fin conceder créditos hipotecarios para la construcción, ampliación o refección de este tipo de establecimientos y pago de deudas provenientes de esos conceptos, en las condiciones que se establecen en la presente Ley, pudiendo igualmente constituir derechos de anticresis mediante licitación.
- III. Determinar las zonas que se deben considerar como específicamente turísticas en el país.
- IV. Reglamentar y controlar el funcionamiento de las agencias de Turismo exigiendo las garantías necesarias para asegurar responsabilidad y eficacia en sus servicios.
- V. Preparar anualmente su plan de trabajos públicos, el presupuesto general de gastos y el cálculo de los recursos propios previstos en la presente Ley y elevarlo a la consideración y aprobación del Poder Ejecutivo.
- VI. Promover la creación de colonias de vacaciones, balnearios, campos deportivos y de recreación, y demás establecimientos destinados al turismo económico; organizar y realizar excursiones a bajo precio.

- VII. Promover y ejecutar un sistema especial de créditos para turismo a fin de contribuir al desarrollo del turismo en el país.
- VIII. Instalar y mantener oficinas de informes y asesoramiento para turistas, propaganda y coordinación, pudiendo celebrar convenios con las instituciones o empresas oficiales nacionales, provinciales y municipales, e instituciones o empresas privadas para la instalación en común de dichas oficinas en el exterior y atender la venta de pasajes y recepción de turistas.
- IX. Crear, mantener, subvencionar y fiscalizar escuelas donde se impartan enseñanzas para la formación de técnicos y personal idóneo en las actividades relacionadas con el turismo.
- X. Propiciar la creación de comisiones de fomento del turismo y hacer de las mismas su representante en los casos en que las circunstancias así lo aconsejen.
- XI. Organizar y participar en congresos, conferencias o consorcios económicos con entidades particulares u organismos extranjeros para la promoción del turismo nacional.
- XII. Gestionar con los poderes públicos la remoción de las disposiciones que impidan o dificulten el turismo. Estas gestiones obligarán a considerar la revisión de las disposiciones objetadas.
- XIII. Promover, mediante acuerdos bilaterales o colectivos con los países sudamericanos y por conducto de las autoridades o poderes correspondientes, la instalación de oficinas turísticas en otros países extranjeros aplicadas al incremento turístico de dichos países hacia las repúblicas signatarias de los citados convenios.
- XIV. Concentrar y realizar con las empresas de transportes toda clase de acuerdos y contratos relacionados con el mejor cumplimiento de esta Ley o que facilite la difusión de sus propósitos.
- XV. Disponer de las sumas necesarias para la organización de congresos y la atención de visitas de personalidades extranjeras vinculadas al turismo nacional.

Las facultades expresadas precedentemente no excluyen otros afines.

Los incisos precedentemente establecidos son de carácter meramente enunciativo y no excluyentes de aquellas otras facultades y deberes inherentes al carácter y a las finalidades de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

Artículo 15º: En la planificación del desarrollo de la actividad turística y en la formulación de los planes, programas y acciones en materia turística, la Secretaría observará los siguientes criterios:

- I. La consideración de la actividad y el patrimonio turísticos como sector estratégico y prioritario de la economía, generador de empleo y de riqueza.
- II. La regulación de la oferta turística mediante la corrección de las deficiencias y desequilibrios de infraestructura y la elevación de calidad de servicios, instalaciones y equipamiento turísticos, armonizándola con las directrices de ordenamiento ecológico territorial y urbanístico y con la preservación del medio ambiente.
- III. El aprovechamiento sostenible del patrimonio turístico, salvaguardando la protección al ambiente de conformidad con las disposiciones legales aplicables y con respecto a los valores culturales, históricos, artísticos, paisajísticos, urbanísticos y ambientales.
- IV. La diversificación de la oferta de productos y los mercados turísticos.
- V. El impulso a la modernización y profesionalización integral de la actividad turística.
- VI. El acceso con equidad a los mecanismos instrumentados para tal fin, por parte de los prestadores de servicios turísticos, propiciando la capacitación permanente con la intervención de las instituciones académicas vinculadas al sector turismo.
- VII. La vinculación temprana y eficiente de los técnicos y profesionales de la actividad turística al sector productivo público y privado.
- VIII. El fortalecimiento de la tecnología y la calidad en la educación que ofrecen las escuelas y centros de estudio relacionados a la actividad turística.
- IX. La consideración del turismo alternativo como factor del desarrollo local integrado, apoyando la explotación de las actividades propias de las comunidades y pueblos indígenas con respeto a sus usos y costumbres, así como la incorporación y reconocimiento de su cosmovisión, cultura y conocimiento tradicional en el desarrollo de productos turísticos, formulación de políticas y promoción.
- X. La protección de los derechos y legítimos intereses tanto de los turistas como de los prestadores de servicios turísticos, con especial referencia a lo que se establezca en la publicidad y contrato de los servicios turísticos y sus precios.

- XI. La consolidación, estabilidad y crecimiento del empleo, la certificación y capacitación en la actividad turística.
- XII. La promoción del establecimiento de estímulos, incentivos y facilidades administrativas, económicas y fiscales para la inversión y para los prestadores de servicios turísticos que cumplan con normas de calidad.
- XIII. La mejora e intensificación en los programas de seguridad pública, procuración de justicia y atención para el turista.
- XIV. El establecimiento de políticas para impulsar la concienciación de la población acerca de las bondades económicas y sociales de la actividad turística, la importancia del cuidado y la preservación de los valores y el patrimonio turísticos a través de la introducción de la cultura turística desde la educación básica.
- XV. El apoyo a los estudios e investigaciones relacionados a la actividad turística.
- XVI. El fomento de la participación de las comunidades rurales propietarias de los bosques y demás recursos naturales en suelo de conservación, así como de las áreas naturales protegidas, para el desarrollo de destinos de turismo alternativo.
- XVII. La participación y el beneficio económico para los pueblos originarios que, integrados a la actividad turística, preserven su identidad cultural y ecosistemas.
- XVIII. La desconcentración de atribuciones para dotar de mayores facultades a las delegaciones en materia de fomento y desarrollo de la actividad turística, así como la orientación de sus actividades en este rubro al desarrollo económico en cada demarcación.

TITULO III

PROMOCIÓN Y FOMENTO TURÍSTICO

Artículo 16º: Créase el Instituto Nacional de Promoción Turística como ente de derecho público no estatal en el ámbito de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

Artículo 17º: El Instituto será presidido por el titular de la autoridad de aplicación y tendrá un directorio compuesto por los representantes que se detallan a continuación o sus alternos, debiendo el presidente y el directorio desempeñar sus funciones ad honórem:

- I. Cinco (5) vocales designados por la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación;
- II. Tres (3) vocales designados por la Cámara Argentina de Turismo (CAT);
- III. Tres (3) vocales designados por el Consejo Federal de Turismo.

En caso de empate el presidente contará con doble voto.

Artículo 18º: El Instituto Nacional de Promoción Turística cuenta con los siguientes recursos:

- I. Los aportes que se reciban de la Nación;
- II. El cuarenta por ciento (40%) del producido del impuesto establecido en el inciso II) del artículo 68. El Poder Ejecutivo Nacional podrá incrementar dicho porcentaje en hasta un diez por ciento (10%);
- III. Los fondos que se perciban en calidad de subsidios, legados, cesiones, herencias o donaciones;
- IV. Los aportes del sector privado;
- V. Los ingresos derivados de la realización de conferencias, seminarios, cursos y publicaciones del Instituto, rentas; usufructos e intereses de sus bienes;
- VI. Los ingresos provenientes de impuestos nacionales que pudieran crearse con el fin específico para el cumplimiento de los objetivos del Instituto;
- VII. Los ingresos provenientes de toda otra fuente acorde al carácter legal y a los objetivos del Instituto.

Artículo 19º: En caso que existiera remanente presupuestario no utilizado luego de cerrado el ejercicio anual, el mismo integrará automáticamente el presupuesto del año siguiente. Este excedente será considerado intangible para todo fin no relacionado con los objetivos del Instituto Nacional de Promoción Turística.

Artículo 20º: El Instituto formulará programas y convenios de promoción y fomento turístico a fin de proteger, mejorar, incrementar y difundir el patrimonio y los servicios turísticos que ofrece la Argentina para alentar la afluencia turística local, nacional e

internacional y la inversión en la actividad turística de conformidad con las disposiciones legales aplicables y con la intervención de las autoridades competentes.

De igual forma, el Instituto tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Realizar la promoción y publicidad integral del país como destino turístico proporcionando, por cualquier medio, información especializada y diversas opciones de transporte, hospedaje, esparcimiento, restaurantes y demás servicios turísticos a los turistas nacionales y extranjeros.
- II. Asesorar a los inversionistas del sector privado en sus gestiones ante los organismos competentes a efecto de obtener asistencia técnica, financiamiento y demás apoyos.
- III. Participar, con los sectores público y privado, en la constitución, fomento, desarrollo y operación de empresas, cualquiera que sea su naturaleza jurídica, dedicadas a la actividad turística.
- IV. Promover, ante las dependencias correspondientes, el otorgamiento de facilidades, incentivos y estímulos económicos, administrativos y fiscales para los prestadores de servicios turísticos.
- V. Coordinar sus acciones con las dependencias y entidades federales y locales que atiendan en el campo de la promoción turística.
- VI. Coordinar sus acciones con los prestadores de servicios turísticos para planificar en conjunto y hacerlos partícipes de los proyectos de promoción.

Artículo 21º: El Instituto Nacional de Promoción Turística apoyará las actividades y eventos que otros organismos del sector público o privado realicen para el fomento de la actividad turística y la promoción del patrimonio turístico en el país y el extranjero.

TITULO IV

DEL SISTEMA TURÍSTICO NACIONAL

Artículo 22º: La Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) será el organismo encargado de dirigir y organizar el funcionamiento del Sistema Turístico Nacional.

Artículo 23º: La autoridad de aplicación tiene a su cargo:

- I. Participar con los organismos públicos o privados, nacionales o internacionales, en las actividades vinculadas directa o indirectamente al turismo.
- II. Elaborar los planes y programas que se requieran para la realización de los objetivos. En especial elaborar el Plan Nacional de Turismo.

Artículo 24º: Integran el Sistema Turístico Nacional:

- I. Las personas que realicen en el país, actividades turísticas tales como: guiaturas, transporte, alojamiento, recreación, alimentación y suministro de bebidas, alquiler de naves, aeronaves y vehículos de transporte terrestre, y cualquier otro servicio destinado al turista.
- II. Las personas que se dediquen a la organización, promoción y comercialización de los servicios señalados en el numeral anterior, por cuenta propia o de terceros.
- III. Las personas que se dediquen a prestar servicios de información, promoción, publicidad y propaganda, administración, protección, auxilio, higiene y seguridad de turistas, sin perjuicio de lo establecido en otras leyes.
- IV. Los profesionales del turismo y aquellas personas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos.
- V. Las personas que presten en el país los servicios de formación y capacitación en el área turística.
- VI. Las personas que presten servicios gastronómicos, de bares y similares, que por sus características de oferta, calidad y servicio formen parte de la oferta turística local, regional o nacional.

Artículo 25º: Son obligaciones de los integrantes del Sistema Turístico Nacional, las siguientes:

- I. Prestar el o los servicios para los cuales hubieren sido autorizados, en un todo conformes con las condiciones ofrecidas de calidad y eficiencia.
- II. Ajustar las pautas de publicidad y propaganda turística, a la realidad, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear el idioma y las manifestaciones del patrimonio histórico, cultural y folklórico del país.

- III. Dar preferencia en la contratación de su personal a los profesionales egresados de institutos y centros especializados en el área de turismo.
- IV. Velar por la conservación del ambiente, cumpliendo y haciendo cumplir con toda la normativa referente a la protección del medio ambiente.
- V. Cumplir cualquier otra obligación que establezcan esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 26º: La Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) es la dependencia encargada de formular y conducir la política integral de desarrollo, planificación, fomento y promoción de la actividad turística:

Capítulo I: De la demanda

Artículo 27º: Crear condiciones que favorezcan el incremento de la demanda turística, orientando las acciones promocionales y de estímulo hacia los mercados emisores, nacional e internacional, que se determinen.

Artículo 28º: Elaborar las estadísticas de la demanda turística en el territorio, con la cooperación del sector privado

Artículo 29º: El usuario de servicios turísticos tendrá derecho a:

- I. Recibir información útil, precisa y veraz con carácter previo, sobre todas y cada una de las condiciones de la prestación de los servicios.
- II. Recibir el bien o servicio contratado de acuerdo con las características anunciadas por el prestador.
- III. Obtener de la otra parte contratante los documentos que acrediten los términos de su contratación.
- IV. Formular quejas y reclamos y, a tal efecto, recibir la constancia respectiva.
- V. Recibir del organismo de aplicación información objetiva sobre los distintos aspectos de los recursos y de la oferta turística.

Capítulo II: De la oferta

Artículo 30º: Velar por la ejecución de los planes, programas y proyectos de construcción y financiamiento de obras y servicios destinados al desarrollo del turismo.

Artículo 31º: Propiciar el establecimiento de Centros de Información y Servicios Turísticos.

Artículo 32º: Elaborar las estadísticas de la oferta turística en el territorio, con la cooperación del sector privado.

Artículo 33º: Coordinar los proyectos de obras de infraestructura básica de apoyo y complementada al sector, que ejecuten los organismos nacionales.

Artículo 34º: Impulsar los servicios de transporte turístico y el segmento de turismo de convenciones.

Capítulo III: Del proceso de venta y el producto turístico

Artículo 35º: Participar en la definición y orientación de las políticas de comercialización de sus productos turísticos a nivel nacional e internacional.

Artículo 36º: Participar en la promoción de los atractivos turísticos del Estado dentro y fuera del país en coordinación con el Plan Turístico Nacional.

Artículo 37º: Elaborar y actualizar el Inventario de Atractivos Turísticos y del Catálogo Turístico Estatal.

Artículo 38º: Difundir las cualidades y valores de Argentina, con el propósito de promover su imagen.

Artículo 39º: Desarrollar campañas publicitarias y de relaciones públicas a nivel nacional, resaltando entre los argentinos la identidad del país por el amplio patrimonio turístico y la gran oferta de servicios turísticos de calidad.

Artículo 40º: Implantar acciones para que los habitantes conozcan la diversificación de oferta y patrimonio turísticos con que cuenta Argentina para el mejor aprovechamiento de su tiempo libre.

Artículo 41º: Realizar campañas a nivel nacional e internacional dirigidas al visitante, a fin de que elija Argentina como destino de viaje y prolongue su estadía.

Artículo 42º: Institúyese el Sistema Integral y Continuo de Estadística Turística cuyo objeto es el de implementar mecanismos de medición de flujo turístico y su incidencia en la actividad económica.

El Sistema Integral y Continuo de Estadística Turística deberá:

- I. Contar con sistemas de estadística continuos y de relevamiento de flujo turístico.
- II. Analizar la incidencia turística en la actividad económica.
- III. Publicar los resultados y su evolución periódica.
- IV. Toda otra actividad que fije la reglamentación.

Capítulo IV: Del espacio geográfico

Artículo 43º: Proponer la determinación del ordenamiento territorial en regiones, zonas, corredores, circuitos, rutas y áreas de recreación y/o esparcimiento adyacentes a éstas, u otras que se establezcan reglamentariamente, en el marco de la sostenibilidad del desarrollo turístico.

Capítulo V: De la infraestructura y superestructura

Artículo 44º: Promover y gestionar ante las autoridades competentes la dotación de infraestructura y servicios urbanos en los centros de interés turístico.

Capítulo VI: Del patrimonio turístico

Artículo 45º: Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. Se fomentará el acceso del público a los bienes y monumentos

culturales de propiedad privada con todo respeto a los derechos de sus propietarios, así como a los edificios religiosos sin perjuicio de las necesidades del culto.

Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrían de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.

La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.

Artículo 46º: Elaborar y mantener actualizado el inventario de atractivos turísticos a través del Catálogo Turístico Nacional.

Artículo 47º: Impulsar la ampliación y mejoramiento de la planta turística, promoviendo la creación de nuevos centros en aquellos lugares que, por sus características físicas y culturales representen un potencial turístico.

Capítulo VII: Comité Interministerial de Facilitación Turística

Artículo 48º: Créase el Comité Interministerial de Facilitación Turística para coordinar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de las distintas entidades públicas de nivel nacional con competencias relacionadas y/o afines al turismo en beneficio del desarrollo sustentable del país y su competitividad.

Artículo 49º: El Comité Interministerial de Facilitación Turística deberá conocer, atender, coordinar y resolver los asuntos administrativos que surjan en el marco de la actividad turística, a fin de coadyuvar con la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación en el ejercicio de sus deberes y facultades.

Artículo 50º: El Comité Interministerial de Facilitación Turística será presidido por el titular de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación y estará integrado por los funcionarios que designen los titulares de las entidades de la administración pública nacional que oportunamente establezca la reglamentación de la presente ley, los cuales no podrán tener rango inferior a subsecretario.

Artículo 51º: Serán deberes de los órganos administrativos de la actividad turística:

- ẽ Ofrecer al turista, de manera permanente y actualizada, una informaci3n objetiva, exacta y completa de los distintos aspectos de la oferta turística y de los servicios que de la misma manera se comprendan.
- ẽ Adoptar las medidas necesarias para proteger los derechos e intereses del turista, procurando la máxima eficacia en la atenci3n y tramitaci3n de sus reclamos.

TITULO V

DEL TURISMO ALTERNATIVO

Artículo 52º: Para los efectos de esta Ley, son categorías de turismo alternativo:

- I. El ecoturismo.
- II. El turismo de aventura.
- III. El turismo rural.
- IV. Las demás que establezca el reglamento de la presente Ley.

Artículo 53º: Los prestadores de servicios turísticos que esta Ley establece, así como toda persona, organizaci3n o instituci3n pública o privada que desea realizar una actividad de turismo alternativo en la Argentina, requerirá de un permiso expedido por la Secretarí a de Turismo, con la opini3n de las delegaciones en cuyas demarcaciones territoriales se pretenda realizar dicha actividad.

Cuando la prestaci3n de servicios y actividades de turismo alternativo se pretendan desarrollar dentro de las áreas naturales protegidas o las áreas de valor ambiental, la Secretarí a de Ambiente será la encargada de otorgar los permisos correspondientes, siguiendo el mismo procedimiento que establece el Reglamento.

En todos los casos, la Secretarí a del Medio Ambiente definirá las áreas potenciales para el desarrollo del turismo alternativo en suelo de conservaci3n, a las cuales se sujetará la aprobaci3n del permiso correspondiente.

Artículo 54º: Son obligaciones de los prestadores de turismo alternativo:

- I. Contar con una p3liza de seguro de responsabilidad civil por daños que puedan sufrir los contratantes durante la estadía en los emprendimientos.

- II. Exhibir un libro de actas foliadas por la autoridad de aplicación, para el registro de quejas, que deberá estar permanentemente a disposición del contratante.
- III. Contar con instalaciones que aseguren condiciones de higiene y salubridad.
- IV. Y toda otra que fije la reglamentación en su consecuencia.

Artículo 55º: Se deberá observar el cumplimiento de los siguientes principios y criterios:

- I. La preservación de la vida silvestre, sus especies, poblaciones y ecosistemas, garantizando la protección de la biodiversidad y la consistencia de los biomas.
- II. La compatibilidad entre la preservación de la biodiversidad y el turismo.
- III. La conservación de la imagen del entorno.
- IV. El respeto a la libertad individual y colectiva y a la entidad sociocultural, especialmente de las comunidades rurales, ejidos y pueblos indígenas para que permitan el acceso y disfrute del patrimonio turístico y natural a los visitantes.
- V. La preferencia a los habitantes de las comunidades rurales, ejidos y pueblos indígenas a explotar y disfrutar del patrimonio turístico.
- VI. El derecho de quienes deseen realizar actividades de turismo alternativo a recibir información por parte de las autoridades competentes y de los prestadores de servicios involucrados, quienes deberán prevenirles de los riesgos y limitantes existentes para el goce y disfrute de las mismas.
- VII. El cuidado de la arquitectura de los inmuebles donde se presten los servicios turísticos para que no se altere la armonía de los elementos que conforman el ambiente natural, el respeto de la arquitectura vernácula, así como la utilización de materiales y tecnologías propias de la zona o adaptables a la misma, que proporcionen armonía estructural y estética con el lugar donde se desarrolle la actividad para su construcción, de modo que hagan posible la autosuficiencia y sostenibilidad de éstos.
- VIII. La prohibición a los prestadores de servicios turísticos y turistas de introducir toda clase de especies de flora y fauna ajenas a los lugares en donde se preste el servicio.

Artículo 56º: La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Ambiente, y ambas con las delegaciones cuando corresponda, fomentarán la promoción de las actividades del turismo alternativo a través de programas y convenios en la materia.

En todos los casos, ambas Secretarías elaborarán programas de concienciación dirigida a las comunidades rurales, pueblos indígenas involucrados, los prestadores de servicios turísticos y los visitantes a las áreas en donde se realicen actividades de turismo alternativo, de manera que se evite la afectación al patrimonio turístico, natural y cultural.

Artículo 57º: La Secretaría de Turismo coordinará a las delegaciones en el desarrollo y fomento del turismo alternativo, con base en las siguientes atribuciones:

- I. Formular, aplicar y evaluar los programas de fomento y promoción del turismo alternativo.
- II. Difundir los principios y criterios que garantizan la sostenibilidad del turismo alternativo.
- III. Promover los valores del turismo alternativo en el marco del desarrollo de la actividad turística de las delegaciones con suelo de conservación como áreas significativas con atractivos naturales y culturales.
- IV. Establecer bases de fortalecimiento y desarrollo de la educación ambiental para las organizaciones privadas, empresas y profesionales que presten servicios de turismo alternativo.
- V. Elaborar y divulgar estudios que se realicen sobre turismo alternativo.
- VI. Las demás que establezcan esta Ley, su Reglamento y demás disposiciones jurídicas aplicables.

La Secretaría de Turismo conjuntamente con la Secretaría de Ambiente expedirán las disposiciones administrativas y técnicas para las actividades de turismo alternativo y vigilará su cumplimiento.

TITULO VI

DEL TURISMO SOSTENIBLE

Artículo 58º: Es competencia de la Secretaría de Turismo:

- I. Participar con los demás organismos del sector público en la elaboración, realización y ejecución de los planes de ordenamiento del ambiente, y de ordenación urbanística, en el sector turismo y específicamente dentro de lo desarrollado como Turismo Sostenible.
- II. Velar en la participación en la protección y conservación de los monumentos y lugares históricos, yacimientos arqueológicos, glifos, petroglifos, parques nacionales, zonas protegidas y demás sitios que sean considerados zonas turísticas.
- III. Fomentar el rescate, cuidado y conservación del patrimonio turístico, áreas de valor ambiental y áreas naturales protegidas.
- IV. Promover, en coordinación con las dependencias competentes, el rescate y preservación de las tradiciones y costumbres del país que constituyan un atractivo turístico, apoyando las acciones tendientes a su conservación.
- V. Desarrollar campañas locales de concienciación y cultura turística para crear en los habitantes del país un amplio conocimiento de los beneficios de la actividad turística, que además sensibilice a sus habitantes hacia el cuidado y embellecimiento del entorno.
- VI. Preservar la vida silvestre, sus especies, poblaciones y ecosistemas, garantizando la protección de la biodiversidad y la consistencia de los biomas.
- VII. Lograr la compatibilidad entre la preservación de la biodiversidad y el turismo.
- VIII. Lograr la conservación de la imagen del entorno.
- IX. Respetar la libertad individual y colectiva y a la entidad sociocultural, especialmente de las comunidades rurales y pueblos indígenas para que permitan el acceso y disfrute del patrimonio turístico y natural a los visitantes.
- X. Dar lugar a la preferencia a los habitantes de las comunidades rurales y pueblos indígenas a explotar y disfrutar del patrimonio turístico.
- XI. Promover el derecho de quienes deseen realizar actividades de turismo sostenible a recibir información por parte de las autoridades competentes y de los

prestadores de servicios involucrados, quienes deberán prevenirles de los riesgos y limitaciones existentes para el goce y disfrute de las mismas.

- XII. Salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras, debiendo ser éste un compromiso a asumir por todos los agentes del desarrollo turístico.
- XIII. Favorecer e incentivar, por parte de las autoridades públicas nacionales todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.
- XIV. Procurar distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.
- XV. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deberán imponer limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.
- XVI. Reconocer el turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

Artículo 59º: Los objetivos generales de conservación son:

- I. Proteger muestras de la totalidad de los ambientes naturales y especies del país, preservando su carácter de bancos genéticos, de reguladores ambientales y de

fuentes de materias primas a perpetuidad, mejorando, cuando corresponda, su productividad.

- II. Conservar en su lugar de origen los recursos genéticos.
- III. Proteger ecosistemas ambientales y hábitats terrestres y acuáticos que alberguen especies migratorias, endémicas, raras, amenazadas y de uso comercial.
- IV. Proteger los ambientes que circundan las nacientes de cursos de agua, garantizando su subsistencia a perpetuidad.
- V. Mantener la diversidad biológica, genética, y los procesos ecológicos y evolutivos naturales.
- VI. Conservar el patrimonio natural, cultural, arqueológico y paleontológico.
- VII. Realizar investigaciones en Áreas Naturales Protegidas tendientes a encontrar opciones de modelos y técnicas para el desarrollo sustentable.
- VIII. Minimizar la erosión de suelos.
- IX. Mantener bajo manejo protectorio o recuperativo, según corresponda, aquellos espacios que constituyen muestras de grandes ecosistemas terrestres o de ríos o arroyos y paisajes y formas de relieve singulares o únicos. Tal acción tenderá a asegurar la preservación de todo el material genético existente y la libre ocurrencia de los procesos dinámicos que se dan en la naturaleza, tales como la evolución biótica, edáfica y geomórfica, los flujos genéticos, los ciclos bioquímicos, y las migraciones animales.
- X. Proteger y brindar áreas naturales cercanas a los centros urbanos para que los habitantes disfruten de una recreación en convivencia con una naturaleza lo mejor conservada posible.
- XI. Preservar el paisaje natural.
- XII. Dotar a las Áreas Naturales Protegidas de la infraestructura, equipamiento y recursos humanos necesarios, que permitan la investigación científica de los ecosistemas y sus componentes, el desarrollo de actividades educativas y la implementación del sistema de control y vigilancia.
- XIII. Promover los valores y principios de la conservación de la naturaleza y de las Áreas Naturales Protegidas, por iniciativa de la autoridad de aplicación o en coordinación con establecimientos educativos de todos los niveles.
- XIV. Promover el turismo ecológico.

TITULO VII

DE LA SEGURIDAD Y PROTECCIÓN AL TURISTA

Artículo 60º: La Secretaría, en su carácter de dependencia responsable de asistir, auxiliar y proteger a los turistas, tendrá a su cargo lo siguiente:

- ẽ Representar al turista, cuando éste lo solicite, con motivo de las denuncias que presenten y que impliquen posibles irregularidades en que incurran los particulares, prestadores de servicios turísticos y servidores públicos.
- ẽ Representar al turista, con el carácter de mandatario, cuando aquél no esté en posibilidades de concurrir, o comparecer personalmente.

Artículo 61º: Creará las políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, que propendan a la protección en todo el territorio nacional de la integridad física, salud, bienes, derechos y garantías de los turistas extranjeros y nacionales, y al resguardo del patrimonio natural y cultural y de los establecimientos, vías y medios de servicios al turista.

Artículo 62º: Elaborará planes de desarrollo de las políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, compatibilizadas con el Sistema de Seguridad Interior.

Artículo 63º: Propondrá normas y recomendar acciones a los órganos y autoridades oficiales competentes y a las entidades representativas del sector privado, tendientes al pleno desarrollo y ejecución de las políticas y planes de seguridad en el turismo.

Artículo 64º: Propondrá campañas de esclarecimiento, prevención y recomendaciones al público en general y a sectores que puedan contribuir a establecer condiciones de seguridad para el desenvolvimiento turístico, las que serán realizadas a través de la Secretaria de Prensa y Difusión de la Presidencia de la Nación o, según corresponda a competencias y acciones específicas, a través de los organismos públicos que tengan intervención o injerencia en la materia.

Artículo 65º: Sin perjuicio de lo dispuesto por las leyes que amparan a toda persona que se encuentre en la República, el turista gozará del derecho de denunciar ante el órgano de la autoridad civil del lugar, cualesquiera hechos irregulares cuya responsabilidad atribuya a alguno de los dispensadores de servicios turísticos integrantes del Sistema

Turístico Nacional, o de cualesquiera otras personas, que de cualquier manera lesionen sus derechos. La autoridad civil que reciba la queja deberá participarlo por la vía más rápida a las autoridades correspondientes, según el caso.

Artículo 66º: Los poderes públicos velarán por la defensa de los turistas.

Artículo 67º: Propiciará con las autoridades competentes la oportuna y eficaz atención al turista en servicios de transportación, seguridad pública, salud, procuración de justicia.

Artículo 68º: Contribuir con el turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades, por parte del organismo competente implica:

- I. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales que son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.
- II. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.
- III. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.
- IV. Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidos contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas

o de elementos del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad.

- V. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, y productos y sustancias peligrosos o prohibidos por las reglamentaciones nacionales.
- VI. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.

TITULO VIII

DEL FONDO NACIONAL DE PROMOCIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA

Artículo 69º: Constitución. El Fondo Nacional de Turismo se constituye con los siguientes recursos:

- I. Las sumas que se le asignen en el Presupuesto de la Administración Nacional;
- II. El producto del CINCO POR CIENTO (5%) del precio de los pasajes aéreos y marítimos al exterior; y los fluviales al exterior, conforme lo determine la reglamentación, vendidos o emitidos en el país y los vendidos o emitidos en el exterior para residentes argentinos en viajes que se inicien en el territorio nacional;
- III. Las donaciones y legados al Estado nacional con fines turísticos, excepto cuando el donante expresare su voluntad de que los bienes pasen a una jurisdicción específica;
- IV. El aporte que hicieren los gobiernos provinciales, municipales, reparticiones del Estado y comisiones de fomento; Los intereses, recargos, multas y toda otra

sanción pecuniaria derivada del incumplimiento de lo dispuesto en la presente ley y demás leyes nacionales que regulen actividad turística;

- V. Los aranceles que en cada caso se establezcan con relación a las habilitaciones para la prestación de servicios turísticos;
- VI. La negociación de títulos que emita el Poder Ejecutivo nacional para el fomento del turismo;
- VII. El importe de la venta de publicaciones y otros elementos publicitarios que produzca o comercialice el organismo de aplicación de la presente ley;
- VIII. El producto de la venta, arrendamiento y concesión de los bienes de la autoridad de aplicación y los administrados por ésta cuando correspondiere;
- IX. Los tributos nacionales y aportes que por las leyes especiales se destinen para el fomento, promoción y apoyo de la infraestructura, el equipamiento y los servicios turísticos;
- X. Los fondos provenientes de servicios prestados a terceros y de las concesiones que se otorgaren;
- XI. Las recaudaciones que por cualquier otro concepto obtenga la autoridad de aplicación.
- XII. El presente fondo se constituye por el plazo de diez (10) años, a partir de la promulgación de la presente ley.

Artículo 70º: Agentes de percepción. El impuesto previsto en el inciso b) del artículo precedente será percibido por las compañías transportadoras o empresas charteadoras, en carácter de agente de percepción, al efectuar el cobro de los pasajes, o en su caso, previamente al embarque del pasajero siempre y cuando la autoridad de aplicación no establezca otro procedimiento más conveniente.

Artículo 71º: Excepciones. Se exceptúa del pago del impuesto previsto en el artículo 69, inciso II, de la presente ley a los pasajes emitidos para personal en misión oficial o diplomática, tanto nacional como extranjero y personal de organismos internacionales, así como para sus familiares y agentes de la legación.

Artículo 72º: Reciprocidad. La excepción dispuesta en el artículo precedente sólo se acuerda a personal extranjero, sus familiares y agentes de la legación cuando en los

respectivos países se otorgue igual tratamiento al personal argentino, sus familiares y agentes de la legación.

Artículo 73º: Destino del fondo. Los recursos provenientes del Fondo Nacional de Turismo son administrados exclusivamente por la autoridad de aplicación para el cumplimiento de sus objetivos.

Artículo 74º: Franquicias. Los materiales y elementos destinados al cumplimiento de las funciones de la autoridad de aplicación gozan de franquicia aduanera.

Artículo 75º: La autonomía del Fondo comprende la libre administración e inversión de sus ingresos para el cumplimiento del objeto que le señala esta Ley.

Artículo 76º: Constituyen el objeto del Fondo:

- ě Ejecutar, dentro y fuera de Argentina, las atribuciones de promoción turística. Para el cumplimiento de este objetivo el Fondo elaborará el Plan de Promoción Turística, en coordinación con los planes de promoción turística de las provincias y municipios.
- ě Contribuir a la formación teórica y práctica del personal profesional del Sistema Turístico Nacional, de acuerdo con las necesidades, la evolución y desarrollo de sector.
 - ě Realizar las actividades de investigación del mercado turístico tanto nacional como internacional, manteniendo estadísticas sobre el sector turístico.

TITULO IX

DE LAS INFRACCIONES, SANCIONES Y VERIFICACIONES

Artículo 77º: La Secretaría de Turismo, las dependencias y demás órganos mencionados en esta Ley, practicarán las visitas de verificación necesarias a los prestadores de servicios turísticos para constatar el debido cumplimiento de las obligaciones a su cargo, en los criterios técnicos de carácter obligatorio y demás ordenamientos legales aplicables.

La Secretaría establecerá los mecanismos de coordinación con las demás autoridades con el objeto de evitar la duplicidad de funciones en materia de verificación.

Artículo 78º: Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley y a las disposiciones que de ella deriven, serán sancionadas por la Secretaría con base en:

- ẽ Los datos comprobados que aporten las denuncias y quejas de los turistas.
- ẽ La publicidad o información de prestadores de servicios y la comprobación de las infracciones.
- ẽ Cualquier otro elemento o circunstancia que aporte elementos de convicción para aplicar la sanción.

Las resoluciones que emita la Secretaría deberán estar debidamente fundadas y motivadas.

Artículo 79º: Toda persona que preste servicios y actividades de turismo alternativo sin contar con los permisos correspondientes, será sancionada con multa.

Artículo 80º: Para determinar el monto de las sanciones, la Secretaría deberá considerar la gravedad de la infracción y las condiciones económicas del infractor.

Artículo 81º: En ningún caso será sancionado el mismo hecho constitutivo de la infracción en dos o más ocasiones.

Artículo 82º: Los prestadores de servicios turísticos que incurran en violaciones a esta Ley, distintas de las especificadas en los artículos precedentes, serán sancionadas con multa equivalente, entre ciento cincuenta a trescientas unidades tributarias (150 a 300 UT.).

Artículo 83º: El Reglamento de esta Ley complementará y especificará las acciones o conductas contrarias a la misma, siempre dentro del marco de esta Ley, y no pudiendo innovar el sistema de infracciones y sanciones establecido.

Artículo 84º: Los titulares de las empresas y demás actividades turísticas serán responsables solidarios por las infracciones cometidas por personas a su servicio cuando no cumplan con el deber de prevenir la comisión de la infracción, sin perjuicio de las acciones civiles que correspondan.

Artículo 85º: Los casos de reincidencia en cualesquiera de las infracciones previstas en este Título serán sancionados con multa equivalente a la que fueron objeto originalmente, con un recargo del ciento por ciento (100%) de dicho monto. En caso de

que la infracción fuere cometida por tercera vez, además le será cancelado el permiso, licencia, concesión o autorización.

Artículo 86º: Las infracciones al cumplimiento de las obligaciones relacionadas con la contribución especial debido al Fondo Nacional de Promoción y Capacitación Turística serán perseguidas y sancionadas de conformidad con las disposiciones del Código Orgánico Tributario.

TITULO X

DISPOCISIONES COMPLEMENTARIAS

Artículo 87º: Se invita a las provincias a adoptar medidas y organismos que apliquen disposiciones semejantes a las planteadas en la presente Ley.

8.1. Análisis, comparación y conclusión

Cuando se eligió el tema del presente trabajo final, se encontraba vigente, en materia de turismo, la Ley 18.829 la cual regulaba a los agentes de viajes. La misma fue publicada en 1970 y al transcurrir más de treinta años sin una nueva legislación turística se vio menester desarrollar una serie de lineamientos primordiales para una futura regulación turística que considerase todos los cambios y avances que el turismo ha experimentado desde ese entonces.

No se considera ético realizar una crítica a una Ley cuya legislación carezca de vigencia en relación a cómo se encuentra, actualmente, el turismo en el país. Es por ello que se procedió a desarrollar una fundamentación del proyecto la cual establece todo lo que el turismo abarca en la actualidad, enfatizando dos cuestiones específicas que constituyen el aspecto predominante del trabajo (Desarrollo Sostenible y Seguridad Turística).

Como se dijo con anterioridad, paralelamente a la investigación y desarrollo de este informe se fue desarrollando un Proyecto de Ley Nacional de Turismo el cual fue finalmente sancionado, promulgado y publicado.

A raíz de ello se determinó realizar un análisis de la nueva Ley (Nº 25.997), ya que tampoco es considerado ético efectuar una crítica ante una Ley cuando la misma no ha

sido reglamentada aún. Este análisis permitió observar que, si bien la nueva Ley tiene muchos aspectos ponderables, presenta diversas falencias y la ausencia de una visión netamente turística de un profesional en la materia, en la construcción y elaboración de la misma.

Como primera gran diferencia se puede hacer referencia al punto central que cada proyecto expone, observando que la Ley 25.997, considera al turismo como una actividad económica prioritaria para el estado, poniendo mayor énfasis en este aspecto durante todo el desarrollo de la misma, centrándose en él.

Es de destacar la gran importancia que esta consideración conlleva para el crecimiento del país y por tal motivo ha sido oportunamente tenido en cuenta en el presente trabajo, pero se cree conveniente concentrarse en otros aspectos de suma importancia para la supervivencia ideal del turismo como los detallados anteriormente en el Proyecto.

Respecto a la constitución del Fondo Nacional de Turismo, se puede advertir detalladamente todo lo que el mismo abarca considerándose sumamente necesario por todos los distintos recursos que lo componen, aunque es a lo que mayor hincapié se le da debido a que, precisamente, la Ley es vista exclusivamente desde el aspecto económico. Además, este punto es observado con anterioridad al de la Seguridad al Turista, lo que reestablece que es a la economía a lo que más importancia se le da.

En cuanto a la protección al turista, es muy poco lo que se dice al respecto en la nueva Ley, lo que es considerado como una gran falencia por el momento en que se transcurre, y más aún teniendo presente que esta Ley ha sido sancionada recientemente, cuando la seguridad es un tema candente debido a los hechos ocurridos en el mundo actual, que la desestabilizan.

Esta Ley concluye con un Título enfocado al turismo social, también visto desde la faz económica; y finaliza con las sanciones e infracciones y las disposiciones complementarias donde apenas se hace un comentario de las áreas naturales protegidas y nombrando precedentemente algunos puntos referentes al Desarrollo Sostenible pero sin centralizarse en él.

Analizando los lineamientos que se presentan por medio de este trabajo, se puede distinguir que al ser una propuesta enfocada a una futura regulación del turismo a nivel nacional, pero que va a ser leída por gente no profesional en la materia, hay determinadas terminologías que deben ser detalladas, tal como se expresan en el artículo 5 dentro de los lineamientos primordiales. A su vez, se considera importante tomar en

cuenta a cada componente del turismo, es así que se detallan los deberes y obligaciones de los turistas; se determinan cuáles son considerados servicios turísticos y cuáles son los deberes y obligaciones de los prestadores turísticos.

Luego se analiza y especifica detalladamente al Órgano de Aplicación estableciendo, aparte de la dependencia, sus facultades generales, sus criterios a la hora de planificar el desarrollo de la actividad, y sus atribuciones.

Una vez concluido, se ingresa en el desarrollo de los artículos correspondientes a cada aspecto que comprende el Sistema Turístico Nacional, elemento vital para el turismo y al cual no se hace referencia en la Ley 25.997, que son conceptualizados y ejemplificados en el desarrollo del trabajo, para comprender luego por qué están inmersos en el trabajo. Este es uno de los puntos que más diferencias exhibe con la Ley 25.997 ya que en ella directamente no figuran como tales, y donde se observa la falta de intervención de un profesional en la materia, ya que conforman los componentes vitales del turismo como actividad. A su vez, cada artículo desarrollado dentro del título que comprende al sistema turístico (Título V), establece especificidades imprescindibles para la buena difusión, en conjunto, del sector.

Concluyendo con el Sistema Turístico y cada uno de sus componentes, base del turismo en sí, se procede en detalle, a desarrollar los artículos que regulan los 2 aspectos considerados como cabeceras del informe: el Desarrollo Sostenible y la Seguridad al Turista, comenzando por el turismo alternativo con sus categorías, requisitos, obligaciones, principios, criterios y atribuciones, que en conjunto, conlleva al turismo sostenible. Dentro del mismo, se refleja cada aspecto que abarca, finalizando con los objetivos de dicho tipo de turismo y dando lugar al segundo punto en el que se enfoca este trabajo: la seguridad y protección al turista.

Para finalizar con este análisis, se llega al Fondo de Promoción y Capacitación Turística necesario para la supervivencia del sector; y concluye con las infracciones, sanciones y verificaciones que en toda Ley han de figurar para el desarrollo adecuado de cada actividad.

De esta manera se ha obtenido un análisis y una comparación entre la Ley y el presente informe, habiendo demostrado cuáles son los aspectos que difieren y el por qué, como así también queda demostrado la importancia de tantos aspectos elementales que el turismo abarca y que no deben ser omitidos a la hora de legislar el sector, ya que son considerados vitales para la vida y desarrollo del turismo.

Por último, cabe destacar que la óptica de un futuro profesional en turismo que ha estudiado la actividad detalladamente, es mucho más amplia, crítica y abarcativa a la hora de establecer cómo debe ser legislada la actividad cuando la misma carece de regulación o la existente presenta falencias, falta de actualización y muy poca visión turística profesional.

9. BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. A.

1998; Administración del turismo VOL 2 : Planificación y dirección. Editorial Trillas; México

1991; Administración y planificación del Turismo VOL 1: : Conceptualización y organización , Editorial Trillas, 1304 paginas, México.

Alonso, E. y M. Múgica

1998; El turismo sostenible: documentos y compromisos internacionales. Disponible en: <http://www.gencat.es/medioamb/cnea/viicnea/ponen1.htm>

Boullón, R.

1998; Planificación del Espacio turístico. Trillas. México.

1992; Las Actividades Turísticas y Recreacionales. Editorial Trillas, México.

1986; Capítulo 2: El Sistema Turístico. Editorial Trillas, México D.F..

1983; Un Nuevo Tiempo Libre. Editorial Trillas, México.

1980; Los Municipios Turísticos. Editorial Trillas, México.

Brooks, Harvey

1992, Sustainability and Technology, Science and Sustainability: Selected Papers on IIASA's 25th Anniversary, pp. 29-60, Viena, International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA). Luxemburgo, Austria.

Bull, A.

1994; La economía del sector turístico. Alianza editorial, Madrid.

Butler, R.W.

1980; The concept of a tourist area cycle of evolution and implications for management, en: The Canadian Geographer; 24: 5-12.

Cárdenas Tabares, F.

1999; Comercialización del turismo: determinación y análisis de mercado. 3ª edición. Editorial Trillas, México.

1998; Producto Turístico; Aplicación de la estadística y el muestreo para su diseño. 2ª edición. Editorial Trillas, México D.F..

Centre d'Investigacions i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (CITTIB)

2001; Indicadors de sostenibilitat del turisme, documento introductorio y de resumen de los resultados (contacto: Iván Murriay – ameaurio@cittib.caib.es)

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. y S. Wanhill

1993; Tourism principles and practice. Pitman Publishing, Great Britain.

Crosby, A. y A. Moreda

(...) Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales; Terminología, conceptos y definiciones. Editado por el Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística, Madrid.

Del Valle, M.V.

Agencia de Desarrollo de Inversiones.

2004; Turismo en Argentina: ¿Por qué invertir en turismo en Argentina?, Buenos Aires. Disponible en: www.inversiones.gov.ar

El Mensajero

2004; 20 de Septiembre, “ Meyer, Palacios y Stur defendieron el proyecto en el Congreso”. 27 de Septiembre, “La nueva Ley y las prácticas de siempre, el desarrollo del Turismo necesita mayor debate”. 04 de Octubre, “Ley Nacional de Turismo, se dilató la media sanción en Diputados por trabas burocráticas”. 18 de Octubre, “Ley Nacional de Turismo, miles de ideas y, por ahora, ninguna vuelta”; 25 de Octubre, “Ley Nacional de Turismo, al final, salió con fórceps”.

2005

Fernández, G. N.

2003; Manual de derecho hotelero y turístico; el contrato de hospedaje. Volumen 1. Quórum Editora, Rosario.

Froger, G. y E. Zyla

1998; Towards a Decision-Making Framework to Address Sustainable Development Issues, Sustainable Development: Concepts, Rationalities and Strategies, Sylvie Faucheux, Martín O'Connor y Jan van der Straaten (eds.), Londres, Kluwer Academic Publishers.

Fuliana Ayuso

2002; Turismo sostenible; Introducción. Rubens Editorial, S.L., Barcelona.

Fundación Turismo para Todos

Creación del sitio: 1 de noviembre de 2000. Última actualización: 11 de octubre de 2004. Disponible en: info@turismoaccesible.com.ar

Diseño y mantenimiento Webmaster: Claudio Segovia

Fuster, L.F.

1980; Teoría y Técnica del turismo; Pequeña historia del turismo. Tomo II, 5ª edición. Editora Nacional, Madrid.

Gallopin, G.C. y K. Christianson

2000; Sustainable Development, Society and the Environment: A Conceptual Framework for Tracking the Linkages, Stockholm Environment Institute, Estocolmo.

Gherzi, C. A. y colaboradores

1994; Obligaciones civiles y comerciales. Astrea. Pág. 72, Buenos Aires.

Gunderson, L.H., C.S. Holling y S.S. Light (eds.)

1995; Barriers and Bridges to the Renewal of Ecosystems and Institutions, Columbia University Press, Nueva York.

Comercialización de productos y servicios turísticos.

s.f;

Holling, C.S.

1986; The Resilience of Terrestrial Ecosystems: Local Surprise and Global Change, W.C. Clark & R.E. Munn (eds.), Sustainable Development of the Biosphere, International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA)/ Cambridge University Press, pp. 292-317, Cambridge.

1973; Resilience and Stability of Ecological Systems, Ann. Rev. Ecol. & Systematics 4: 1-23.

Holloway, C.J.

1998; The business of tourism. 5ª edición. Addison Wesley Longman Ltd., Singapur.

Humblet y Silva

2002; Normas para el siglo XXI – Seguridad social. OIT (Organización Internacional del Trabajo).

Hunter, C. y H. Green

1995; Tourism and the environment. A sustainable relationship?. Routledge, Londres.

IGBP (International Geosphere-Biosphere Programme)

2001; Global Change and the Earth System: A planet under pressure. The Global Environmental Programmes. Will Steffen y Peter Tyson (eds.). Estocolmo: IGBP, IGBP Science Series N° 4, 32pp

(disponible en <http://www.igbp.kva.se/egibin/php/frameset.php>).

Jimenez Herrero, Luis M.

2000; Desarrollo sostenible: Transición hacia la coevolución global. Ediciones Pirámide (Grupo Ana, S.A.), Madrid.

La Agencia de Viajes, seminario para profesionales de turismo

2004; Edición N° 821 año XVI

Leiper, N.

1990; Tourism systems, department of management systems, Occasional paper 2. Massey University, Auckland.

Micaló, P.R.

2003; Evaluación de Impacto Ambiental; nacimiento y evolución. Rubens Editorial, S.L., Barcelona.

Narduci, A. *et al.*

2002; Proyecto de Ley Nacional de Alojamientos Turísticos Hoteleros. Orden del día N° 1737, Buenos Aires.

OMT (Organización Mundial del Turismo)

2001; Disponible en: <http://www.world-tourism.org>.

1998; Introducción al Turismo; Capítulo 2: Turismo: concepto y definiciones. Editorial OMT, Madrid.

1994; Compendio de estadísticas del turismo 1988 – 1992, 14ª edición. Editorial OMT, Madrid.

1993; Tendencias del turismo. Series mundiales: Mundo. Editorial OMT, Madrid.

O`Reilly A.M.

1986; Tourism Management: "Tourism carryn capacity: concept and issues", 7:254-258

Subsecretaría de infomaciones

1953; El turismo en el 2º Plan Quinquenal. Presidencia de la Nación, Buenos Aires.

Turner, Pearce y Bateman (1991)

1994; citados en: Hunter, C.: Sustainable tourism as on adaptive paradigm. Annals of tourism research 1997;24 (4): 850-867.

Weingarten, C. y C. A. Ghersi

2002; Contrato de turismo: Derechos y obligaciones de la empresa de turismo. Abeledo – Perrot S.A.E. e I., Buenos Aires.

World Commission on Environment and Development (WCED)
1987; Our Common Future. Oxford University Press, Oxford.

9.2. Leyes consultadas

Ley Federal de Turismo de México

Publicada e el diario oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1992, en vigor a partir del 30 de enero de 1993.

Ley orgánica de Turismo

24 de septiembre de 1998, República de Venezuela.

Ley 65

Sanción 14/12/1992; promulgación.5/1/1992; publicación 8/1/1993; Régimen turístico provincial, Tierra del Fuego.

Ley 587

Sanción 29/5/2003; promulgación 8/10/2003; publicación 27/10/2003; Fondos provinciales de asignación específica para la promoción y el fomento de la actividad turística, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Ley 600

Sanción 7/6/2001; Ley de turismo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Ley 1418

Sanción 26/6/2003; publicación 10/10/2003; Turismo Rural, Formosa.

Ley 2414

Sanción 24/10/2002; promulgación 12/11/2002; publicación 15/11/2002; Desarrollo integral y sustentable, Neuquen.

Ley 2603

Sanción 14/4/1993; promulgación 29/4/1993; publicación 6/5/1993; Promoción, Río Negro.

Ley 2655

Sanción 26/6/2003; promulgación 23/7/2003; publicación 14/8/2003; Villa turística estricta, Santa Cruz.

Ley 2669

Sanción 29/7/1993; promulgación 26/8/1993; publicación 2/9/1993; áreas naturales protegidas. Río Negro.

Ley 2737

Sanción 22/12/1993; promulgación 7/1/1994; publicación 3/2/1994; Ejercicio profesional. Río Negro.

Ley 2754

Sanción 22/12/1993; promulgación 18/2/1994; publicación 24/2/1994; Turismo ecológico, Río Negro.

Ley 2937

Sanción 5/12/1995; promulgación 4/1/1996; publicación 11/1/1996; Promoción. Río Negro.

Ley 3548

Sanción 14/8/2001; promulgación 6/9/2001; publicación 20/9/2001; Registro de inversores turísticos. Río Negro.

Ley 3560

Sanción 27/11/1998; promulgación 9/12/1998; publicación 21/12/1998; Capacitación y concientización turística. Misiones.

Ley 3573

Sanción 20/5/1999; promulgación 3/6/1999; publicación 11/6/1999; Promoción de la actividad turística. Misiones.

Ley 3736

Sanción 14/12/2000; promulgación 26/12/2000; publicación 2/1/2001; Emprendimientos turísticos alternativos. Misiones.

Ley 3780

Sanción 2/8/2001; publicación 22/8/2001; Fondo misionero de promoción del turismo, Misiones.

Ley 3816

Sanción 29/11/2001; promulgación 10/12/2001; publicación 14/12/2001; Colegios profesionales. Misiones.

Ley 3915

Sanción 8/9/1993; promulgación 9/12/1993; publicación 17/12/1993; Política turística provincial. Chaco.

Ley 3926

Sanción 19/12/2002; promulgación 9/1/2003; publicación 17/1/2003; Reservas naturales. Misiones.

Ley 4039

Sanción 30/12/2003; promulgación 9/1/2004; publicación 12/1/2004; Sistema integral y continuo de estadística turística. Misiones.

Ley 4617

Sanción 1/8/2000; promulgación 16/8/2000; publicación 25/8/2000; Reservas Naturales. Chubut.

Ley 4913

Sanción 2/7/1997; promulgación 23/7/1997; publicación 29/8/1997; Industria de interés provincial. Catamarca.

Ley 4934

Sanción 26/11/1997; promulgación 22/12/1997; publicación 30/12/1997; Promoción de inversiones en turismo. Catamarca.

Ley 5007

Sanción 21/9/2000; promulgación 25/10/2000; publicación 7/11/2000; Turismo ecológico. Catamarca.

Ley 5012

Sanción 28/8/1997; promulgación 11/9/1997; publicación 21/1/1998; Actividad turística, Jujuy.

Ley 5013

Sanción 9/9/1997; promulgación 29/9/1997; publicación 23/1/1998; Régimen de promoción del desarrollo turístico, Jujuy.

Ley 5059

Sanción 9/10/2003; promulgación 24/10/2003; publicación 31/10/2003; Organismo provincial de turismo, Chubut.

Ley 5060

Sanción 6/12/1995; promulgación 18/12/1995; publicación 20/12/1995; Régimen, San Luis.

Ley 5096

Sanción 19/6/2003; promulgación 22/7/2003; publicación 1/8/2003; Promoción y desarrollo del turismo salud, Catamarca.

Ley 5198

Sanción 21/9/2000; promulgación 17/10/2000; publicación 29/11/2000; Desarrollo integral, Jujuy.

Ley 5217

Sanción 21/5/2003; promulgación 2/6/2003; publicación 6/6/2003; Consejo provincial del turismo, Chaco.

Ley 5314

Sanción 6/6/2002; promulgación 1/7/2002; publicación 16/8/2002; Actividad turística, Jujuy.

Ley 5319

Sanción 4/7/2002; promulgación 25/7/2002; publicación 9/9/2002; Ley marco para la actividad turística, Jujuy.

Ley 5356

Sanción 3/7/2003; promulgación 23/7/2003; publicación 8/8/2003; Educación, Jujuy.

Ley 5362

Sanción 28/8/2003; promulgación 17/9/2003; publicación 20/10/2003; Guía de turismo. Jujuy.

Ley 5507

Sanción 31/3/2004; promulgación 6/4/2004; publicación 23/4/2004; Ley de turismo, San Luis.

Ley 5535

Sanción 3/9/2003; promulgación 14/10/2003; publicación 23/10/2003; Ley provincial de turismo, Corrientes.

Ley 6337

Sanción 30/10/1996; promulgación 18/11/1996; publicación 15/11/1996; Promoción turística, Santiago del Estero.

Ley 6911

Sanción 10/12/1998; promulgación 26/1/1999; publicación 10/3/1999; Flora – Fauna, San Juan.

Ley 7027

Sanción 17/4/2000; promulgación 19/5/2000; publicación 5/6/2000; Desarrollo, fomento y promoción, Tucumán.

Ley 7045

Sanción 10/8/1999; promulgación 2/9/1999; publicación 6/9/1999; Ley provincial de turismo, Salta.

Ley 7105

Sanción 14/12/2000; promulgación 8/1/2001; publicación 18/1/2001; Ecoturismo y agroturismo, Tucumán.

Ley 7174

Sanción 18/12/2001; promulgación 7/1/2002; publicación 31/1/2002; Educación, Salta.

Ley 7184

Sanción 8/11/2001; promulgación 12/8/2002; publicación 13/8/2002; Deportes, San Luis.

Ley 7189

Sanción 15/11/2001; promulgación 25/1/2002; publicación 4/2/2002; Centros de información turística, San Juan.

Ley 7371

Sanción 12/9/2002; promulgación 3/10/2002; publicación 5/11/2002; Medio ambiente, recursos naturales, ecología, La Rioja.

Ley 7419

Sanción 2/10/2003; promulgación 10/10/2003; publicación 3/11/2003; Seguridad turística provincial, San Juan.

Ley 7495

Sanción 22/5/2003; promulgación 6/6/2003; publicación 11/7/2003; Ente regional cuyo turismo, La Rioja.

Ley 7496

Sanción 22/5/2003; promulgación 4/6/2003; publicación 6/1/2004; Corredor turístico regional, La Rioja.

Ley 7497

Sanción 22/5/2003; promulgación 29/5/2003; publicación 11/7/2003; Convenio Marco de Cooperación entre la Provincia de La Rioja y la Provincia de San Juan, La Rioja.

Ley 8467

Sanción 24/5/1995; promulgación 29/12/1995; publicación 10/1/1996; Área de interés provincial y promoción turística, terapéutica, mineralógica y geotérmica, Córdoba.

Ley 8801

Sanción 23/9/1999; promulgación 15/10/1999; publicación 19/10/1999; Turismo alternativo, Córdoba.

Ley 9059

Sanción 20/11/2002; promulgación 23/12/2002; publicación 24/2/2003; Inmuebles de dominio público susceptibles de aprovechamiento turístico, Córdoba.

Ley 9124

Sanción 3/9/2003; promulgación 12/9/2003; publicación 22/9/2003; Ley de turismo, Córdoba.

Ley 19.829

Sanción y Promulgación 6/11/1970; Ley de Agentes de Viajes. Buenos Aires, Argentina.

Ley 25.997

Sanción 16/12/2004; promulgación 05/01/2005; publicación 07/01/2005; Ley Nacional de Turismo. Argentina

Todas disponibles en el Programa Informático Lexis Nexis

10. Anexo

Provincia	Ley	Tema	Aspectos considerados							
			Objeto	Órgano de aplicación y ejecución	Beneficiarios	Beneficios	Obligaciones	Disposiciones generales	Objetivos	Sanciones
Catamarca	4913	Industria de Interés Provincial						X		
	4934	Promoción de Inversiones en Turismo				X				
	5007	Turismo Ecológico		X					X	
	5096	Promoción y Desarrollo del Turismo Salud	X		X					
Córdoba	8467	Área de Interés Provincial y Promoción Turística, Terapéutica, Mineralógica y Geotérmica		X						X
	8801	Turismo Alternativo		X						X
	9059	Inmuebles de Dominio Público Susceptibles de Aprovechamiento Turístico								
	9124	Ley de Turismo		X				X	X	
Corrientes	5535	Ley de Turismo			X		X	X	X	
Chaco	3915	Política Turística Provincial		X	X	X			X	X
	5217	Consejo Provincial del Turismo		X						
Chubut	4617	Reservas Naturales							X	
	5059	Organismo Provincial de Turismo								
Formosa	1418	Turismo Rural		X						
Jujuy	5012	Actividad Turística		X						

	5013	Régimen de Promoción del Desarrollo Turístico		X	X	X		X	X	X
	5198	Desarrollo Integral	X	X			X			X
	5314	Actividad Turística								
	5319	Ley Marco para la Actividad Turística		X						X
	5356	Educación								
	5362	Guía de Turismo		X						X
La Rioja	7371	Medio Ambiente, Recursos Naturales, Ecología	X	X				X	X	X
	7495	Ente Regional Cuyo Turístico						X		
	7496	Corredor Turístico Regional		X					X	
	7497	Convenio Marco de Cooperación con San Juan	X							
Misiones	3560	Ley de Concientización Turística	X	X						
	3573	Promoción de la Actividad Turística		X	X	X			X	X
	3736	Emprendimientos Turísticos Alternativos	X	X			X	X		X
	3780	Fondo misionero de Promoción del Turismo	X	X						
	3816	Colegios Profesionales		X			X			
	3926	Reservas Naturales								
	4039	Sistema Integral y Continuo de Estadística Turística		X						
Neuquén	2414	Desarrollo Integral y Sustentable	X	X			X			X
Rio Negro	2603	Promoción		X					X	
	2669	Áreas Naturales Protegidas							X	

	2737	Ejercicio Profesional		X			X	X		X
	2754	Turismo Ecológico		X			X			
	2937	Promoción	X		X	X	X	X		X
	3548	Registro de Inversores Turísticos								
Salta	7045	Ley Provincial de Turismo		X	X	X	X	X	X	X
	7174	Educación								
San Luis	5060	Régimen		X	X		X		X	
	5507	Ley de Turismo	X	X	X		X		X	X
San Juan	6911	Flora - Fauna						X	X	
	7184	Deportes	X	X			X	X	X	X
	7189	Centros de Información Turística		X					X	
	7419	Seguridad Turística Provincial								
Santa Cruz	2655	Villa Turística Estricta								
Santiago del Estero	6337	Promoción Turística		X	X	X		X	X	X
Tierra del Fuego	65	Régimen Turístico Provincial	X	X			X	X	X	X
	587	Fondos Provinciales de Asignación Específica para la Promoción y el Fomento de la Actividad Turística								
Tucumán	6700	Desarrollo Turístico		X	X	X		X	X	X
	7027	Desarrollo, Fomento y Promoción		X				X	X	X
	7105	Ecoturismo y Agroturismo		X						
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	600	Ley de Turismo	X	X			X		X	

Provincia	Ley	Tema	Aspectos considerados						
			Ámbito de Aplicación	Derechos	Sujetos	Sistema Turístico Provincial	Consejo Turístico Provincial	Actividades	Principios Generales
Catamarca	4913	Industria de Interés Provincial					X		X
	4934	Promoción de Inversiones en Turismo							
	5007	Turismo Ecológico							X
	5096	Promoción y Desarrollo del Turismo Salud							
Córdoba	8467	Área de Interés Provincial y Promoción Turística, Terapéutica, Mineralógica y Geotérmica							
	8801	Turismo Alternativo						X	
	9059	Inmuebles de Dominio Público Susceptibles de Aprovechamiento Turístico							
	9124	Ley de Turismo	X				X		
Corrientes	5535	Ley de Turismo		X					
Chaco	3915	Política Turística Provincial			X			X	
	5217	Consejo Provincial del Turismo					X		
Chubut	4617	Reservas Naturales							
	5059	Organismo Provincial de Turismo							

Formosa	1418	Turismo Rural							X
Jujuy	5012	Actividad Turística							X
	5013	Régimen de Promoción del Desarrollo Turístico					X		X
	5198	Desarrollo Integral	X		X	X	X		X
	5314	Actividad Turística							
	5319	Ley Marco para la Actividad Turística	X		X		X	X	
	5356	Educación							
	5362	Guía de Turismo		X	X				X
La Rioja	7371	Medio Ambiente, Recursos Naturales, Ecología	X						X
	7495	Ente Regional Cuyo Turístico					X		
	7496	Corredor Turístico Regional							
	7497	Convenio Marco de Cooperación con San Juan							
Misiones	3560	Ley de Concientización Turística							
	3573	Promoción de la Actividad Turística							
	3736	Emprendimientos Turísticos Alternativos					X		X
	3780	Fondo misionero de Promoción del Turismo							
	3816	Colegios Profesionales	X	X					X
	3926	Reservas Naturales							X

	4039	Sistema Integral y Continuo de Estadística Turística						X	
Neuquén	2414	Desarrollo Integral y Sustentable	X		X	X	X		X
Rio Negro	2603	Promoción		X					X
	2669	Áreas Naturales Protegidas							
	2737	Ejercicio Profesional	X	X					X
	2754	Turismo Ecológico							X
	2937	Promoción					X		
	3548	Registro de Inversores Turísticos							
Salta	7045	Ley Provincial de Turismo	X	X				X	X
	7174	Educación							
San Luis	5060	Régimen		X					X
	5507	Ley de Turismo		X					X
San Juan	6911	Fauna - Flora							X
	7184	Deportes							X
	7189	Centros de Información Turística							
	7419	Seguridad Turística Provincial							
Santa Cruz	2655	Villa Turística Estricta							X
Santiago del Estero	6337	Promoción Turística	X				X		X
Tierra del Fuego	65	Régimen Turístico Provincial	X	X			X		X

	587	Fondos Provinciales de Asignación Específica para la Promoción y el Fomento de la Actividad Turística							
Tucumán	6700	Desarrollo Turístico	X					X	
	7027	Desarrollo, Fomento y Promoción	X						X
	7105	Ecoturismo y Agroturismo							X
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	600	Ley de Turismo	X	X		X			X

FUENTE: Elaboración propia, datos obtenidos del programa informático Lexis Nexis (2004)