



# ANUARIO 2025

RESÚMEN  
DE GESTIÓN

SECRETARÍA DE  
**TURISMO**

# ANUARIO

---

## RESÚMEN DE GESTIÓN



DIRECCIÓN GRAL.  
DE PROMOCIÓN  
Y DESARROLLO  
TURÍSTICO

DIRECCIÓN GRAL.  
DE PLANIFICACIÓN  
Y CAPACITACIÓN  
TURÍSTICA

DIRECCIÓN GRAL.  
DESPACHO Y  
ADMINISTRACIÓN

DIRECCIÓN GRAL.  
DE DESARROLLO  
Y PRODUCTOS  
TURÍSTICOS

DIRECCIÓN GRAL.  
DE ESTADÍSTICA  
Y MERCADEO

DIRECCIÓN GRAL.  
OPERATIVA

**JOSÉ ROSA**  
SECRETARIO DE TURISMO

**[turismo.larioja.gob.ar](http://turismo.larioja.gob.ar)**

SECRETARÍA DE  
**TURISMO**

# ÍNDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>pág. 4</b>
<b>Contexto General.....</b>	<b>pág. 5</b>
<b>Editorial.....</b>	<b>pág. 6</b>

<b>Capítulo 1:</b>	
<b>PLANTUR La Rioja 360 .....</b>	<b>pág. 7</b>
- Compromiso con la sostenibilidad	
- Profesionalización del equipo técnico	
- Asistencia técnica y fortalecimiento municipal	
- Formación: una provincia que aprende	
- Programa Turismo va a la Escuela	
- Impulso Turístico 50/50	
- Sistema Riojano de Calidad Turística	
- Sello ArtesanAR	
- Registro de Prestadores Turísticos Accesibles	
- Vinculación académica	

<b>Capítulo 2:</b>	
<b>Desarrollo de Productos.....</b>	<b>pág. 12</b>
- Turismo Aventura	
- Camino Minero a Amaná	
- Ruta del Vino Riojano	
- Infraestructura y Señalética Turística	
- Hito Km 4.000 de la Ruta Nacional	
- Famatina – Best Tourism Villages (ONU Turismo)	
- La Rioja en los Caminos de la Libertad	

<b>Capítulo 3:</b>	
<b>Promoción y Comercialización.....</b>	<b>pág. 15</b>
- Previaje Riojano Movete por La Rioja con Chachos	
- Presencia nacional	
- Promoción turística en medios masivos	
- Ecosistema digital consolidado	
- Plataformas digitales y redes sociales	
<b>Capítulo 4:</b>	
<b>Comunicación Institucional.....</b>	<b>pág. 18</b>
- Producción informativa y relación con medios	
- Estrategia audiovisual	
- Comunicación con enfoque social	
- Redes sociales	
- Cobertura territorial	
<b>Capítulo 5:</b>	
<b>Observatorio Económico de Turismo.....</b>	<b>pág. 21</b>
- Metodología de relevamiento y generación de información oficial	
- Perfil del visitante y niveles de ocupación	
- Impacto económico del turismo	
- Información estratégica para la toma de decisiones	
<b>Cierre</b>	
<b>Aliados estratégicos.....</b>	<b>pág. 84</b>

# INTRODUCCIÓN



La Secretaría de Turismo de la Provincia de La Rioja presenta la Gestión 2025 como un período de consolidación estratégica, orientado por los lineamientos del Plan Estratégico de Turismo Sostenible PLANTUR 360. En este marco, la Subsecretaría de Planificación y Capacitación Turística fortaleció los procesos de diseño, ejecución y monitoreo de políticas públicas destinadas a mejorar la competitividad del destino, promover la sostenibilidad territorial y garantizar la calidad en la prestación de servicios turísticos.

Durante 2025 se avanzó en acciones clave vinculadas a planificación, formación profesional, infraestructura turística, formalización del sector, innovación y desarrollo de productos turísticos integrados, accesibilidad, turismo responsable y mejora continua.

Estas acciones se articularon a partir de un trabajo colaborativo con municipios, organismos provinciales, instituciones educativas, cámaras empresariales y prestadores, consolidando un ecosistema de trabajo que refuerza la visión de La Rioja como un destino sostenible, innovador y orientado al bienestar.

La gestión realizada se enmarca en cuatro pilares centrales del PLANTUR 360:

1. **Turismo Sostenible:** Integrando la sostenibilidad ambiental, social y económica como pilar fundamental del desarrollo turístico.
2. **Gobernanza:** Promoviendo la colaboración y el trabajo conjunto entre el sector público, sector privado, ámbito académico y comunidades locales.
3. **Ordenamiento Territorial:** Planificando y gestionando el uso del suelo y los recursos turísticos para un aprovechamiento ordenado y sustentable.
4. **Marketing Turístico:** Implementando acciones para diversificar los mercados y destinos turísticos y fortalecer el posicionamiento del destino.

El presente anuario resume los avances logrados en 2025, el contexto sectorial, los resultados por áreas de trabajo y un análisis evaluativo que permitirá proyectar los desafíos para 2026.

## CONTEXTO GENERAL

El año 2025 presentó un escenario turístico nacional y provincial complejo, caracterizado por caídas en los niveles de ocupación. Más allá de ciertas excepciones en el movimiento interno, impulsadas por el fortalecimiento del turismo de naturaleza, el bienestar, el turismo cultural y los viajes de corta duración, La Rioja se mostró, al igual que el resto del país, como un destino en una situación desafiante, con cierta estabilidad en períodos puntuales, especialmente ante una demanda cada vez más interesada en experiencias auténticas, entornos naturales, hospitalidad local y actividades de bajo impacto ambiental.

A nivel provincial, se consolidaron iniciativas de ordenamiento territorial y de fortalecimiento institucional que acompañaron la gestión en este contexto:

El sector empresarial y los prestadores independientes evidenciaron un incremento en los procesos de formalización, certificaciones de calidad y participación en programas de capacitación, contribuyendo a la conformación de un ecosistema turístico más profesionalizado.

Los municipios ampliaron su participación en mesas técnicas, programas de planificación y proyectos articulados, especialmente en temas de reposicionamiento, señalética, accesibilidad, promoción responsable y desarrollo de productos turísticos. En paralelo, la provincia avanzó en estrategias comunicacionales que reforzaron la identidad del destino y su posicionamiento en redes.

Este escenario ofreció una oportunidad estratégica para aplicar los lineamientos del PLANTUR 360, orientados a integrar políticas públicas, gestión sostenible, talento humano y desarrollo territorial equilibrado.

## EDITORIAL



Este informe se presenta como un **resumen de la gestión**, desarrollada en un contexto complejo, marcado por un **presupuesto acotado** y por **políticas nacionales** que condicionaron el escenario general de la actividad turística. Aun así, mediante una **planificación estratégica**, la **optimización de los recursos disponibles** y el trabajo articulado con los distintos actores del sector, logramos alcanzar **resultados concretos y significativos**.

En este marco, destaco que los **logros obtenidos** expresan el firme convencimiento de la **política pública provincial** de que el **turismo** constituye una **actividad prioritaria** para el **desarrollo económico, social y territorial** de La Rioja.

Incluso en **escenarios adversos**, la Provincia sostuvo estas **políticas** y fortaleció al sector, reafirmando su **compromiso con el crecimiento, el empleo y el desarrollo equilibrado** del territorio.



JOSÉ ANTONIO ROSA  
SECRETARIO DE TURISMO  
PROVINCIA DE LA RIOJA

# CAPITULO 1: PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE PLANTUR LA RIOJA 360



El 2025 permitió demostrar que el **PLANTUR La Rioja 360** es un **plan vivo** que ordena la acción del Estado en el territorio. Todos los logros alcanzados durante el año son, en conjunto, la evidencia concreta de la aplicación del **PLANTUR**. Cada política ejecutada durante el 2025 responde a uno o varios de sus ejes estratégicos.

Mediante el **PLANTUR** se pudo verificar mejoras significativas en **coordinación territorial, profesionalización del sector y desarrollo de productos turísticos**. También mostró avances normativos en **municipios clave**, un crecimiento sostenido de la **oferta habilitada** y la consolidación de instrumentos que no existían o no estaban sistematizados, como el **Observatorio Económico de Turismo**, los programas de apoyo a la oferta (**Impulso Turístico**) y demanda turística (**Previaje Riojano**), como así también, los **programas de formación continua**. Se pudo observar cómo la **planificación anticipada** —aun en un contexto económico adverso— sostuvo la continuidad de obras, asistencias técnicas y **proyectos estratégicos**.

El **PLANTUR** identificó oportunidades claras para **2026**: la recuperación de **caminos estratégicos**, la creación de nuevos productos basados en **naturaleza y cultura**, la continuidad en la expansión de la **señalética unificada**, la ampliación del **sistema de información turística** y la potenciación de las **regiones turísticas**. Todas estas líneas de trabajo se proyectan como la continuidad natural de un plan que ya mostró **resultados medibles y verificables**.

## Registro Digital de Prestadores Turísticos y crecimiento de la oferta

Se implementó el nuevo sistema online de **Registro de Prestadores Turísticos**, que reduce trámites presenciales, agiliza procesos de carga de datos y contribuye al desafío de gestión “**papel cero**”, reafirmando el compromiso con la sostenibilidad y la modernización del sector. Consolidando una herramienta clave para la formalización, el control y la promoción de la oferta turística de la provincia.

A pesar del contexto económico, el turismo riojano logró sostener y ampliar su planta turística:

- **366 nuevas plazas de alojamiento habilitadas.**
- **195 prestadores registrados (+12%).**
- **15 nuevas agencias de viaje (+22%).**

Son números que cuentan una historia: la provincia no se paralizó. Siguió apostando a su futuro turístico.

## Compromiso con la sostenibilidad, la modernización y el fortalecimiento institucional

Durante **2025**, la **Secretaría de Turismo** avanzó en un modelo de **gestión sostenible**, orientado a fortalecer el **desarrollo institucional**, modernizar los procesos de trabajo y optimizar los servicios que se brindan a la ciudadanía y al sector turístico. En este marco, se impulsó la **profesionalización continua** del equipo de trabajo, entendida como una herramienta estratégica para mejorar la calidad de atención, la eficiencia operativa y la capacidad técnica de la Secretaría frente a los desafíos actuales del turismo.

Como parte de este compromiso, el personal de la Secretaría de Turismo participó durante **2025** en diversas instancias de formación, entre las que se destacan:

- **Programa de Formación en Gestión Turística del Consejo Federal de Inversiones (CFI).**
- **Diplomatura en Marketing Digital Orientada al Turismo**, dictada por la **Universidad Nacional de Tres de Febrero**.
- **Diplomatura en Vinos de Argentina y del Mundo**, de **Formate Sommeliers**.
- **Curso de Autogestión de Accesibilidad Turística**, impulsado por la **Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación**.
- **Diplomatura en Vinos de Argentina y del Mundo** del **CFI**.

## Asistencia técnica y fortalecimiento municipal

Se profundizó el trabajo de fortalecimiento institucional de las **Oficinas de Información Turística (OIT)**, consideradas un eslabón estratégico en la experiencia del visitante y en la gestión territorial del turismo, logrando asistir a **10 departamentos con equipamiento e indumentaria: Gral. Felipe Varela, Gral. Lamadrid, Vinchina, Chilecito, Famatina, Castro Barros, Arauco, San Blas de los Sauces, Independencia y Rosario Vera Peñaloza**.

Logrando un **acompañamiento cercano a municipios**, en **2025** se desarrolló una agenda técnica permanente que permitió:

- **Elaborar y actualizar inventarios turísticos.**
  - **Asistir a gobiernos locales en ordenamiento de atractivos y circuitos.**
  - **Acompañar y aportar en el diseño de nuevas ordenanzas municipales de Habilitación Comercial e Información Turística**, claves para ordenar la actividad y elevar estándares de calidad.
  - **Fortalecer equipos locales para que el turismo sea una política real y no un enunciado.**
- La política es clara: **no hay turismo provincial fuerte sin municipios fuertes.**

## Formación: una provincia que aprende

Durante 2025 se ejecutaron 75 instancias de capacitación, con más de 1800 participantes. Estas acciones abarcaron temas esenciales para el desarrollo turístico moderno: señalética, atención al visitante, inglés para turismo, marketing digital, seguridad en senderos, servicio gastronómico (barista, bartender), cartelería, normativa, y más.

La formación es el corazón silencioso del desarrollo: eleva estándares, profesionaliza el sector y crea oportunidades de empleo reales, especialmente en jóvenes.

## Turismo va a la Escuela

La educación turística volvió a tener un año contundente. Con 2.240 estudiantes participantes, el programa duplicó su alcance respecto a 2024.

Esta política tiene una potencia única: abre puertas, despierta vocaciones y construye Identidad riojana desde edades tempranas. Cada chico y chica que conoce su provincia se convierte en embajador natural del destino.



## Impulso Turístico 50/50: inversión que llega a la gente

El programa **Impulso Turístico 50/50** volvió a ser una herramienta crucial. Cofinanció proyectos privados que mejoran alojamientos, restaurantes, agencias y experiencias turísticas. Los resultados alcanzados reflejan un impacto directo en la calidad y diversidad de la experiencia turística riojana.

Entre los principales logros se destacan:

- Incorporación de nuevas plazas al sector con mejoras sustanciales en la **calidad de los servicios de hospedaje**.
- Ampliación de experiencias de **turismo aventura y naturaleza** (astroturismo, cabalgatas, tirolesas, hidropedales).
- Integración del **producto enoturístico**, potenciando la experiencia del vino riojano en fincas y bodegas turísticas.
- Optimización de **servicios gastronómicos**.
- Mejora en la **atención al visitante** en agencias receptivas, con modernización de sus sistemas de comunicación.
- Fortalecimiento de la **seguridad turística**, mediante modernización del sistema de comunicación y rescate.
- Revalorización de la **producción local**, con mejoras en locales de venta de productos regionales.

Esta política combina **visión económica, apoyo al emprendedurismo y mejora directa en la experiencia del visitante**.





## Sistema Riojano de Calidad Turística.

La Rioja eligió aportar en calidad con una mirada profundamente identitaria. El **Sello ArtesanAR** se volvió en **2025** una herramienta para dar reconocimiento, formalidad y acompañamiento a quienes mantienen vivas las tradiciones artesanales. Este sello pone en valor la historia, la técnica y la identidad cultural detrás de cada pieza.

También se actualizó el **Registro de Prestadores Turísticos Accesibles**, que asegura que el turismo riojano siga ampliando horizontes de inclusión. Este registro, aunque estable, constituye una base sólida sobre la cual crecer.

## Vinculación académica y formación profesional

Durante **2025**, se fortaleció su vínculo con la Universidad Nacional de La Rioja (UNLaR) mediante acciones orientadas a la formación académica y la aplicación práctica de conocimientos en territorio. En este marco, se brindó **asistencia técnica permanente a estudiantes** de carreras afines a turismo, acompañando su proceso formativo y colaborando activamente.

Estudiantes de la Tecnicatura en Guía de Turismo realizaron prácticas profesionales en el **Bus de la Ruta del Vino Riojano**, mientras que alumnos de la Licenciatura en Turismo participaron de la presentación del **Inventario Turístico Provincial**, que incluyó un taller sobre jerarquización y categorización de atractivos turísticos, herramientas clave para la planificación del sector.

Por otra parte, la Secretaría participó como disertante en el Seminario de Actualización “**Campamentismo y Senderismo**”, organizado por la UNLaR, que incluyó instancias teóricas y una práctica en el **Parque Natural y Arqueológico El Saladillo**, donde estudiantes de ambas carreras aplicaron conocimientos vinculados a la gestión de productos de turismo aventura.

Finalmente se realizó en forma conjunta el **Congreso Regional de Turismo Naturaleza y Sostenibilidad**, en **Villa Unión**, con destacados expositores nacionales y locales con la presencia de **300 asistentes**.

## CAPÍTULO 2: DESARROLLO DE PRODUCTOS Y DESTINOS



### Turismo Aventura: la naturaleza como oportunidad

La Rioja tiene territorios que parecen escritos para la aventura.

En 2025 se avanzó en:

- Asistencia técnica a prestadores con talleres de “Iniciación a la Actividades de Senderismo” en Parque Provincial El Chiflón, Reserva Urbana Takú, Parque Natural y Arqueológico El Saladillo, Reserva Provincial Guasamayo y la UNLaR.
- Desarrollo de la Guía Provincial para Prestadores de Turismo Aventura: Tomo Senderismo y Trekking, herramienta clave para ordenar la oferta y promover prácticas seguras
- Intervención integral de áreas estratégicas de Los Llanos Riojanos:
  - Reserva Provincial Guasamayo: ordenamiento y jerarquización con portales de acceso, señalética interna, conectividad, demarcación y zonificación, equipamiento e indumentaria, más capacitación y asesoramiento integral.
  - Reserva Provincial El Chiflón: puesta en valor, consolidación del Centro de Atención al Turista, energía eléctrica, conectividad, agua potable, señalética, capacitación y nuevas modalidades como bicicletas.
  - Pampa de las Salinas / Lagunas de Ulapes: diagnóstico territorial, relevamiento y prueba piloto, delimitación de senderos y circulación vehicular; experiencias de campamentismo, astroturismo, cabalgatas y observación de aves en articulación con la comunidad local.

### Reacondicionamiento del Camino Minero a Amaná

Se gestionó junto a Vialidad Provincial la mejora de 22 km de camino minero, garantizando accesibilidad al campamento Basalto SA y fortaleciendo un corredor estratégico para el desarrollo turístico.

En conjunto, estas intervenciones reflejan una política clara: el turismo aventura en La Rioja se desarrolla con planificación, seguridad y respeto por el territorio, sentando bases para un crecimiento sostenido.

## Enoturismo: la Ruta del Vino Riojano como proyecto estratégico

El enoturismo riojano vivió un año de madurez. Con 17 agencias y 14 bodegas y 4 servicios distintos que se desarrollaron en la Costa Riojana, Chilecito y Sanagasta, la provincia logró consolidar un circuito profesional, articulado y creciente. Se registraron más de 1.900 visitas a experiencias en bodegas.

La Ruta del Vino Riojano es un producto sólido, con identidad propia, que suma prestigio y derrama económica.

## Infraestructura y Señalética: ordenar para crecer

Se desplegó un programa coordinado en 14 departamentos: Arauco, Castro Barros, Sanagasta, La Rioja Capital, Independencia, Chamical, Gral. Facundo Quiroga, Rosario Vera Peñaloza, Gral. San Martín, Gral. Belgrano, Chilecito, Gral. Lamadrid, Vinchina y San Blas de los Sauces. Logrando, mediante un trabajo articulado con los equipos municipales, instalar más de 360 carteles de señalética turística y capacitando a más de 200 personas.

La señalética es ordenamiento, es seguridad y es narrativa territorial. La Rioja decidió unificar su lenguaje visual y crear el **Manual de Señalética Turística 2025-2027**, pensado para garantizar coherencia estética, accesibilidad, estándares técnicos y una lectura homogénea del destino.



## Hito Km 4.000 de la Ruta Nacional 40

Durante **2025** se concretó la instalación del **Hito del kilómetro 4.000 de la Ruta Nacional 40, en San Blas de los Sauces**, con una inversión de **\$8.000.000**.

El proyecto permitió crear un espacio integral renovado, que incluye una plaza seca como punto fotográfico, un área de descanso y contemplación del paisaje, y una oficina de información turística para orientar y acompañar a los viajeros. Esta intervención se suma a la posta policial existente, reforzando la seguridad del corredor, y a la presencia de un cajero automático, garantizando servicios esenciales para la comunidad local y el turismo.

## Reconocimiento internacional y posicionamiento territorial

Un hecho destacado del **2025** fue la selección de **Famatina** entre los **8 pueblos argentinos reconocidos por ONU Turismo** dentro de **Best Tourism Villages**.

Este importante marcó un hito histórico para la provincia de La Rioja, ya que es la primera vez que un destino riojano alcanza esta instancia internacional. La postulación de Famatina es fruto del compromiso de su comunidad con sus raíces, y del trabajo articulado entre la **Secretaría de Turismo** de la provincia y el **Municipio de Famatina**, enfocado en el desarrollo sostenible del turismo local.

La candidatura posicionó a Famatina —y a través de ella a toda La Rioja— en el escenario turístico nacional e internacional, destacando el valor de sus paisajes, su historia, sus tradiciones vivas y la calidez de su gente.

## La Rioja en los Caminos de la Libertad

Durante **2025**, la **Secretaría de Turismo** logró la inscripción de **La Rioja** en el **Programa Nacional “Caminos de la Libertad”**, incorporando a la provincia como **48º Sitio Sanmartiniano**, con el sitio ubicado en **Guandacol, departamento Gral. Felipe Varela**, vigente desde marzo de ese año.

La **Ruta Sanmartiniana** es una ruta turística temática de alcance nacional, que enlaza **83 sitios históricos** en **doce provincias argentinas**, vinculados a la figura política y militar del **General José de San Martín**. La incorporación de La Rioja a este circuito permite poner en valor el patrimonio histórico provincial, diversificar la oferta turística y fortalecer el posicionamiento del destino dentro de un corredor cultural de relevancia nacional.

## CAPÍTULO 3: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: EL DESAFÍO DE MANTENERSE



### Prevaje Riojano Movete por La Rioja con Chachos

En un contexto marcado por la caída del consumo turístico a nivel nacional, el **Prevaje Riojano Movete por La Rioja con Chachos** se consolidó durante **2025** como una herramienta estratégica para sostener la actividad, proteger el empleo y estimular la demanda interna.

El programa logró contener a más del **80% del sector privado** vinculado a alojamientos turísticos y agencias de viajes registradas, aportando previsibilidad y continuidad operativa en uno de los años más complejos para el sector.

A partir de esta política, se generó una facturación superior a los **\$720 millones de pesos**, que se tradujo en la inyección de más de **\$360 millones de Chachos** en la economía riojana. Estos recursos fueron utilizados por turistas en más de **390 comercios adheridos** en toda la provincia, promoviendo el consumo local y fortaleciendo la cadena de valor del turismo, con impacto directo en prestadores, trabajadores y economías regionales.

**La decisión política fue firme: acompañar al sector cuando más lo necesitaba.**

### Más conectividad, menos costo

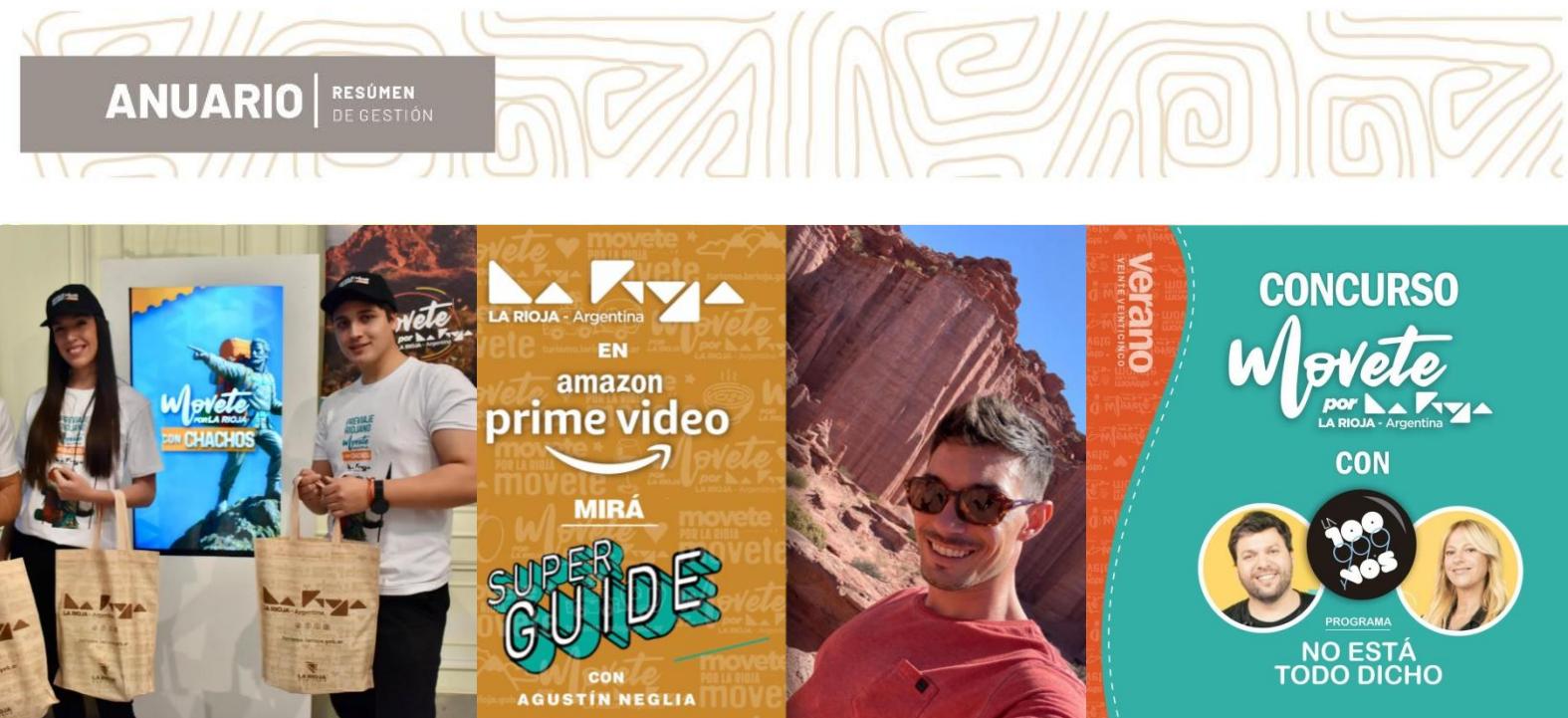
La Rioja implementó un beneficio que ofreció hasta un **50% de descuento** en pasajes de micro de larga distancia para viajes ida y vuelta a la provincia a través de una alianza estratégica con Urquiza, Flecha Bus, Sierras de Córdoba y Autotransporte San Juan. La medida permitió ampliar la conectividad terrestre hacia la provincia, generando más posibilidades de acceso al destino e impulsando el turismo nacional.

### Presencia nacional

Durante **2025** se llevaron adelante más de **40 acciones presenciales** en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Salta, Tucumán, entre otras, con participaciones en:

- Workshops y presentaciones de temporada.
- Eventos gastronómicos, deportivos y festivales.
- Vía pública en la Costa Atlántica.
- Capacitaciones a operadores y fam press.

Estas acciones sostienen la presencia del destino en los principales mercados emisores.



## Promoción turística en medios masivos

- Inclusión de La Rioja en la plataforma digital **Amazon Prime**, en el programa **Super Guide** conducido por **Agustín Neglia**, con un alcance potencial de más de **315 millones** de espectadores mensuales.
- Nuevas ediciones de **Destinos y Sabores** en la **TV Pública** y **Flow**.
- Spot de La Rioja en **Radio AM 750** con la conducción de **Víctor Hugo Morales** en los partidos de fútbol de la Selección Argentina, en los superclásicos de Boca y River y partidos de **Copa Libertadores** y **Sudamericana** más importantes a nivel nacional e internacional con un alcance de más de **3,4 millones** de oyentes.
- Concurso “**Viajero 100 La Rioja**” en **Radio FM La 100** de Buenos Aires, con la conducción de **Guido Kaczka**, con más de **2 millones** de oyentes diarios, consolidándose como **FM** más escuchada a nivel nacional.
- Concurso en **El Destape**, en el programa de stream **Maldita Suerte**, con más de **1 millón** de oyentes diarios.
- Móviles en vivo por **A24** y **C5N**.
- Más de **100 notas color** publicadas en más de **25 medios nacionales** fortalecieron la presencia de La Rioja en la conversación turística nacional. Las acciones se enfocaron en visibilizar: **Turismo aventura**. - **Ruta del Vino Riojano**. - **Festivales y eventos**.- **Circuitos emergentes**. y **nuevas experiencias**.

## Ecosistema digital consolidado

Durante **2025**, La Rioja consolidó su **sitio web oficial** más dinámico como plataforma central del destino.

Se incorporaron:

- **Nuevas secciones temáticas.**
- **Información actualizada y accesible.**
- **Agenda de actividades.**
- **Sistema Digital de Registro para Prestadores.**
- **Mayor integración con programas impulsados desde la Secretaría.**

El objetivo político es claro: **modernizar, simplificar, atraer y brindar información pública confiable.**

## Plataformas digitales y redes sociales: alcance y posicionamiento del destino

En el **2025**, las **plataformas digitales de promoción** de La Rioja consolidaron su rol como **herramientas centrales** para el **posicionamiento** del destino y la **difusión** de la **oferta turística provincial**.

En el período comprendido entre el **1 de mayo y el 1 de diciembre de 2025**, el **sitio web oficial** recibió más de **140.000 nuevas visitas**, evidenciando un crecimiento sostenido del interés por La Rioja como destino turístico. Entre las secciones más consultadas se destacaron “**¿Qué hacer?**”, con más de **43.000 interacciones**, seguida por la sección **Alojamientos**, con **31.000 interacciones**, y por las secciones vinculadas al **Previaje Riojano** y al **Bus Turístico de la Ruta del Vino Riojano**, ambas con más de **22.000 interacciones**. Estos datos reflejan el interés del público por experiencias concretas, opciones de hospedaje y programas de incentivo al viaje.

En cuanto a **redes sociales**, **Instagram** registró durante 2025 un alcance superior a **14,4 millones de visualizaciones**. Por su parte, **Facebook** alcanzó más de **12,1 millones de visualizaciones**.

A su vez, más de **20 creadores e influencers** produjeron contenidos en La Rioja para **YouTube, Instagram, Facebook y TikTok**, generando un alcance total de **36 millones de visualizaciones**. El objetivo de estas acciones es claro: construir una narrativa actual, cercana, espontánea y emocional del destino.



## CAPÍTULO 4: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: EL VÍNCULO CON LA GENTE



La Rioja, donde el turismo es una política de Estado

La comunicación es un puente que otorga visibilidad de la gestión y al destino. En 2025 se consolidó un modelo de comunicación basado en claridad, cercanía y transparencia.

### Producción informativa

- Más de 100 gacetillas de prensa y notas de carácter institucional.
- Gestión de 60 entrevistas.
- Más de 300 recortes de prensa monitoreados y archivados
- Ampliación, articulación y diálogo permanente con medios nacionales como: **Lavedi, Mensajero Turístico, Voy de Viaje (La Voz del Interior), Infobae, Cadena 3, Diario El Perfil, El Destape, Canal 26, Revista Weekend, El Cronista, Universo TV, Radio 10, Radio AM 750, Radio Mitre Rosario, Radio Mitre Buenos Aires, Radio UNC Rosario, turismoalacarta.com.ar, sentiargentina.com, Turismo180grados, Turismo12ar, nortenelinea.com, radarviajes.com, espacioviajes.com**, entre otros.
- Mayor presencia en los medios gráficos locales de mayor relevancia: **Diario El Independiente y Diario Nueva Rioja.**
- Consolidación de un nuevo espacio de comunicación en **Canal 9**, mediante notas de piso los miércoles en el programa **Mañana con Vos y Turno Tarde**.

### Una estrategia audiovisual en expansión

Durante 2025, se profundizó su estrategia de comunicación mediante una **mayor producción audiovisual**, clave para explicar políticas públicas, visibilizar programas y acercar la gestión a la ciudadanía de manera clara y accesible.

Se desarrollaron **videos cortos e institucionales de carácter explicativo**, orientados a comunicar los principales ejes de la gestión turística. Entre ellos se destacaron piezas sobre el **Plan Estratégico de Turismo PLANTUR La Rioja 360**, el **Observatorio Económico del Turismo**, el proceso para ser **Prestador Turístico Registrado**, y el **Programa de Infraestructura y Señalética Turística**, entre otros. Estos contenidos permitieron traducir conceptos técnicos en mensajes comprensibles, fortaleciendo la transparencia y el acceso a la información pública.

Se produjeron **contenidos audiovisuales de carácter disruptivo**, diseñados para captar la atención del público en entornos digitales y ampliar el alcance de las acciones de promoción.

Estas piezas tuvieron que ver con el Previaje Riojano, los descuentos en pasajes de larga distancia y la difusión de secciones específicas del sitio oficial [turismo.larioja.gob.ar](http://turismo.larioja.gob.ar), combinando información útil con formatos ágiles y atractivos.

La estrategia se complementó con el fortalecimiento de los canales oficiales de difusión, a través de la consolidación del canal de YouTube, la implementación de un canal de difusión en Instagram, y la producción sistemática de carruseles informativos en redes sociales.

## Comunicación con enfoque social y responsabilidad turística

En el 2025, se desarrollaron campañas de sensibilización y concientización, entendiendo a la comunicación como una herramienta que promueve un turismo responsable, seguro y sostenible.

Una de las líneas de trabajo estuvo orientada a concientizar sobre la importancia de la formalización de los prestadores turísticos, destacando los beneficios de estar registrados.

Asimismo, se llevaron adelante campañas vinculadas al cuidado del medioambiente, promoviendo conductas responsables y amigables con el entorno natural y sus recursos al momento de viajar.

Por otra parte, se impulsaron campañas de prevención sobre la trata de personas, dirigidas especialmente a establecimientos de alojamiento. A través de estas acciones se promovió la adopción de prácticas de control y alerta, con especial atención en situaciones que involucren a menores de edad.



## Redes sociales

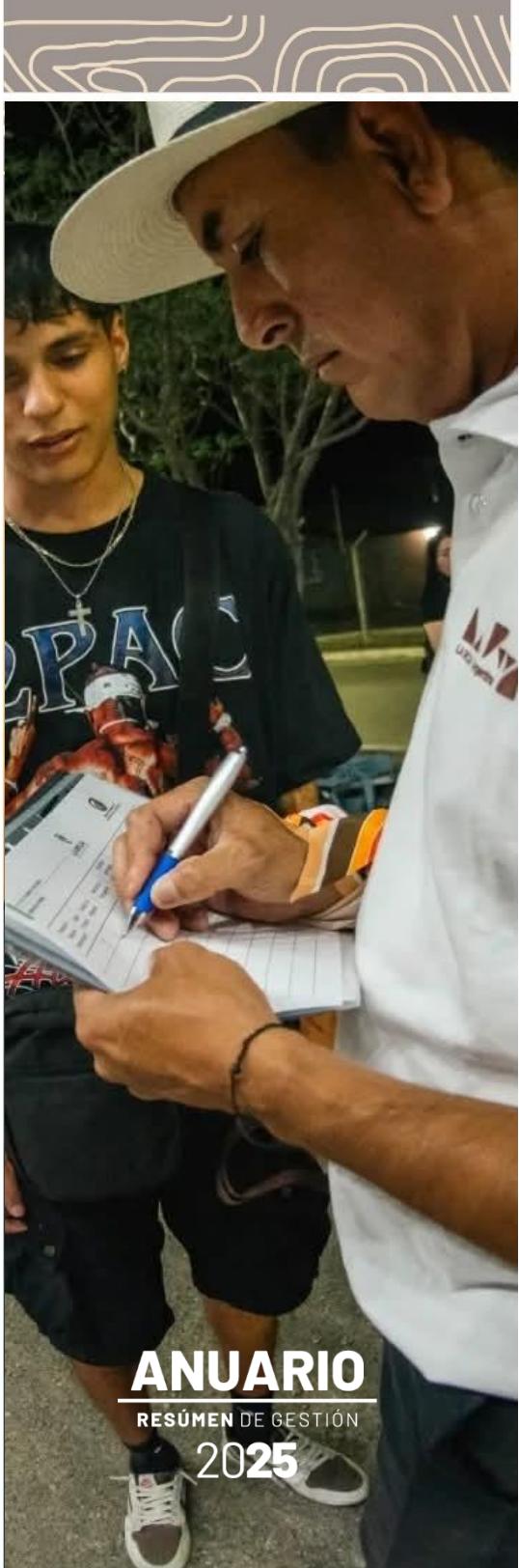
Con crecimiento sostenido en seguidores y consultas, las redes sociales y el WhatsApp Institucional se afianzaron como canales de comunicación directa entre la Secretaría y la ciudadanía. Logrando más de **3500 seguidores nuevos** en Instagram y más de **4500 seguidores nuevos** en Facebook respecto a diciembre del **2024**. Con un alcance de más de **7,4 millones** de visualizaciones en Instagram y un alcance en el año **2025** de más de **9,5 millones** de visualizaciones en Facebook.

## Cobertura territorial

El equipo acompañó todas las acciones relevantes del año: desde Previale Riojano, capacitaciones, eventos regionales hasta grandes festivales. **Las coberturas integraron fotografía, video, publicaciones, transmisiones y contenido digital.**



## CAPÍTULO 5: OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO: DATOS PARA GOBERNAR



**ANUARIO**  
RESÚMEN DE GESTIÓN  
2025

Durante 2025, el Observatorio Económico del Turismo consolidó una metodología de relevamiento robusta y sistemática, orientada a generar información oficial, confiable y oportuna para la toma de decisiones en materia de política turística. Esto permitió lo siguiente:

- Implementación sostenida del sistema de relevamiento por **semana testigo**, garantizando la generación continua de datos oficiales durante todo el año.
- Optimización del formato de las encuestas, logrando instrumentos más precisos, claros y ágiles, lo que facilitó su aplicación en territorio y mejoró la calidad de la información relevada.
- Realización de **10 operativos especiales** en fines de semana largos, permitiendo medir niveles de ocupación, perfil del visitante e impacto económico en los principales picos turísticos del año.
- Ejecución de más de **4.800 encuestas**, duplicando la base de datos respecto a 2024 y fortaleciendo la capacidad de análisis comparativo.
- Ampliación de los operativos de perfil del turista, desarrollados en destinos estratégicos como **Capital, Villa Unión, Chilécito, Sanagasta, Patquía y Ulapes**, así como en festivales y eventos de alta concurrencia.
- Incorporación de relevamientos en parques y reservas, extendiendo el alcance del Observatorio a áreas naturales protegidas de alto valor turístico.
- Fortalecimiento del equipo de trabajo del Observatorio y consolidación del esquema de trabajo articulado con los departamentos de **Chilécito y General Felipe Varela**, optimizando recursos y cobertura territorial.
- Producción de información clave para la toma de decisiones, que permitió identificar que en 2025 la provincia alcanzó un máximo de ocupación hotelera del **70%** durante **Semana Santa**, con picos del **85%** en **Gral. Felipe Varela y Chilécito**.
- Determinación del **gasto promedio por turista** en **\$90.000** al final del 2025, indicador central para evaluar el impacto económico del turismo y orientar políticas de promoción, inversión y desarrollo.

El Observatorio permite entender quiénes nos visitan, por qué lo hacen, cuánto gastan, qué eligen y cómo se mueven.



## Aliados Estratégicos

Durante 2025, la Secretaría de Turismo mantuvo instancias de articulación con el **Consejo Provincial de Turismo** y el **Consejo Consultivo de Turismo**, como espacios de intercambio y coordinación entre el sector público y el sector privado.

El **Consejo Provincial de Turismo** permitió la participación de los **municipios** en mesas de trabajo y en el abordaje de temas vinculados a la planificación turística, la señalética y el desarrollo de productos, favoreciendo el intercambio de experiencias y miradas territoriales.

Por su parte, el **Consejo Consultivo de Turismo** funcionó como un ámbito de diálogo para el análisis del contexto del sector y la programación de acciones de acompañamiento al **sector privado**, en un año atravesado por desafíos económicos. Estas instancias complementaron las políticas impulsadas por la Secretaría, aportando espacios de diálogo y coordinación institucional.

Además, la Secretaría de Turismo trabajó con más de **20 instituciones**, entre ellas **ONU Turismo**, **COVIAR**, **CFI**, **Ente Norte Argentino**, **Ente Cuyo**, universidades, organismos de emergencia, entidades ambientales, instituciones intermedias, **municipios** y **cámaras del sector privado**.

## Expectativas y Proyección

Como cierre del informe, y de cara a los próximos años, la gestión turística provincial se proyecta con expectativas realistas, pero con una visión estratégica de continuidad y fortalecimiento apoyados en el **PLANTUR LA RIOJA 360**. Las limitaciones presupuestarias y la incidencia del contexto nacional no cambiarán la decisión de la Provincia de sostener al turismo como una **política de Estado**. En este sentido, el objetivo es consolidar los avances alcanzados, profundizar la articulación público-privada y fortalecer la planificación y la gestión territorial.



**turismo.larioja.gob.ar**



SECRETARÍA DE  
**TURISMO**