

Universidad Nacional de San Juan
Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes
Departamento de Turismo

Curso de Ingreso 2017
Carrera: Licenciatura en Turismo
Módulo: Contenidos Disciplinarios de Turismo

Coordinadora: Lic. Romina Herrera

Autoras:

- ✓ Lic. Vanesa Villanueva
- ✓ Lic. María Isabel Toro
- ✓ Mag. Erica Navarro
- ✓ Lic. Romina Herrera

Profesoras:

- ✓ Mag. Erica Navarro
- ✓ Lic. Romina Herrera

Unidad Nº 1

Objetivos

- ✓ Informar al aspirante sobre la historia del turismo en la Argentina y en San Juan.
- ✓ Informar al aspirante sobre el surgimiento de la carrera de Tecnicatura y Licenciatura en Turismo y el ámbito de inserción laboral.

Temas

1. Historia del turismo en la Argentina y en San Juan.
2. Surgimiento de la carrera de turismo en la UNSJ.
3. Títulos de turismo. Diferencias.
4. Ámbitos de inserción laboral.

Unidad Nº 2

Objetivos

- ✓ Comprender el significado de turismo, turistas y excursionista.
- ✓ Conocer los elementos del sistema turístico.
- ✓ Distinguir los diferentes tipos de turismo.

Temas

1. Definición de turismo. Diferencia entre bienes y servicios.
2. Sistema turístico: definición, elementos, interacción.
3. Tipologías del turismo: Turismo Nacional e Internacional, Turismo Receptivo. Turismo Social y Accesible. Turismo Alternativo.
4. Nuevas tendencias de turismo y turistificación.

Unidad Nº 3

Objetivos

- ✓ Conocer las principales instituciones del turismo a nivel internacional, nacional y provincial.
- ✓ Conocer el significado de cultura y patrimonio

Temas

1. Superestructura turística: instituciones vinculadas al turismo a nivel internacional, nacional y provincial.

2. Rol de las Administraciones Locales en la Gestión del Turismo.
3. Concepto de cultura y patrimonio.

Unidad Nº 4

Objetivos

- ✓ Aprender sobre las relaciones de la geografía y el turismo.
- ✓ Conocer las relaciones entre la historia y el turismo.
- ✓ Informar al alumno sobre el valor que tiene los recursos humanos en la prestación del servicio turístico.

Temas

1. La geografía y el turismo.
2. La función de los mapas en el turismo. Diferencias de mapas.
3. Historia y turismo. Relación y aportes.
4. Patrimonio histórico. Conceptualización y alcance.
5. Calidad en la atención al cliente.

Unidad 1

1. Historia del turismo en la Argentina y en San Juan

Cuadro de la historia del turismo en la Argentina (**Ver anexo: “100 años de turismo argentino”**). Video “*Los paisajes naturales como recurso turístico*”)

Etapa	Hechos significativos	Características
Periodo Prehispánico y Colonial	<ul style="list-style-type: none"> • Imperio Inca. • Trazado de caminos terrestres. • Época colonial argentina. 	<p>Los Incas trazaron los caminos de su expansión y conquista, desde la ciudad de Cuzco (Perú) hacia el resto de América. Esa red vial se distribuyó por los actuales territorios de Perú, Bolivia, Chile y Argentina.</p> <p>Los Incas fueron los precursores del actual sistema de ruta panamericano, en Argentina lo integraría las RN N° 7 y 9.</p> <p>La Argentina hizo un trazado de red troncal dependiendo de los centros administrativos y de producción. Luego se hizo un reordenamiento territorial y los caminos comenzaron a dirigirse hacia el puerto de Buenos Aires.</p>
Prehistoria del Turismo (1880-1907)	<ul style="list-style-type: none"> • Generación del 80. • Positivismo en acción. • Estaciones VIP. • Primeros hoteles. • Creación de barrios. 	<p>En esta etapa surgen las grandes transformaciones impulsadas por la segregación de transporte de la guerra, el impulso del turismo en esta etapa se debe a la utilización de ferrocarriles. Los destinos turísticos pasan de ser espontáneos a planificarse, las estaciones de servicios, los nuevos hoteles (próximos a las estaciones) y la creación de los barrios son algunos de los aspectos más importantes de la época.</p>
Primera Etapa (1907-1927)	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes hoteles de la Argentina del Centenario. • El avance aeronáutico. • La figura de J. Newbery. 	<p>Nacen las grandes obras públicas reflejadas en los nuevos hoteles de esa época. Comienzan las acciones de promoción del turismo, con el trabajo de F.P. Moreno, las acciones del Automóvil Club Argentino y el transporte aerocomercial de la mano de Jorge Newbery.</p>
Segunda Etapa (1928-1947)	<ul style="list-style-type: none"> • El crash de 1929. • La creación de Aeroposta A. Saint Exupery. • Nacen los Parques Nacionales. • Década de ordenamiento institucional del turismo. 	<p>Las crisis económicas mundiales dejan sentir sus efectos en el plano nacional. Nace la figura de Parques Nacionales y se inician las primeras acciones de las instituciones turísticas.</p> <p>Las ventajas del viaje en avión comienzan a ser una buena propuesta de viaje para las nuevas elites de la época. Hay algunas intenciones de replicar los ejemplos turísticos de gran escala en el contexto del país.</p>
Tercera Etapa (1948-1967)	<ul style="list-style-type: none"> • Despegue del Turismo Social. • Nuevas ideas de desarrollo como respuesta a las ideas europeas. • Fuerte presencia de las agencias de viaje. Nace la AAAVyT y Cámara de Turismo. 	<p>El derecho de los trabajadores al uso del ocio y el tiempo libre favorecen una nueva forma de turismo: El Turismo Social. Esta nueva tipología requería de nuevas estructuras de funcionamiento por lo cual surgen ocurrencias modalidades hoteleras y nuevas formas regulatorias de estos servicios.</p>
Cuarta etapa (1968-1987)	<ul style="list-style-type: none"> • Nace el turismo aventura. • Se intensifica el turismo en las costas argentinas. • La planificación y capacitación comienzan a ser importantes en la gestión de destinos turísticos con el surgimiento de nuevos modelos turísticos. 	<p>Las Costas bonaerenses dejan de cobrar importancia frente a un nuevo auge que respalda los viajes a las costas del sur patagónico.</p> <p>Las tendencias en crecimiento para esa época son los centros invernales resultado de la oferta de productos relacionados con la nieve y las actividades de ski.</p> <p>Las gestiones promueven nuevas formas en el ámbito público y surge la ley 23.522 para designación presupuestaria del sector.</p>
Quinta etapa (1988-2007)	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es entendido como política de estado y se crean planes de manejo. 	<p>La sociedad vive nuevos procesos de cambios como aquellos relacionados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Los efectos de la globalización potencian nuevos mercados y productos.• La devaluación monetaria propone nuevos desafíos a un país colapsado.	Las fronteras empresariales son casi imperceptibles y la identidad local debe ser planeada de un modo compartido. A niveles internacionales surgen los esquemas de planes de manejo turístico, que tienen su correspondiente en la creación instrumental del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS 2016) y su correspondiente ley Nacional de Turismo 27.995.
--	--	--

La provincia de San Juan en forma paulatina se está desarrollando turísticamente. En los últimos años ha ampliado su oferta turística con la creación de nuevos productos turísticos y la construcción de alojamientos, como así también la remodelación de rutas y caminos que conducen hacia los lugares turísticos de la provincia como es el caso de la ruta 60 que lleva al dique de Ullum, actualmente se ha remodelado el acceso al mismo en Av. Libertador Gral. San Martín desde la calle Rastreador Calívar hacia el oeste, obteniendo una nueva denominación "*Ruta del Sol*", y la construcción del corredor Bioceánico, que comunicará Porto Alegre (Brasil) con Coquimbo (Chile), y el túnel Internacional de Agua Negra.

Años atrás llegaban a San Juan, visitantes que venían por el día a conocer la provincia. Muchos de ellos eran turistas que pasaban sus vacaciones en Mendoza y pagaban una excursión para visitar San Juan durante un día.

Tradicionalmente los lugares concurrido por los turistas han sido la Difunta Correa, la Casa Natal de D.F. Sarmiento, el Auditorio Juan Victoria, la Quebrada de Zonda, el dique de Ullum, entre otros.

-Como hitos importantes que marcaron la historia del turismo en San Juan se pueden nombrar los siguientes: el terremoto de 1944 que destruyó la ciudad de San Juan, lo que hizo que la misma fuera reconstruida con edificios modernos, que son apreciados por los turistas que la visitan, ya que es considerada como una provincia de arquitectura moderna a comparación de otras que aún conservan el estilo colonial.

-Uno de los atractivos de mayor relevancia en la provincia es el Parque Provincial Ischigualasto. En el año 1958 el museo de Ciencias Naturales Bernardino Rivadavia de Buenos Aires, realizó un convenio con la Universidad de Harvard de Estados Unidos, para realizar el estudio y clasificación de especies encontradas en el yacimiento paleontológico Ischigualasto. Los responsables fueron el Dr. Del Corro, por el museo Argentino y el Dr. Alfred Romer por Harvard,

quienes extrajeron varios ejemplares en perfecto estado los cuales fueron llevados a Estados Unidos para el estudio correspondiente. Es así que este lugar empieza a adquirir valor paleontológico y en 1971 se decide crear el Parque Provincial Ischigualasto a través de la ley N° 3666.

-En el 2000 fue declarado “Patrimonio Natural de la Humanidad”, por la UNESCO.

Al recibir esta categorización es tanta la cantidad de llegada de turistas al parque Ischigualasto y al departamento de Valle Fértil, que surge la necesidad de crear la carrera de Turismo. En el 2003 la UNSJ implementa por primera vez la Tecnicatura en Turismo en ese departamento con la modalidad semi-presencial. Mientras que en el 2017 se da inicio al ciclo superior de la carrera de Turismo, es decir que se implementa 4° y 5°, en ese municipio. Para que los Técnicos egresados en la sede Valle Fértil puedan continuar con la licenciatura.

-En mayo del 2004 se crea el Ente Autárquico Parque Natural Ischigualasto por la ley provincial N° 7474. Esta iniciativa del Gobierno de San Juan tiene como objetivo principal el cumplimiento y observancia de las pautas y disposiciones de la UNESCO, con la finalidad de mantener la *categorización* de “Sitio Natural de Patrimonio de la Humanidad” que se le ha asignado, en mérito a la extraordinaria singularidad natural, cultural y científica que le es propia.

-Merece un apartado hablar de la Fiesta del Sol, ya que se la promociona a nivel nacional e internacional para ser un motivo más de llegadas de turistas a la provincia. La Fiesta del Sol surge en 1972, por una idea de Guillermo Barrera Guzmán luego recibió diferentes denominaciones como “Ferisol” en 1978, o “Exposol” en 1992. Pero recién en el año 1993 recibe su actual nombre, al categorizarla como nacional, naciendo así la *Fiesta Nacional del Sol*.

Desde su origen ha estado interrumpida varias veces, desde el 2005 viene realizándose de manera consecutiva. Actualmente tiene una duración de cinco noches, las cuatro primeras consiste en una feria gastronómica y agroindustrial y un show musical de artistas locales, nacionales e internacionales. Además en la cuarta noche se hace el desfile de carruajes por la Avenida Ignacio de la Roza y la última noche consiste en un espectáculo artístico de luces y sonidos y la

elección y coronación de la Reina Nacional del Sol, en el escenario natural de la quebrada del Zonda.

-En el año 2006 San Juan tenía 5758 plazas de alojamiento (hotelero y extrahotelero) que ha aumentado hasta llegar al 2013 con un total de 9579. Esto significa que el sector de alojamiento ha tenido un crecimiento del 66,35 % en plazas.¹

-En noviembre del 2009 la Cámara de Diputados de San Juan sanciona la Ley Provincial N° 8080/09, que es la que reglamenta el ejercicio de los profesionales en Turismo, tanto Guías, Técnicos y Licenciados. Además crea al Colegio de Profesionales en Turismo de San Juan, cuya función es la de matricular y regular a los egresados de la carrera.

-En relación al Turismo de Reuniones San Juan ha sido sede de importantes eventos como: *el II Congreso Internacional de Filosofía (2007); 39º Cumbre del MERCOSUR (2010) que recibió a los Presidentes, Cancilleres, Gobernadores y demás autoridades de los países que integran el MERCOSUR; 3º Congreso Argentino de Cultura (2010); V Congreso Mundial Por los Derechos de la Infancia y Adolescencia (2012) y el Encuentro de Mujeres (2013), XI Congreso Iberoamericano de Municipalistas (2014)*. En cada una de estas oportunidades arribaron, a la provincia, más de 2000 personas, generando así importantes ingresos económicos al sector turístico.

Para poder organizar el calendario de eventos en la provincia y de posicionarla como destino de Turismo de Reuniones, fue necesario la creación del “San Juan Bureau de Eventos” (2013), que está integrado por el sector público y privado, cuenta con una presidencia y gerencia, quienes se encargan de facilitar las actividades relacionadas con los eventos que se llevan a cabo en San Juan.

-En marzo del 2011 se inauguró el Estadio del Bicentenario, en el departamento de Pocito, con una capacidad para 25.000 espectadores, con la más alta tecnología y diseño moderno, esto ha favorecido que la provincia sea sede de la Copa América de Fútbol (2011). Además en él se han desarrollado relevantes competencias deportivas internacionales y nacionales de rugby y de fútbol, como la copa Argentina. Durante el 2015 y 2016 recibió a la selección mayor de fútbol

¹ Datos oficiales del Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan.

de Argentina que jugó partidos amistosos y uno por las eliminatorias al próximo mundial de futbol. Esto favorece a la llegada de simpatizantes de otras provincias y países, lo que la capacidad hotelera para estos eventos suele estar completa.

-Otro factor para destacar ha sido el ascenso a la categoría A de futbol argentino al equipo de San Martín, que también favoreció al desarrollo del Turismo Deportivo, ya que permitió la llegada de importantes equipos del futbol como así también de sus simpatizantes, principalmente de provincias aledañas, motivados por acompañar al equipo de su pasiones.

Desde hace varias décadas San Juan recibe una vez al año al TC 2000, con sus competidores, acompañantes técnicos y seguidores de este deporte. Estos eventos deportivos favorecen a disminuir la tan marcada estacionalidad característica de la actividad turística, generando por unos días ingresos económicos en el sector de alojamiento, alimentación, transporte y otros.

-Otro evento sucedido en la provincia, que atrajo gran cantidad de turistas nacionales e internacionales fueron las numerosas ediciones del Dakar que pasaron por San Juan.

-En septiembre de 2013 el Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan presenta la “Cartilla Turística Escolar”. La resolución N° 8394 – ME – 2012 aprueba esta cartilla y establece que debe ser incluida en la currícula de educación primaria como aporte a las materias de Ciencias Naturales, Ecología y Ciencias Sociales. Este libro está destinado a los alumnos de 4° grado del nivel primario con el fin de concienciar en el respeto y la valoración del patrimonio natural y cultural de nuestra provincia.

-En junio de 2015 se edita y entrega por segunda vez la “Cartilla Turística Escolar”, respetando la misma modalidad anteriormente mencionada.

-En octubre de 2016 se inauguró el Teatro del Bicentenario. El mismo cuenta con una sala principal de forma de herradura que favorece a la acústica. Además tiene una capacidad para 1100 espectadores (entre palcos, plateas y gradas) y tomó como modelo acústico la sala lírica del Teatro Colón de Buenos Aires. En el se podrá disfrutar de shows líricos, conciertos corales y sinfónicos, música de cámara, recitales, obras de teatros, entre otros. Es considerado la segunda sala lírica más importante del país. El escenario es un disco giratorio de 16 metros

dividido en Y, lo que permite mostrar tres escenografías diferentes en un mismo acto. También cuenta con una sala secundaria para 200 personas, donde se realizarán conferencias, presentaciones de todo tipo. Como así también cuenta con ocho aulas para ensayo, presentaciones, talleres, etc.; cuatro camarines VIP con baño privado y sector de maquillaje; talleres de costura y de escenografía y un hall multipropósito para realizar exposiciones de todo tipo.² Este complejo cultural, conjuntamente con el Auditorium Juan Victoria, forma parte de un prestigioso polo cultural de la provincia, donde el sanjuanino y el visitante podrán disfrutar de una variada e interesante agenda cultural.

2. Surgimiento de la carrera de turismo en la UNSJ

La carrera de Guía Superior en Turismo fue creada en 1991 a través de la Ordenanza N° 16/91 de la Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes y ratificada por la Resolución 2/92 del Consejo Superior. Dicha carrera se abre a la comunidad sanjuanina a partir de 1992, luego de cursarse tres promociones fue cerrada. Esto surge por la necesidad de crear profesionales que tuvieran conocimientos en historia, geografía, entre otros temas y que pudieran guiar a los turistas que llegaran a la provincia, es así que la carrera es creada dentro del departamento de Geografía.

En 1993 el Consejo Superior crea la carrera de Técnico Superior en Turismo, que recién se cursará en el año académico de 1994. Luego es modificado y pasa a denominarse Técnico Universitario en Turismo.

En 1996 se cursa la tercera y última promoción de la carrera, y es cerrada por haber cumplido el tiempo establecido por el Consejo Superior.

En 1999 el Consejo Superior crea la carrera de Licenciatura en Turismo con una duración de cinco años y con título intermedio de Tecnicatura Universitaria en Turismo de tres años. Dicha carrera comienza a implementarse a partir del año 2000.

Actualmente los egresados de Guía, Técnico y Licenciados de esta casa de altos estudios, están insertos laboralmente en diferentes sectores del turismo,

² <http://www.tiempodesanjuan.com/sanjuan/2016/8/31/teatro-bicentenario-queda-147000.html>

cumpliendo funciones de Directores de Turismo a nivel provincial y municipal, integrantes del equipo técnico del Ministerio de Turismo y Cultura, gerentes o recepcionistas de hoteles; de guías de museos, observatorios y parques; como idóneos, atención al público y ventas en agencias de viajes. Otros se han animado a realizar emprendimientos particulares como es organización de ferias, reuniones; hospedaje, alquileres de bicicletas, etc.

Un pequeño segmento sigue involucrado con la actividad educativa, ya sea dando clases en la carrera de turismo en la universidad o en escuelas que tienen al turismo como orientación y participando en los proyectos de investigación relacionado al turismo.

En octubre de 2015, el Consejo Superior aprobó por unanimidad la creación del Departamento de Turismo, separándose así del Departamento de Geografía.

3. Títulos de turismo. Diferencias

Como se dijo anteriormente la UNSJ provee de dos títulos de Turismo: la Tecnicatura Universitaria en Turismo y la Licenciatura en Turismo.

El profesional está capacitado para realizar las siguientes funciones que a la vez son diferentes entre sí³:

Técnico

- ✓ Organizar, administrar y gestionar la actividad turística de diferentes ámbitos, ya sea público o privado.
- ✓ Participar en investigaciones del ámbito turístico.
- ✓ Participar en la elaboración y ejecución de planes, programas y proyectos turísticos.
- ✓ Está capacitado para diseñar paquetes turísticos, hacer reservas aéreas y de alojamiento.

Licenciado

- ✓ Puede organizar y administrar una empresa turística.
- ✓ Elaborar, ejecutar y evaluar planes turísticos.

³ Resolución 151-1999-C

- ✓ Realizar investigaciones relacionada con los recursos y la actividad turística, sus tendencias y perspectivas.
- ✓ Asesoramiento en la elaboración de políticas, planes, programas y proyectos turísticos.

4. Ámbitos de inserción laboral

Son diferentes los sectores que el egresado puede insertarse laboralmente, a continuación se detallan los siguientes:

- ✓ Empresas turísticas:
 - Agencias de viajes, ya sean mayoristas o minoristas.
 - Empresas de alojamientos turísticos.
 - Empresas de transporte terrestre, aéreo y marítimo.
 - Empresas gastronómicas.
 - Empresas organizadoras de reuniones, congresos, convenciones, ferias, etc.
- ✓ En el Ministerio, Secretaría o Direcciones de Turismo: ya sea en las oficinas de informes turísticos o como integrante del equipo técnico.
- ✓ Consultoras: cumpliendo la función de elaboración y evaluación de planes y proyectos turísticos.
- ✓ Museos.
- ✓ Observatorios Astronómicos.
- ✓ Áreas Protegidas (Parques Nacionales, Reservas, etc.)
- ✓ Bodegas que trabajan para el turismo enológico.
- ✓ Parques Temáticos (ej. Disney's World, Tierra Santa)
- ✓ Establecimientos de Turismo Rural, agroturismo, etc.
- ✓ Instituciones educativas, ya sea del nivel secundario, terciario o universitario, trabajando como docente o investigador.
- ✓ Revistas especializadas en turismo.
- ✓ Programas de radio que tienen un programa o segmento de turismo.

Ante lo anteriormente expuesto es importante reflexionar que se entiende por Ejercicio profesional⁴: *Se considera ejercicio de la profesión en Turismo, en cualquiera de las modalidades que se regulan, al desempeño en forma individual o integrando equipos interdisciplinarios, en forma independiente o en relación de dependencia, en el ámbito público, privado o mixto, a las acciones, actos o tareas que requieran la aplicación de los principios y conocimientos inherentes a la actividad turística y exijan por ende la capacidad y formación específica, como así también toda manifestación, hecho o acción, de la cual se infiera la idea, el propósito o la capacidad para la actividad profesional turística y que consista en la elaboración y/o prestación de servicios profesionales haciendo de ella su medio habitual de vida. El ejercicio profesional, en cualquiera de las modalidades reglamentadas por la presente Ley, se llevará a cabo por personas de existencia física, legalmente habilitadas al efecto, requiriéndose como condición ineludible la matriculación en el Colegio Profesional respectivo de la Provincia de San Juan y la reconfirmación anual de la matrícula”.*

⁴ Cita en el art. 3° de la Ley Provincial N° 1051-A

Unidad 2

1. Definición de turismo. Diferencia entre bienes y servicios

La actividad turística ha evolucionado aceleradamente hasta ocupar un espacio de liderazgo en la vida de las personas, ya sea de las personas que viajan para disfrutar del turismo como de quienes se encargan de preparar los viajes para el disfrute. Para ambas partes representa una mejor calidad de vida.

Esto se debe a que el turismo produce desplazamientos, traslados, viajes y para esto se requiere de recursos financieros. Estos recursos son obtenidos en el lugar de origen del turista y son consumidos en el destino turístico seleccionado. Es así que el turismo es un sector económico que mueve anualmente millones de dólares y se ha convertido en una de las principales industrias del mundo.

Muchos países ven la importancia económica que genera el turismo como la creación de puestos de trabajo e ingresos de divisas.

Hasta la década del 60 del siglo pasado, los países desarrollados, fueron los que generaron los desplazamientos entre ellos, generando así el turismo de masas.

Han sido varias las causas que favorecieron al desarrollo del turismo como:

- ✓ La estabilidad política de muchos países.
- ✓ El crecimiento económico que permite a la población poder viajar.
- ✓ El acceso a la cultura y a la educación de la población que genera interés en conocer otros lugares.
- ✓ Los avances tecnológicos en el transporte, principalmente del avión que reduce la distancia, y de la comunicación que permite estar informado al instante de lo que sucede en cualquier parte del mundo, por ejemplo Internet. Según un estudio de InterContinental Hotels Group de 2012 indicaba que uno de cuatro personas se informa a través de las redes sociales para planificar sus viajes. Además un 60% de los usuarios realizaba comentarios o seguía páginas de turismo en Facebook o Twitter y un 81% manifestó haber subido fotos estando de vacaciones en algún lugar⁵. Esto quiere decir, que hoy en día las redes sociales son una

⁵ TOMAELLO Y DUER, 2014: 7 y 8.

importante herramienta de promoción turística. Estos datos demuestran que estamos frente a nuevas formas de diálogos basadas en la fotografía de personas y paisajes.

El turismo tiene la característica de ser multidisciplinario, es decir que se relaciona con diferentes disciplinas, como la geografía, antropología, historia, economía, etc., generando así diversos conceptos desde las diferentes disciplinas.

El turismo puede ser entendido como *“la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada (Hunzinker y Krapf, 1942)”*⁶.

Esta definición lanzada en plena guerra mundial y como anticipo de lo que sería el posterior turismo de masas es demasiado amplia y poco esclarecedora, ya que introduce muchos conceptos indeterminados que debieran ser previamente definidos. Por ejemplo no es entendible a que se refiere la palabra “fenómenos”. Por otra parte, dicha definición permite considerar como turista a quien tuviera que hacer un desplazamiento para una visita con fines terapéuticos, por ejemplo. Otra definición más aceptada y adoptada por la Organización Mundial del Turismo (1994) es la siguiente: ***“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”***⁷.

“Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- ✓ **Introducción** de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- ✓ **Acotación temporal** del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la

⁶ OMT, 1998: 43.

⁷ OMT, 1998: 44.

periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.

- ✓ **Delimitación de la actividad** desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- ✓ **Localización de la actividad** turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

Respecto a esta última característica y en un intento por precisar qué se entiende por entorno habitual, la OMT (1995) establece: «*El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente*».

Otra definición de turismo más moderna es la siguiente: “*El turismo es una actividad compleja que cubre los desplazamientos desde el lugar de residencia habitual hacia un destino seleccionado, respondiendo a diversas motivaciones y excluyendo las cuestiones migratorias o de trabajo diario. De esta manera, el turismo se convierte en un fenómeno global, basado en una actividad económica de gran importancia y altamente competitiva, generadora de empleo e ingresos que contribuye a la economía local, regional o nacional (Mc. Intosch 2001)*”⁸

De las definiciones anteriormente expuestas cabe destacar la importancia de los siguientes elementos que son comunes a todas ellas:

- ✓ Existe un movimiento físico de los turistas que, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia hacia el destino turístico.
- ✓ La estancia en el destino tiene que ser por un período de tiempo determinado, no permanente.
- ✓ El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades que se pueden realizar en ese lugar.
- ✓ Tiene que existir un motivo para viajar, excepto las migratorias y las de trabajo diario.
- ✓ El turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.
- ✓ En el último concepto se ve reflejado la importancia económica que tiene el turismo para el desarrollo de las comunidades locales.

⁸ BENSENY, 2006: 113.

Otra definición de turismo es aquella que lo define como: *“Un conjunto de ideas teóricas, un fenómeno convertido en institución y un negocio convertido en megaindustria”* realizada por Jafar Jafari (2010).

Al hablar de turismo es hablar de servicios. *“Los mercados de servicios son aquellos donde se realizan transacciones de bienes de naturaleza intangible”*⁹.

Estos son elaborados por un subsistema al que se denomina “planta turística”.

El turismo al estar comprendido en el sector de servicios, tiene ciertas características que lo diferencia de los bienes. Esas características son las siguientes:

- ✓ Los servicios son intangibles ya que no se pueden tocar, es solo una experiencia. Cuando una persona realiza un viaje trae souvenirs, fotos, etc., pero en definitiva trae consigo el recuerdo de las emociones de la experiencia de haber hecho ese viaje.
- ✓ No existe transferencia de la propiedad, porque cuando se adquiere un servicio, no se adquiere su propiedad, sino su uso. Este se diferencia de los bienes porque cuando alguien compra por ejemplo un auto pasa a tener el control absoluto de él.
- ✓ No se pueden almacenar, ya que si no se venden se pierden, esto quiere decir que si no se vendió los asientos de un avión o la habitación de un hotel, esto representa ventas pérdidas para la empresa que no podrán ser recuperadas. Caso contrario sucede con los bienes es que si un local de venta de ropa no vende una remera, la puede guardar y ponerla a la venta en la temporada siguiente.
- ✓ Los servicios se venden primero y después se producen y usan simultáneamente. En los bienes tangibles primero se elaboran, después se compran y finalmente se consumen. Con los servicios no sucede lo mismo. Generalmente se venden primero y se usan en el momento que se está produciendo. Por ejemplo: al subir a un ómnibus de corta distancia, primero se paga el pasaje y a medida que se hace el recorrido se va usando el servicio.

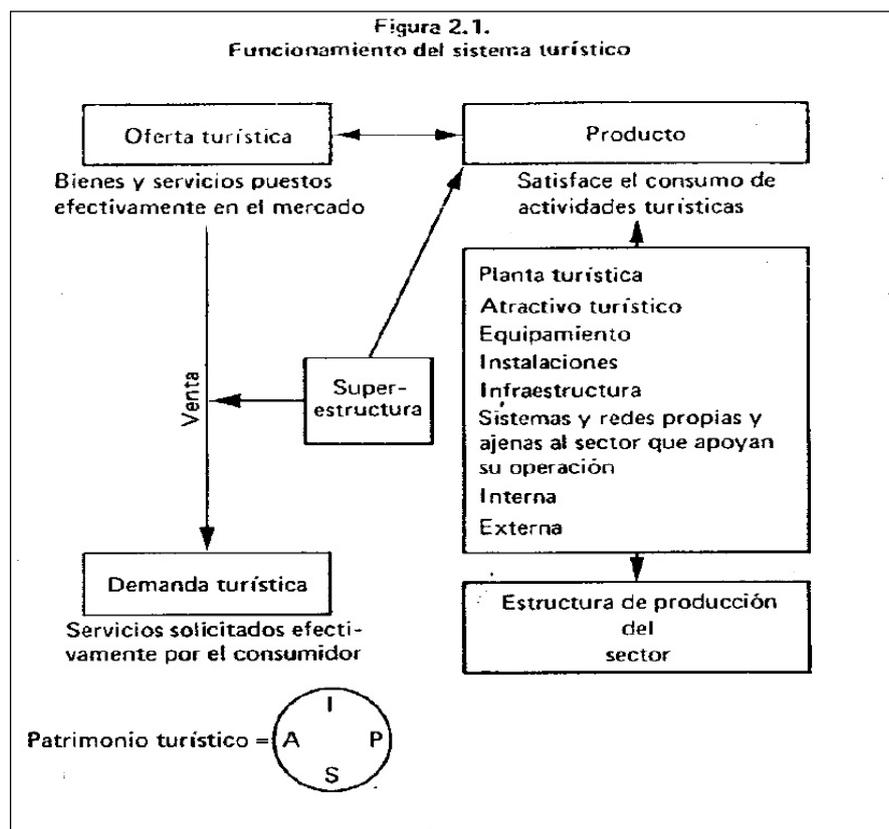
⁹ IGLESIAS TOBAR, 2007: 24.

- ✓ Los servicios no se llevan hasta los clientes, sino los clientes son los que se dirigen hacia donde está el servicio. Caso contrario sucede con los bienes que son trasladados por la persona que lo adquirió. Por ejemplo: cuando un sanjuanino se va de vacaciones a Mar del Plata y se dirige a un hotel donde alojarse.

2. Sistema turístico: definición, elementos, interacción

El Sistema Turístico es el conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Si un elemento no funciona bien, perjudica el funcionamiento del resto del sistema.

Si bien son varios los autores que plantean diferentes sistemas turísticos, el que a continuación se muestra es el esquema del Funcionamiento del Sistema Turístico de Roberto Boullón¹⁰.



¹⁰ BOULLON, 1985: 32.

En la figura se puede observar las partes integrantes del sistema turístico y sus relaciones.

Para comprender como funciona el sistema turístico se debe comenzar la lectura por la parte izquierda, que es el punto de partida del funcionamiento de dicho sistema, el cual se origina en el encuentro de la *oferta* con la *demanda* a través de la venta del *producto turístico*, que junto a la *infraestructura* forman la estructura de producción del sector, esto se ubica en la parte derecha del esquema. En el centro se encuentra la *superestructura*, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento y las interrelaciones de cada elemento.

A continuación se definen cada elemento del sistema turístico para lograr una mejor comprensión del tema.

La Demanda Turística está formada por los consumidores o posibles consumidores que viajan a un lugar y hacen uso de los bienes y servicios turísticos. Los turistas, viajeros y visitantes forman parte de la demanda turística. Por lo tanto se puede definir al turista como el “pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”¹¹ y se diferencia del excursionista, en que este es una persona que visita un lugar durante el día, pero que no pernocta en ningún alojamiento del país visitado.

La Oferta Turística es entendida como “la cantidad de mercadería o servicios que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado”¹². Está compuesta por los productos, servicios y organizaciones involucradas en la experiencia turística, por ejemplo: hoteles, gastronomía, entre otros.

Por lo tanto la oferta turística está integrada por los servicios provenientes de la Planta Turística y por algunos bienes no turísticos como es el caso de las artesanías o el alquiler de un automóvil.

El Proceso de Venta es el encuentro de la oferta con la demanda se realiza a través del proceso de compra – venta. En el caso del turismo que es un servicio tiene la particularidad de que el turista, es quien se dirige hacia el lugar

¹¹ OMT, 1998: 46.

¹² BOULLON, 1985: 34.

geográfico donde se encuentra la demanda y no al revés como sucede con los productos manufacturados.

Producto Turístico está formado por bienes y servicios que integra la oferta. Además se puede decir que “es cualquier cosa que se ofrece a un mercado para atención, adquisición, uso o consumo y que satisface una necesidad o un deseo”¹³.

El producto turístico está integrado por los atractivos turísticos y la Planta Turística. Este último a su vez está compuesto por el Equipamiento y las Instalaciones.

El primero son todos aquellos establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedica a prestar servicios básicos. Por ejemplo: Hoteles, cabañas, camping, restaurantes, cafeterías, discotecas, bares, casinos, cines, agencias de viajes, cambio de monedas, centro de convenciones, etc.

El segundo, bajo este rubro se anota todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de la actividad netamente turística. Ejemplo: muelles, sombrillas, reposeras, teleféricos, refugios, piscinas, canchas de golf y de tenis, etc.

Para poder operar la Planta Turística se necesita de los atractivos, que es todo aquel fenómeno o lugar que motiva a una corriente de visitantes por si solo o forman parte de un desarrollo de complejo turístico.

Por lo general la Planta Turística tiende a ubicarse donde se encuentra los Atractivos Turísticos¹⁴ o dentro de una radio de influencia. Los atractivos pueden ser:

- ✓ **Naturales:** montañas, costas, lagos, ríos, caídas de agua, termas, parques nacionales, etc. (**Ver anexo de actividad N° 2:** video: “*los paisajes naturales como recurso turístico*”)
- ✓ **Culturales:** museos, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos, manifestaciones religiosas, danza, comidas y bebidas típicas, obras de arte, centro científicos y técnicos, fiestas religiosas y profanas, ferias y exposiciones, carnavales, etc.

¹³ KOTLER, 1995: 25

¹⁴ Video “*Los paisajes naturales como recurso turístico*” 1º parte

Una región o país no podrían desarrollarse turísticamente sino cuenta con los atractivos turísticos, porque le estaría faltando lo principal y que solamente a partir de su presencia se puede construir la planta turística y la infraestructura.

La Infraestructura es la dotación de bienes y servicios que cuenta un país para sostener sus actividades sociales y productivas. Forman parte de la infraestructura: la educación, los servicios sanitarios, las viviendas, los transportes, las comunicaciones y la energía.

La Superestructura “son los organismos especializados tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y cambiar, en cuanto fuera necesario, el funcionamiento de cada uno de las partes integradora del sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico”¹⁵.

Depende de la importancia que tenga el turismo para el gobierno de turno, el sector estará representado por un Ministerio, Secretaría o Dirección. Su función específica es la promoción, el control de la calidad de los servicios, la fijación y el control de los precios, la construcción del equipamiento y de las instalaciones turísticas, entre otras.

La actividad privada participa a través de diferentes organizaciones que las empresas han creado para defender sus intereses comunes.

El Patrimonio Turístico es entendido como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación del aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).

El Patrimonio Turístico se determina a partir de la relación de los cuatro componentes que lo integran:

- ✓ Atractivo turístico
- ✓ Planta Turístico
- ✓ Infraestructura
- ✓ Superestructura Turística

¹⁵ BOULLON, 1985: 50.

Al momento de realizar un diagnóstico del sector, como una de las fases de la planificación el mismo estaría incompleto si no se analiza los cuatro componentes, porque la ausencia de alguna de ellas afecta al resto.

3. Tipologías del turismo (Ver anexo: Actividad 2: video *Argentina Late con vos*)

Se puede clasificar al turismo de diversas formas y tipos según: el origen y destino de los turistas, según el nivel de inclusión social, el motivo del viaje y una temática en particular del mismo.

Una clasificación básica es la siguiente:

a) Según el origen y destino de los turistas:

✓ **Turismo nacional:** son los habitantes de un país que viajan dentro del mismo país. También se denomina turismo interno.

✓ **Turismo internacional:**

○ Turismo emisor: son los habitantes de nuestro país que se desplazan hacia otro país.

○ Turismo receptor: son los habitantes de otros países que viajan hacia y dentro de nuestro país.

b) Turismo según el nivel de inclusión social:

✓ **Sin restricción o Turismo para todos:** lo integran tres tipos de turismo:

○ Turismo Accesible: que “es el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre, orientado al turismo y la recreación, que posibilitan la plena integración – desde la óptica funcional y la psicológica – de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida”¹⁶

○ Turismo Social: es aquel que está destinado para el sector de la sociedad de escasos recursos (estudiantes, jubilados y familias), que a través del Programa Federal de Turismo Social pueden viajar en temporada baja a un destino turístico. Este tipo de turismo

¹⁶ LEY NACIONAL Nº 25.643 “Sistema de Protección Integral de las Personas con Discapacidad. Turismo”. 2.002. Art. 1º.

favorece a disminuir la estacionalidad tan marcada que sufre el sector turístico y por otro lado a que este segmento de la sociedad tenga la posibilidad de viajar y conocer otros lugares.

- Con Restricciones: Incluyen las actividades turísticas que realizan las personas que requieren de servicios diferenciales. Ejemplo: regímenes de comidas en hoteles, restricciones en cuanto a actividades, medicinas u otros. Estas particulares condiciones implican diferencias en la oferta de servicios turísticos.

c) Según el motivo del viaje:

- ✓ **Turismo tradicional o pasivo**, también conocido como el Turismo de Sol y Playa o Masivo: es aquel que se realiza en las localidades costeras o en sierras y por muchas personas, carece de valor agregado. Tradicionalmente las Agencias de Viajes vendían masivamente paquetes turísticos ya armados con destinos de sol y playa, aquí el turista es pasivo, es decir que no realiza actividades solamente el de ir a la playa, pero con el paso del tiempo fueron cambiando los gustos de los turistas, quienes empezaban a buscar nuevas experiencias, destinos no tradicionales es así que surge el Turismo Alternativo.
- ✓ **Turismo Alternativo o activo**: es una nueva forma de practicar el turismo en contacto con la naturaleza, donde el turista busca vivir experiencia distinta acorde a sus necesidades y preferencias. A su vez este tipo de turismo se clasifica en:
 - **Ecoturismo**: “tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido”¹⁷.
 - **Turismo rural**: se refiere “a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc.”¹⁸

¹⁷ OMT, 1998: 138.

¹⁸ OMT, 1998: 138.

- **Turismo de aventura:** está “basado en la participación de los visitantes en unas actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, *mountain-bike*, que en sí mismas suponen una experiencia por su diferenciación con respecto a las actividades cotidianas”¹⁹

d) Turismo tematizado:

- **Turismo cultural:** está “basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc., o basado en las características culturales y/o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias, como es el caso de las reservas indias en los EE.UU.”²⁰
- **Turismo Religioso:** Es el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual con el objeto de visitar lugares santos, centros de peregrinaje, basílicas, iglesias, catedrales, monasterios y/o asistir a encuentros y festividades religiosas.
- **Turismo Idiomático y Educativo:** Los programas de estudio e intercambio cultural encuadran a personas –o *pequeños grupos de personas*- que tienen interés por visitar otros países, sus instituciones y reunirse con residentes del lugar, con el objeto de ampliar sus conocimientos de cultura general e idiomas.
- **Turismo Paleontológico:** Consiste en conocer, interpretar y reflexionar sobre el pasado de una región geográfica a través de los restos de flora y fauna fosilizada conservados de distintas formas, en museos y en yacimientos fosilíferos (*áreas de estudio*).
- **Turismo Arqueológico:** Es la modalidad de turismo que tiene por objeto conocer, interpretar y reflexionar sobre el presente de una zona o región a través de los restos materiales.

¹⁹ OMT, 1998: 137.

²⁰ OMT, 1998: 137.

- **Turismo Minero:** Es aquella modalidad de turismo que tiende a revalorizar, difundir y obtener conocimiento de los sitios, zonas y regiones mineras y geológicas, mediante la exploración de minas activas e inactivas, a pie o utilizando los medios de transporte que se adecuen a las características de los mismos.
- **Turismo Termal:** Consiste en el desplazamiento de los turistas hacia centros de aguas termales con fines curativos, preventivos o simplemente recuperación de hábitos saludables, ruptura con la rutina y disminución de estrés.
- **Congresos y Convenciones:** Es el tipo de turismo motivado por el interés de intercambiar y generar conocimientos, incentivando a la reunión de interesados, profesionales y especialistas en un lugar distinto al de su lugar de residencia habitual”²¹.

4. Nuevas tendencias de turismo y turistificación

Las sociedades van cambiando con el paso del tiempo, como también cambian los gustos y las formas de consumo.

La globalización y las “nuevas formas de hacer turismo” van dando un nuevo perfil a los antiguos turistas.

Millenials, halals, dinks, turista zapping, turismo de experiencias, turismo creativo, turismo colaborativo, entre otros son los nuevos nombres para estos nuevos tipos de turistas y turismo.

Estas nuevas tendencias se basan en el uso de nuevas tecnologías y en la necesidad de satisfacer el tiempo libre y de ocio con experiencias que permiten vivencias destinos y productos turísticos desde actividades de gran relación con los aspectos sensoriales, es decir, apelan a los sentidos como el gusto, el tacto, el oído y el olfato.

El concepto de lujo se ha transformado en una puja por el establecimiento turístico que mayor valor agregado posea frente a su competencia.

²¹ PFETS 2016, Pág. 106 -108.

La turistificación de objetos y sitios cada vez es más constante. Este proceso por el cual se transforma un hecho histórico, social o cultural en un producto turístico valioso en el mercado turístico requiere de ciertas características que permitan comercializarlo. Se atribuye la acuñación del término al economista brasileño Stephen Kanitz, que al parecer lo usó por primera vez en un artículo publicado en la revista *Veja*.

Unidad N° 3

1. Superestructura turística: instituciones vinculadas al turismo a nivel internacional, nacional y provincial

Para que la actividad turística funcione adecuadamente, resulta necesaria la cooperación y coordinación entre el sector privado, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

Así surgen organizaciones que tienen como objetivos la creación de redes y recursos para obtener beneficios comunes en el desarrollo del turismo. Entre las actividades que realizan están las de generar información de la realidad turística de muchos países, como asistencia técnica y varias de ellas le dan importancia a la protección y conservación del medio ambiente.

Si bien existe una gran variedad de organizaciones que trabajan para el desarrollo del turismo, a continuación citaremos algunas.

Dentro de las organizaciones internacionales relacionadas con el turismo se pueden nombrar a las siguientes:

Organización Mundial del Turismo (OMT)²²

La OMT es la principal organización internacional en el ámbito turístico creada en 1970, pertenece a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

Entre las actividades que realiza están las de generar conocimiento de los mercados, promover políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomentar la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

La OMT está integrada por 157 países miembros (entre ellos la Argentina quien fue aceptada en 1975), 6 miembros asociados y más de 480 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a

²² <http://www2.unwto.org/es>

asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales. Su sede se encuentra en Madrid (España).

Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA)²³

Fue fundada en abril de 1945 en La Habana (Cuba). Es una asociación que representa a más de 265 aerolíneas, esto es el 83% total del tráfico aéreo. Tiene como objetivo representar, promover la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio económico de los miembros que la integran.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)²⁴

Fue fundada en 1945. Es un organismo especializado de las Naciones Unidas tiene como objetivo contribuir a la paz, seguridad, educación, ciencia y cultura a nivel mundial. Creó el concepto de patrimonio mundial, es decir que se encarga de elegir lugares en el mundo para protegerlos por su valor universal excepcional.

Convention & Visitors Bureaus de Latinoamérica y El Caribe

Es una organización que nuclea a los bureaus de la región y que se dedican al marketing de destinos, buscando el aumento de la demanda y el crecimiento sostenible del turismo de reuniones.

A **nivel nacional** se encuentran las siguientes instituciones que trabajan para el turismo:

Ministerio de Turismo (MINTUR)²⁵

Es el organismo nacional que aplica las políticas turísticas del gobierno. Su finalidad es promover el desarrollo y promoción del turismo interno y del receptivo internacional en la Argentina.

²³ <http://www.iata.org/Pages/default.aspx>

²⁴ <http://es.unesco.org/>

²⁵ <http://www.turismo.gov.ar>

Actualmente, el MINTUR está utilizando como herramientas de promoción las “redes sociales” (Facebook, Twitter, entre otras), ya que son el medio más utilizado por la sociedad, para difundir turísticamente toda la Argentina.

El turismo ha sido considerado como una política de estado a nivel nacional, esto llevó a que en el 2005 se presentara el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS 2016), donde la Argentina fue dividida en regiones y fueron convocados diferentes sectores (público, privado y educativo) para trabajar en la elaboración de dicho plan. Este plan fue implementado a través de la ley Nacional de Turismo N° 25997.

En el 2011, el plan fue actualizado como PFETS 2020, donde se refuerza un modelo de desarrollo turístico bajo los principios de equidad e inclusión social. Esta planificación orienta al Ministerio de Turismo y al sector privado para lograr una Argentina turística más competitiva y sustentable.

Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT)²⁶

Fue creada en agosto del 2014 reemplazando a la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVYT).

Tiene como objetivos estudiar las problemáticas del sector turístico para brindar posibles soluciones. Además de representar y defender los intereses de los asociados, capacitar y controlar a las empresas de viajes y turismo, regular la actividad en el ámbito privado, para lo cual realizan congresos, convenios entre prestadores y otras actividades que tienden a la regulación de las actividades turísticas que se llevan a cabo en una empresa turística de viajes.

La federación está integrada por las asociaciones regionales de empresas de viajes y turismo y las entidades del sector turístico que co-actúan con ellas.

²⁶ <http://faevyt.org.ar/>

Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)²⁷

Es una institución que nuclea al sector hospedaje y gastronómico del país. Está integrada por 50.000 establecimientos gastronómicos y hoteleros, nucleados en 63 filiales de todo el país. Fue creada el 25 de noviembre de 1941, y ese día es establecido como el día de la Hotelería Argentina.

Entre sus objetivos están:

- ✓ Representar y defender los intereses del sector a nivel nacional e internacional.
- ✓ Cooperar con las entidades afiliadas, fomentando su nucleamiento y desarrollo.
- ✓ Estudiar y discutir los convenios laborales, e intervenir para lograr la unificación de las normas y mejorar las condiciones de trabajo.
- ✓ Capacitar y cooperar en la creación de escuelas especializadas.
- ✓ Promover el desarrollo del turismo interno y externo, colaborando con las autoridades nacionales, provinciales y municipales.
- ✓ Brindar información sobre la actividad Hotelera Gastronómica, constituyéndose como el único vocero del Sector.
- ✓ Asesorar a las Filiales en diferentes temas como: institucionales, impositivos, jurídicos, técnicos y comerciales.

Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina (FEDECATUR)²⁸

Este Ente defiende los intereses del sector privado del turismo del interior del país, actualmente agrupa a las Cámaras de Turismo de las provincias.

Persigue como objetivo:

- ✓ Representar al sector.
- ✓ Adherirse a otras instituciones que tengan similares objetivos de la federación.

²⁷ <http://www.fehgra.org.ar/acerca>

²⁸ <http://www.fedecatur.org/mision.php>

- ✓ Participar en las actividades empresarias que favorezcan al desarrollo del turismo.
- ✓ Fomentar la creación de nuevas cámaras de turismo, promocionar las regiones o destinos turísticos dentro y fuera del país.

Además promueve el desarrollo del turismo interno como factor fundamental para el crecimiento de las PyMES turísticas, a través de la realización de Work Shops en distintos lugares del País.

En el orden nacional, FEDECATUR integra el directorio de la Cámara Argentina de Turismo, además es socia de la Cámara Argentina de Comercio.

Consejo Federal de Turismo (CFT)²⁹

El Consejo Federal de Turismo se crea bajo la ley nacional de Turismo N° 25997, como un órgano consultivo. Está integrado por el Ministerio de Turismo de la Nación, un representante del sector público de Turismo de cada provincia y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Algunas de las facultades que tiene este Consejo son:

- ✓ Participar en la elaboración de políticas y planes para el desarrollo del turismo en la Argentina.
- ✓ Asesorar en temas referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas a nivel nacional.
- ✓ Proponer la creación de zonas, corredores y circuitos turísticos entre las provincias y la ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde se pueda trabajar en políticas comunes de integración y promoción turística.

Cámara Argentina de Turismo (CAT)

La CAT fue fundada en 1966 y agrupa a los diferentes sectores turísticos privados del país. Su finalidad es representar, promover y defender el desarrollo de la industria de servicios turísticos de la Argentina, en el país y en el extranjero. Entre las entidades miembros que la integran se encuentran: FAEVYT, AHRCC (Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés), AHT (Asociación de

²⁹ <http://www.turismo.gov.ar/cft>

Hoteles de Turismo de la República Argentina), AOCA (Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos), CADEA (Cámara Argentina de Empresas de Arrendadoras de Automotores), FEDECATUR, FEHGRA, JURCA (Cámara de Compañías Aéreas en Argentina), entre otras.

Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA)³⁰

La AOCA fue creada en 1983 y es la asociación que nuclea a los profesionales que trabajan en la organización de congresos, ferias, exposiciones y reuniones sociales y empresariales.

La AOCA es el referente y representante del sector, trabaja para el desarrollo de esta actividad y es el interlocutor sobre este tema ante las autoridades gubernamentales. Los miembros que integran esta institución son: los organizadores de congresos, de eventos sociales, de ferias y exposiciones y de eventos corporativos; burós, proveedores y constructores de stands.

Foro de Profesionales en Turismo (FOPROTUR)³¹

Es una asociación civil sin fines de lucro, de carácter nacional, que busca la excelencia profesional, posicionar y jerarquizar a los profesionales en turismo (licenciados, técnicos y guías), adhiriendo a los principios de un turismo sustentable y plural. Esta institución defiende a los profesionales ante la administración pública y las asociaciones relacionadas con el turismo. Realiza diversas actividades como la convención anual en distintos puntos del país.

Además han creado el Premio Argentum al Profesional del Año, el cual distingue a los colegas según la eficacia de su gestión, su compromiso ético, su solidaridad social y su creatividad e innovación durante el año inmediato anterior.

Como así también, junto con España y Costa Rica han fundado la Unión Iberoamericana de Profesionales en Turismo –UIPT-, conformada además por Portugal, Ecuador y Brasil.

³⁰ <http://www.aoca.org.ar/>

³¹ <http://www.profenturismo.org.ar/quienes-somos/que-hacemos>

Colegios de Turismo

En la actualidad, en nuestro país existen aproximadamente 18 asociaciones y ocho colegios de profesionales en turismo³² (ver tabla de asociaciones) a los cuales se ha incorporado recientemente el Colegio de Profesionales de la Provincia de Buenos Aires.

Los Colegios, designados por leyes provinciales regulan mediante su matrícula el ejercicio de la profesión de Licenciados, Técnicos y Guías en turismo.

Tipo de Asociación: Profesional	
Denominación	Sigla
Red Nacional de Profesionales en Turismo	ReNPROTUR
Federación Argentina de Colegios y Asociaciones de Profesionales en Turismo	FACAPTUR
Asociación de Profesionales en Turismo de Buenos Aires	APETBA
Asociación de Licenciados en Turismo de Mar del Plata	ALT
Asociación Mendocina de Profesionales en Turismo	AMPROTUR
Asociación de Profesionales en Turismo de Bahía Blanca	ASPROTUR
Asociación de Profesionales de Turismo de la Provincia de Entre Ríos	PROATUR
Asociación de Guías de Turismo de la Provincia de Mendoza	X
Asociación de Guías de Turismo de la Provincia de Santa Fe	AGUITUR
Asociación Argentina de Guías de Montaña	AAGM
Asociación de Guías de Turismo de Salta	X
Colegio de Profesionales de Turismo de la Provincia de Neuquén	X
Colegio de Profesionales de Turismo de la Provincia de Río Negro	X
Colegio de Profesionales de Turismo de la Provincia de Misiones	X
Colegio de Profesionales de Turismo de la Provincia de San Juan	X
Colegio de Graduados en Turismo de Tucumán	X
Colegio Departamental de Profesionales en Turismo de Santa Cruz	COPROTURSA
Guías Argentinos Profesionales en Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	AGUITBA

A **nivel provincial** se encuentran las siguientes instituciones que trabajan para el turismo:

Ministerio de Turismo y Cultura

Es el máximo organismo público de turismo de San Juan, que se encarga de controlar, coordinar, planificar y promocionar el turismo en la provincia. Según la

³² Estudio realizado por Carolina García, estudiante avanzada en turismo de la Universidad de La Plata.

importancia que el gobierno de turno le va a dar a la actividad turística es el nombre que va a recibir, es decir que puede ser Dirección, Secretaría o Ministerio. Es por eso que a través de los años el área de turismo de la provincia ha recibido diferentes nombres y ha estado relacionado con otras disciplinas como el deporte, el medio ambiente y la cultura.

Cámara de Turismo de San Juan

Es una entidad que agrupa a los agentes de viajes, dueños de ómnibus, miembros de la Asociación de Turismo, prensa especializada en Turismo y baqueanos. Tiene como finalidad trabajar para el desarrollo del turismo en la provincia.

Asociación Sanjuanina de Agencias de Viajes y Turismo (ASAVYT)

Es el filial San Juan de la FAEVYT y la integran las agencias de viajes de la provincia. Su función es representar y defender los intereses de estas empresas y colaborar con la promoción turística provincial.

Cámara Hotelero Gastronómica, Confiterías, Bares y Afines de San Juan

Nuclea a las empresas de los sectores hoteleros, gastronómicos y afines, con el objetivo de brindarles representatividad, a través del asesoramiento contable, impositivo, laboral y de líneas de créditos; capacitación; participación en ferias y congresos e información de los asociados, entre otros servicios. Además está asociada a la FEHGRA.

San Juan Bureau de Eventos y Convenciones

Está conformada por el sector público y privado vinculado a la actividad turística. Tiene como finalidad posicionar a la provincia de San Juan como destino sede de eventos nacionales e internacionales, estableciendo políticas y normas que favorezcan al desarrollo e integración con el sector turístico.

Colegio de Profesionales en Turismo de San Juan

Es creado a través de la Ley Provincial N° 8080/09. Algunos de los objetivos que tiene el Colegio son:

- ✓ Matricular a los Profesionales en Turismo (Guías, Técnicos y Licenciados)
- ✓ “Ejercer el poder disciplinario sobre los matriculados aplicando sanciones que correspondan por las violaciones de las normas de ética profesional.
- ✓ Poner a disposición de las autoridades públicas y empresas privadas o particulares la nómina de personas en condiciones de ejercer la profesión y promover la inserción de las mismas a través de convenios”³³

Nivel Internacional	Nivel Nacional	Nivel Provincial
*Organización Mundial del Turismo (OMT)	*Ministerio de Turismo (MINTUR)	*Ministerio de Turismo y Cultura
*Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA)	*Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT)	*Asociación Sanjuanina de Agencias de Viajes y Turismo (ASAVYT)
*Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	*Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)	*Cámara Hotelero Gastronómica, Confiterías, Bares y Afines de San Juan
*Convention & Visitors Bureaus de Latinoamérica y El Caribe.	*Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina (FEDECATUR)	*Cámara de Turismo de San Juan
	*Consejo Federal de Turismo (CFT)	*San Juan Bureau de Eventos y Convenciones
	*Cámara Argentina de Turismo (CAT)	*Colegio de Profesionales en Turismo de San Juan
	*Foro de Profesionales en Turismo (FOPROTUR)	
	*Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos	

³³- Folleto informativo del Colegio de Profesionales en Turismo de San Juan.

2. Rol de las Administraciones Locales en la Gestión del Turismo³⁴

En los municipios se encuentran las administraciones locales del sector público más cercanas a los habitantes y a los recursos de un espacio geográfico. Persiguen como objetivo lograr la calidad de vida de sus habitantes.

La materia prima del turismo son los atractivos, que se localizan en los municipios. Si un municipio posee atractivos de interés turístico se consideraría como un municipio productivo, ya que el turismo se encuentra en el sector terciario de la economía y más aún si no hay otra actividad que genere ingresos. Los dirigentes de estos municipios, además de trabajar en el desarrollo de la salud, educación, seguridad, entre otros temas deberán sumarle el de turismo.

Un municipio se considera turístico cuando:

- Existe una relación entre cantidad de turistas y cantidad de habitantes y/o a la proporción de alojamientos turísticos y viviendas permanentes.
- La existencia de atractivos y servicios turísticos que sean capaces de generar afluencia de turistas.
- Aplicación de medidas de protección del medio ambiente, programas de mejora de la calidad de la oferta turística, capacitación de recursos humanos, campaña de concientización turística para la población local, etc.

Los roles principales que tienen los municipios turísticos es de ser **guardines** y **promotores** de los atractivos turísticos.

“La intervención de las autoridades locales en el ámbito turístico se ha centrado tradicionalmente en la promoción y en el desarrollo físico de la actividad en su término municipal, la provisión de las infraestructuras básicas que acompañan la urbanización, el mantenimiento de los elementos culturales locales y la promoción”³⁵[3]. El aumento de llegadas de turistas ha obligado a varios municipios a realizar una planificación del desarrollo turístico. Además las

³⁴- SECRETARÍA DE TURISMO DE LA ARGENTINA. “Organicemos las Ideas. Manual para emprendedores turísticos”, 2008: 23 y 24.

³⁵ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 1998: 174 y 175.

administraciones locales están a cargo de responder las necesidades específicas de los residentes y de los visitantes, ya que conocen las necesidades y los problemas del destino turístico.

En cuanto a la comunidad local de los municipios turísticos se debe tener en cuenta que:

- Forman parte de los atractivos que atrae a los turistas, por ejemplo la cultura local.
- Aporta ideas para la gestión, las implementa y las controla: en su propio beneficio y en el de los turistas.
- Es prestadora de los servicios que se ofrecen a los turistas. Por ejemplo: alojamiento, restauración, transporte, etc.
- Es creadora y ejecutora de los productos que se venden. Por ejemplo: ruta del vino, artesanías, etc.

Es responsabilidad de las autoridades municipales de gestionar una campaña de sensibilización, concientización e implementación de mecanismo de consulta sobre las ventajas que proporciona el Turismo a la comunidad local y el motivo de su elección para el desarrollo del municipio.

3. Concepto de cultura y patrimonio

Cultura

Algunas de las primeras versiones antropológicas definían a la cultura como ***“todo aquello que el hombre hace o transforma con sus manos”***.

En la primera mitad del siglo XX esta concepción fue cambiando paulatinamente, caracterizándose por “el debate filosófico y antropológico occidental por el sin número de esfuerzos para consolidar un concepto extenso y amplio de cultura que, incluyendo las artes y las ciencias, no se limite a ellas”³⁶

Actualmente, en un sentido más amplio, **cultura** puede ser entendida como: “aquello que comprende lo que la gente piensa (actitudes, creencias, ideas y valores), lo que la gente hace (patrones normativos de comportamientos o formas de vida), y lo que la gente produce y crea. La cultura está por lo tanto,

36- MARTINELL, Alfonso y ROSELLÓ, David: “Diseño y elaboración de proyectos culturales”

compuesta de procesos (ideas y formas de vidas de la gente) y los productos de esos procesos (edificios, arte, costumbres, el ambiente o atmósfera de determinados lugares)".³⁷

La cultura puede verse entonces, como un todo representacional de una sociedad; desde un punto de vista menos sociológica, es también una manera de nombrar a una serie de actividades que provocan el crecimiento intelectual de los individuos.

La cultura por tanto es una construcción social, donde cada grupo humano es capaz de defender sus productos, su imaginación y sus destrezas manuales y de reconocerse en su propia historia y valorar este patrimonio como una forma de autovaloración.

Patrimonio

Vinculado al concepto de Cultura se encuentra el de Patrimonio, así mismo se puede definir como: *"bien común de una colectividad o de un grupo de personas, considerado como una herencia transmitida por los ascendientes"*³⁸.

También se puede entender al patrimonio como *"todos aquellos elementos o manifestaciones materiales o inmateriales que constituyen el acervo de las sociedades"*³⁹

Entre las variadas propuestas de división del patrimonio - con énfasis en lo cultural – cabe mencionar las siguientes: **Patrimonio Arquitectónico, Etnográfico, Etnológico y Cultural**, este último conceptualizado como: *"patrimonio de un pueblo que comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas"*⁴⁰

³⁷- **Littrhell, M.A.** "Shopping Experiences & Marketing of Culture to Tourist". University of Northumbria. 1997

³⁸ - **Abbal De Russo, C.** "Introducción al Patrimonio Cultural", Dirección del Patrimonio e Infraestructura Cultural. Mendoza, 1996, Pág. 4 y 5

³⁹ **TRONCOSO, C- ALMIRON, A.** 2005: 59.

⁴⁰ -**Schütler, R – Norrield, J.** Op. Cit. Pág.13

La UNESCO divide al patrimonio en dos tipos natural y cultural.

➤ El *patrimonio natural* está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio.

La UNESCO lo define como: “*aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.*”

➤ El *patrimonio cultural* está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

A su vez el Patrimonio Cultural se divide en dos tipos, **Tangible e Intangible**.

-El *patrimonio tangible* es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en **Mueble e Inmueble**.

*El ***patrimonio tangible mueble*** comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico.

*El ***patrimonio tangible inmueble*** está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a

otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico).

-El *patrimonio intangible* está constituido por aquella parte invisible que reside en el espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social" y que, "más allá de las artes y de las letras", engloba los "modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa.

El patrimonio intangible está constituido, entre otros elementos, por: *la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los mitos y leyendas; las adivinanzas y canciones de cuna; los cantos de amor y villancicos; los dichos, juegos infantiles y creencias mágicas.*

A continuación se muestra un esquema de la clasificación del patrimonio⁴¹:

⁴¹ Fuente: <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>



Es importante destacar la relación que hay entre el patrimonio y el turismo. El patrimonio es considerado como un atractivo turístico, que puede ser puesto en valor por la actividad turística. Es por eso que surgen nuevas necesidades de los turistas en consumir un tipo de turismo diferente al de masas, que además están interesados en conocer nuevas culturas y espacios naturales. Lo que permite al turista de valorar, disfrutar y conocer más sobre el pasado de una sociedad. Es así como el turismo favorece en generar conciencia en la preservación y promoción del patrimonio. Como así también de generar recursos económicos para la gestión patrimonial y lograr el desarrollo de las comunidades donde se encuentra el bien patrimonial.

Unidad N° 4

1. La Geografía y el Turismo

La geografía es la ciencia que estudia la distribución espacial de todos los fenómenos naturales (físicos) o humanos en la superficie del globo terrestre⁴²

El turismo se desarrolla en lugares donde se encuentra el atractivo turístico, principal motivador del viaje, esto genera movimiento de personas y desarrollo de actividades.

La geografía es importante para el turismo, ya que le permite describir el espacio geográfico y los atractivos turísticos; analizar los impactos en el medio físico; la utilización de los recursos; conocer la procedencia, necesidades y motivaciones de la demanda y la localización espacial del fenómeno.

Pearce, en su obra Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográficas (1988), especifica que el objeto de estudio de la geografía del turismo es el análisis de los movimientos y los flujos turísticos, el análisis del impacto territorial del turismo y la generación de modelos de desarrollo de espacios turísticos.

La geografía física aporta los estudios en forma sistémica y espacial la superficie terrestre y especialmente el espacio geográfico. Esto le permite al turismo poder conocer más los orígenes y formación de los paisajes.

La geografía de un lugar determina el valor turístico del mismo, si se hace uso en el esto genera modificaciones en el espacio, porque se le incorporará la infraestructura y la planta turística formando así un espacio turístico. Por lo tanto la geografía del destino es puesto en valor por los actores sociales que observan la capacidad que tiene dicho espacio para su desarrollo turístico. Es decir el turismo como producto social afecta al área donde se desarrolla como a la sociedad que en ella se involucra.

Además la Geografía como disciplina científica analiza los componentes del paisaje, que son considerados por el turismo como atractivo y la posibilidad de transformarlo como un producto turístico, permitiendo considerar los posibles

⁴² www.buenastareas.com

impactos que influyen en la sustentabilidad del destino, además de proveer información fidedigna para una mejor promoción e interpretación del atractivo.

La Geografía aporta el estudio de los climas, esto es importante para el Turismo porque se podrá determinar que actividades turísticas se pueden realizar (por ejemplo deportes invernales o de disfrute de la playa). Además el turista podrá decidir que vestimenta llevar a un determinado lugar, o en que época del año es más propicio visitar el lugar.

2. La función de los mapas en el turismo. Diferencias de mapas

Se reconoce la gran importancia de la utilización de mapas en el ámbito del turismo. “Los mapas son las representaciones en una superficie plana de la superficie terrestre o de alguna parte de ella”⁴³

En los mapas se representan elementos naturales como los ríos, lagos, montañas, llanuras u otras características de la naturaleza como el clima. También se puede representar los elementos humanos, que son aquellos productos de las acciones de las personas, por ejemplo: los espacios urbanos y rurales, las rutas, diques, límites políticos de los territorios, entre otros.

Estos elementos son imprescindibles en los mapas turísticos.

Elementos gráficos

“Los aspectos seleccionados se reproducen en el mapa mediante nombres y elementos gráficos: colores y dibujos que se llaman signos cartográficos. Algunos de esos signos son convencionales, es decir que pueden ser reconocidos por la mayoría de las personas. Por eso, los mapas pueden ser interpretados, aunque hayan sido hechos en otros países del mundo”⁴⁴

Los mapas tienen un cuadro de referencia donde se indica el significado de cada elemento gráfico.

“En algunos mapas los elementos gráficos indican características del relieve. Por ejemplo, en los mapas con escala cromática cada color indica una cierta altura sobre el nivel del mar. La escala y las alturas están indicadas en el cuadro de referencia.

⁴³ ARZENO, 2005: 20.

⁴⁴ ARZENO, 2005: 20.

En algunos mapas también se indican con tonos de azul profundidades por debajo del nivel del mar”⁴⁵

Existen diferentes tipos de mapas por ejemplo:

- ✓ Mapa Político: son aquellos que representan los territorios políticos de un continente, país, provincia, entre otros.
- ✓ Mapa Físico: son los que representan un área en la que se distribuyen elementos naturales, como la cuenca de un río, una zona montañosa, un tipo de clima, etc.
- ✓ Mapa de Flujo: son los que indica de donde hasta donde se produce el traslado o la difusión de un elemento.
- ✓ Mapa Rutero: son los que muestran las rutas y caminos de un lugar. Los mapas que vienen en los Atlas muestran los elementos naturales y humanos que tiene un espacio determinado. Estos son muy útiles para localizar localidades, ríos, etc.
- ✓ Mapa Federal de Oportunidades: es el mapa que se encuentra en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. En él se encuentra corredores, áreas de uso turístico actual y áreas con vocación para el uso turístico, puertas, travesías y circuitos turísticos transfronterizos que se complementan entre sí, conformando un sistema perceptivo de la realidad del espacio territorial argentino y al que se quiere llegar en un futuro. Este mapa fue actualizado con una perspectiva para el 2020.

Para entender la construcción del mapa Federal de Oportunidades es necesario ver dos mapas, que antecieron a este, que fueron: “el mapa del modelo colonial”. Aquí, el turismo comienza a desarrollarse en las últimas décadas del siglo XIX, que coincide con el modelo agroexportador de la Argentina. Las personas que viajaban eran de la clase alta, que visitaban algunos lugares del país. El otro mapa es el “modelo de sustitución de las importaciones”, donde las transformaciones sociales y económicas que atraviesa la Argentina a partir de la segunda mitad de los años 1970 y se consolida en la década de 1990, se ve también reflejado en el turismo. Es decir, que se produce un abandono del modelo del

⁴⁵ARZENO, 2005: 20.

mercado interno para dar paso al modelo económico neoliberal. Aquí se consolida el turismo emisor.

- ✓ **Mapa turístico:** es aquel que contiene información turística como por ejemplo la ubicación de atractivos naturales y culturales, rutas, servicios turísticos, información geográfica e histórica y actividades que se pueden realizar por ejemplo pesca, esquí, etc. También tiene imágenes de tipo postal. Gran parte de la cartografía turística fue diseñada para promocionar un destino turístico. Los mapas turísticos se ofrecen en forma de díptico, tríptico y folletos. Generalmente son confeccionados por oficinas gubernamentales de turismo, instituciones privadas relacionadas a la práctica del turismo (ej. Automóvil Club Argentino), diarios, revistas turísticas, guías y empresas de servicios turísticos.
- ✓ **Plano:** es una representación cartográfica de una región pequeña en escalas de 1:10.000 o 1:500. Permite distinguir detalles que en los mapas de mayor escala no se pueden visualizar (por ejemplo, calles, edificios, plazas, arroyos o relieves más pequeños, etc.)

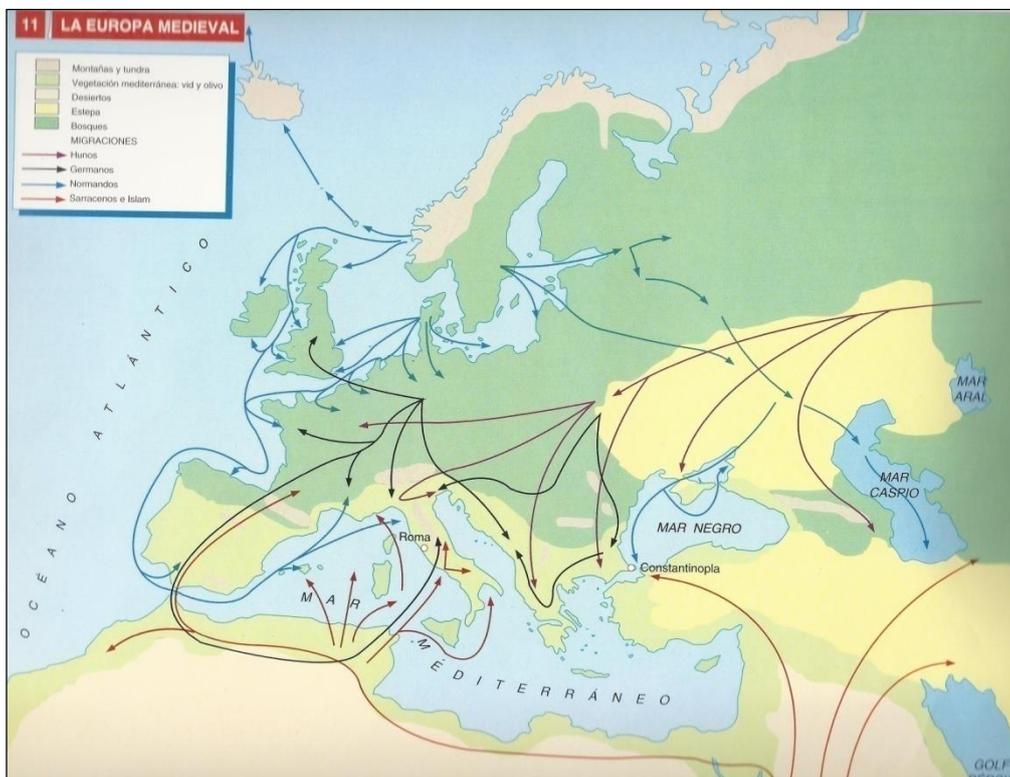
A continuación se muestran ejemplos de cada tipo de mapa.



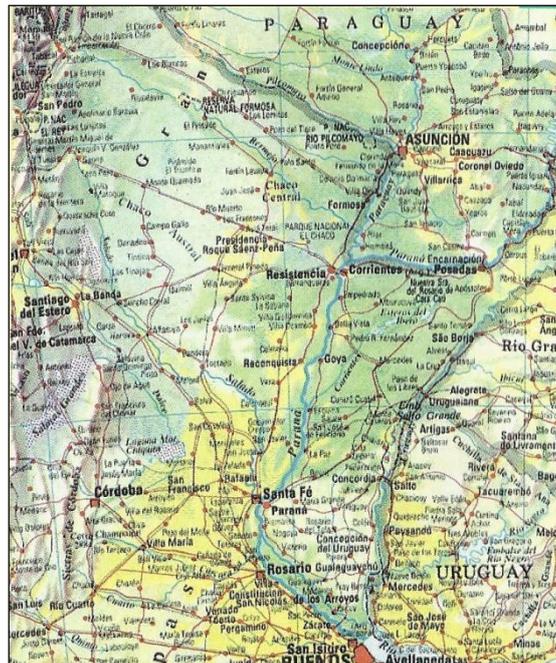
Mapa Político. Fuente: FRADKIN, Raúl, "Atlas histórico y geográfico". El libro de la sociedad en el tiempo y en el espacio. Editorial Estrada, Buenos Aires, 1997.



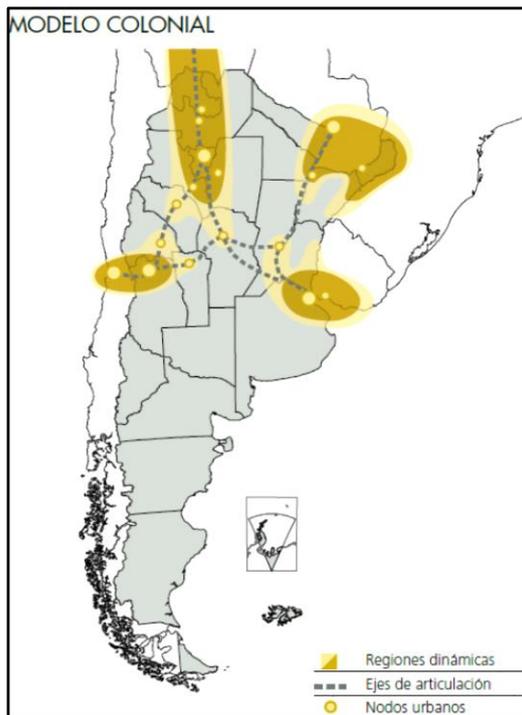
Mapa Físico. Fuente: FRADKIN, Raúl, "Atlas histórico y geográfico". El libro de la sociedad en el tiempo y en el espacio. Editorial Estrada, Buenos Aires, 1997.



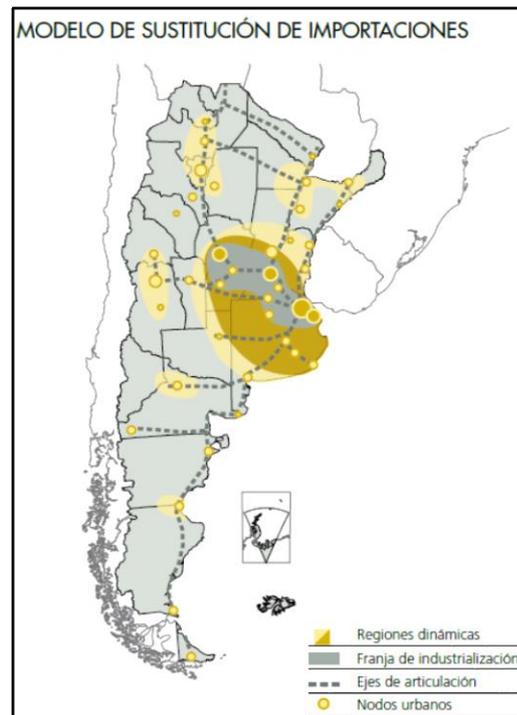
Mapa de Flujos. Fuente: FRADKIN, Raúl, "Atlas histórico y geográfico". El libro de la sociedad en el tiempo y en el espacio. Editorial Estrada, Buenos Aires, 1997.



Mapa Rutero. Fuente: ARZENO, Mariana; Castro, Hortensia y otros. “Ciencias Sociales 7. Libro del Docente”. Santillana. Buenos Aires. 2005.



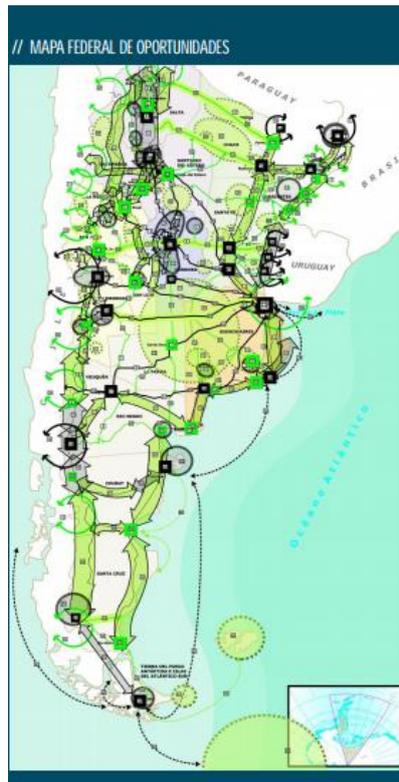
Mapa del Modelo Colonial⁴⁶



Mapa de Sustitución de importaciones⁴⁷

⁴⁶ SECRETARÍA DE TURISMO DE LA ARGENTINA. “Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016”. 2004.

⁴⁷ Ídem al anterior.



Mapa Federal de Oportunidades⁴⁸



Plano de Guadalajara. Fuente: <http://sescam.jccm.es/web1/home>.

⁴⁸ Ídem al anterior.

3. Historia y Turismo. Relaciones y aportes

Los aportes que hace la historia al turismo son fundamentales, porque en muchos casos es el que le da valor a los atractivos turísticos. Por ejemplo: las ruinas Jesuíticas de San Ignacio, la Manzana Jesuítica de Córdoba, las pirámides de Egipto, etc., son reconocidas por su legado histórico y cultural y que son promocionadas turísticamente, para que las sociedades presentes y futuras conozcan el pasado de sus ancestros.

Como así también la valorización histórica que se le da a las ciudades, museos, sitios arqueológicos, lugares donde sucedió algún hecho histórico, son visitados por personas que eligen esta alternativa para ampliar más los conocimientos de estos lugares y muchas veces se produce una interacción entre turista y anfitrión donde se intercambian conocimiento de la historia y la cultura de ambas partes. Los museos han ido ampliando su oferta cultural para recibir más visitantes y variado en su composición social, cultural y económica. Hoy en día se puede encontrar en ellos muestras de arte itinerante, realizan actividades culturales para los niños y espectáculos infantiles, tienen servicios gastronómicos, ofrecen salas para la realización de eventos, venta de souvenirs relacionados con el tema o el artista que se muestra, entre otros. Estas son estrategias que utilizan los museos para posicionarse favorablemente en los potenciales visitantes. Por ejemplo el museo de Bellas Artes Franklin Rawson durante las vacaciones de invierno ofrece actividades artísticas para el público infantil.

4. Patrimonio Histórico. Conceptualización y alcance

El patrimonio histórico está compuesto por bienes y manifestaciones tangibles o intangibles producidos por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

El turista que consume este tipo de patrimonio está interesado en conocer lo que han perdido, es decir que están interesados acerca de los modos de vida pasados y en revivir esos estilos de vida a través del turismo. Como así también de conocer las ruinas o edificios que aún perduran.

En ocasiones, la masificación del turismo conlleva a la transformación, el deterioro y la destrucción de los recursos culturales. Siempre aparece como más importante el interés económico de maximizar los beneficios, que la adopción de medidas concretas de salvaguarda de los diversos componentes que integran el patrimonio histórico-cultural.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expresado, el desarrollo sustentable propone estrategias diversificadas que permiten mejorar la realidad social, política, económica y ambiental específica de cada lugar. Así el turismo, como uno de sus ejes de acción, propuesto para algunas comunidades, puede preservar o revalorizar elementos patrimoniales.

A nivel mundial se utiliza la figura de “Patrimonio de la Humanidad” para proteger, conservar y preservar los bienes de interés internacional. El organismo encargado de declarar algún bien en Patrimonio de la Humanidad es la UNESCO.

5. Calidad en la atención al cliente

La cultura turística

La comunidad es una parte importante de la actividad turística, ya que es ella la que le da vida al turismo, ya sea como turista o como anfitrión. Participar en la actividad turística implica un compromiso por parte de la comunidad. Es decir que es necesario capacitarse para atender, mostrar, explicar y describir los valores de la cultura al turista.

El buen trato al turista y la actitud que se tiene hacia ellos es parte de la experiencia que vive el visitante.

Los destinos compiten entre sí para atraer visitantes, ofreciendo algo diferente al turista. Pero lo que hace la diferencia es la calidad en la atención al cliente. Esto se logra cuando el personal de una empresa tiene vocación, actitud positiva y emprendedora para brindar el servicio.

Es necesario formar a los profesionales de todos los niveles en calidad, para que estos sean flexibles y capaces de satisfacer las necesidades de los clientes, sintiéndose al mismo tiempo motivado e involucrado en la empresa en que

trabajan. Así queda demostrada la importancia que tiene el capital humano en el sector turístico y su buen desempeño laboral puede lograr la satisfacción del cliente.

Elementos de la cultura turística

- ✓ **Conciencia Turística:** implica que la comunidad anfitriona tenga una actitud positiva hacia la preservación y conservación de los bienes y servicios turísticos, para que los turistas puedan disfrutar del destino elegido.
- ✓ **Conocimiento y preparación:** es necesario que las personas que trabajan en el sector turístico tengan conocimiento y estén en constante capacitación que les permita estar actualizados y puedan brindar un servicio de calidad.
- ✓ **Valores:** para brindar un buen desempeño en el trabajo es necesario tener ciertos valores como: compromiso, constancia, disciplina, honradez, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio.
- ✓ **Servicio:** el personal que está en contacto con el turista tiene que brindar un servicio cordial, eficaz, honesto y profesional.
- ✓ **Calidad:** es garantizar la satisfacción del cliente con la prestación del servicio. Para ello es necesario hacer todo bien desde un principio para lograr la satisfacción del cliente.
- ✓ **Calidez:** es importante que los anfitriones reciban con cordialidad, amabilidad y hospitalidad al turista.
- ✓ **Profesionalismo:** cada vez que se esté en contacto con el visitante se debe destacar la calidad en la prestación del servicio y que además sea calificado como óptimo por el turista.

La calidad en el servicio al turista

La calidad consiste en hacer las cosas bien para lograr la satisfacción del turista. Para brindar un servicio de calidad se debe capacitar a las personas involucradas en brindar servicios turísticos, desarrollando programas de complementación, profesionalización y especialización para el personal.

Cuando el personal esté atendiendo a un turista es necesario que tenga en cuenta estos códigos para poder brindar un servicio de calidad:

1. Atender al cliente de inmediato.
2. Prestar total atención al cliente.
3. Hacer que los primeros 30 segundos sean importantes.
4. Mostrar una actitud natural, que no sea ni falso ni mecánico.
5. Demostrar al cliente energía y cordialidad.
6. Tratar de ser el agente del cliente (trabajar para él) esté de su lado.
7. Ser flexible.
8. Conocer los atractivos turísticos de la ciudad o del municipio para brindar una orientación oportuna y confiable.
9. Promover con orgullo los atractivos del municipio.
10. Cuidar los parques, monumentos y zonas de interés turístico de la localidad.
11. Hacer que los últimos 30 segundos cuenten.
12. Capacitación constante.

Bibliografía

ABBAL DE RUSSO, C. “Introducción al Patrimonio Cultural”, Dirección del Patrimonio e Infraestructura Cultural. Mendoza. 1996, Pág. 4 y 5

ARZENO, Mariana; Castro, Hortensia y otros. “Ciencias Sociales 7. Libro del Docente”. Santillana. Buenos Aires. 2005.

AUTORES VARIOS. “100 años de turismo argentino”. Proia. Buenos Aires. 2008.

BENESEY, Graciela. “El sector público turístico. Aportes sobre los organismos de Turismo en la provincia de Buenos Aires – Argentina” en Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo. CONDET. Educo Editorial y REUN. Neuquén. 2006. Año V. Vol. 5.

BERTONCELLO, Roberto comp. “Turismo y Geografía. Lugares y patrimonio natural – cultural de la Argentina”. Ciccus. Argentina. 2009.

BERTONCELLO, Roberto. “Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina” en América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, consejo Latinoamericano de ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006.

BOULLON, Roberto. “Planificación del Espacio Turístico”. Trillas. 1985.

Folleto informativo del Colegio de Profesionales en Turismo de San Juan.

FRADKIN, Raúl, “Atlas histórico y geográfico”. El libro de la sociedad en el tiempo y en el espacio. Editorial Estrada, Buenos Aires, 1997.

GONZALEZ VIAÑA, María del Carmen. “Turismo y ciudad. Nuevas Tendencias”. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. 2006.

IGLESIAS TOBAR, J. Ramón y otros. “Comercialización de Productos y Servicios Turísticos”. Síntesis. España. 2007.

KOTLER, Philip y otros. Mercadotecnia para hotelería y turismo. Prentice Hall, 1995.

LEY NACIONAL N° 25.643 “Sistema de Protección Integral de las Personas con Discapacidad. Turismo”. 2002.

LEY PROVINCIAL N° 1051-A “Reglamenta el ejercicio de la profesión de Licenciados, Técnicos y Guías de Turismo”. 2009.

LITTRHELL, M.A. "Shopping Experiences & Marketing of Culture to Tourist". University of Northumbria. 1997

MARTINELL, Alfonso y ROSELLÓ, David. "Diseño y elaboración de proyectos culturales"

MINISTERIO DE TURISMO Y CULTURA DE SAN JUAN. "Cartilla Turística Escolar 2013 - 2015". Gobierno de San Juan. 2012.

NARVÁEZ, Pedro. Cuadernillo de Contenidos Disciplinarios en Turismo del Curso de Ingreso a la carrera Licenciatura en Turismo 2010.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. "Introducción al Turismo". OMT. Madrid. 1998.

PEARCE, D. "Desarrollo turístico, Su planificación y ubicación geográficas". México. 1988.

SANTOS, Milton. "La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción". Ariel. Barcelona. 1996.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA ARGENTINA. "Organicemos las Ideas. Manual para emprendedores turísticos". Secretaría de Turismo de la Nación". Buenos Aires. 2008.

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA ARGENTINA. "Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016". 2004.

SILEO, Silvia. "Geografía y Turismo, un encuentro espacial". Revista de Ciencias Sociales, segunda época, año 4, N° 21, Bernal, Universidad de Quilmes, otoño de 2012, pp 93 – 105.

TOMAELLO, Flavia y DUER, Walter. "Turismo 2.0: Todo lo que usted necesita saber del marketing turístico en redes sociales". Argentina. Turística. 2014.

TRONCOSO, Claudia y ALMIRÓN, María. "Turismo y Patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones" en Aportes y Transferencia. Sustentabilidad y Desarrollo. Reconversión Productiva. Paisaje e identidad. Tiempo libre, Turismo y Recreación. Año 9. Vol. 1. Universidad de Mar del Plata. Argentina. 2005.

UNSJ. Consejo Superior. Resolución 151-1999-C.

WALLINGRE, Noemí. "El transporte carretero argentino. Incidencia en los desplazamientos turísticos" 4ta ed. Turística. Argentina. 2014.

Páginas Web consultadas:

- <http://www.aaavyt.org.ar>
- http://www.altour.uma.es/pdf/pub_turismoliquidado_12.pdf
- http://www.camaradeturismo.org.ar/objetivos_1.php
- <http://www.turismo.gov.ar>
- <http://www.chgsanjuan.com.ar>
- <http://www.fedecatur.org>
- <http://www.fehgra.org.ar>
- <http://www.ischigualasto.org>
- <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>
- http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/aldo_ramos
- <http://www.profenturismo.org.ar>
- <http://www.sanjuan.gov.ar>
- <http://www.turismo.gov.ar>
- <http://www.viajaporcuyo.com>
- <http://www2.unwto.org/es>
- <http://www.argentina.travel/es/page/static/inprotur>
- <http://faevyt.org.ar/>
- <http://www.tiempodesanjuan.com/sanjuan/2016/8/31/teatro-bicentenario-queda-147000.html>
- <http://www.iata.org/Pages/default.aspx>
- <http://es.unesco.org/>
- <http://www.aoca.org.ar/>
- <http://www.sanjuanbureau.com.ar/>
- <http://latinoamerica-cvbs.com/>

Guía de actividades de contenidos Disciplinarios de Turismo

Consideraciones generales para todas las actividades de la guía:

Antes de realizar TODOS los trabajos prácticos y/o actividades debe considerar los siguientes comentarios:

- 1- Leer detenidamente las consignas y comprender lo solicitado.
- 2- Entregue el trabajo práctico por escrito respetando los siguientes lineamientos:
 - Página N° 1: Indicar Universidad, Facultad, Departamento, carrera, Nombre del o los estudiantes, nombre, DNI y número de trabajo práctico y año.
 - Página N° 2: Respetar la siguiente estructura:
 1. Título y consignas
 2. Introducción del tema a tratar.
 3. Desarrollo de las respuestas.
 4. Conclusión (Comentario personal)
 5. Bibliografía general y especial por orden alfabético de autores.

El texto deberá ajustarse a los siguientes lineamientos:

- 1- El texto se escribirá en computadora o escrito a mano con letra legible. En caso de presentar el trabajo en computadora utilizar hoja blanca lisa A4, en interlineado sencillo y en tipo de letra Arial, tamaño 12. Texto Justificado.
- 2- Los márgenes serán normales.
- 3- Las hojas deberán contener encabezado con el logo de la universidad en el lado derecho y nombre y número del trabajo práctico en el lado izquierdo.
- 4- Las hojas deberán contener pie de página con el nombre de los integrantes del grupo del lado izquierdo y numeración correlativa hasta el final del trabajo en el centro de la hoja.

- 5- La bibliografía deberá indicarse de la siguiente forma: El autor de la obra, apellido (con mayúscula) y nombres y Título de la obra, subrayado.

3. Evaluación.

En TODOS los trabajos se evaluará del siguiente modo, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- 1- Ortografía y redacción correcta.
- 3- Comprensión de las consignas.
- 4- Creatividad y poder de síntesis.
- 5- Tiempo de entrega (fecha determinada)
- 6- Desarrollo de conclusiones.

Práctico N°1 (individual): “Historia del turismo en Argentina”

Consignas:

- 1- Lea atentamente el texto correspondiente al libro “100 años de turismo argentino” páginas 24 a la 109.
- 2- Realice una síntesis en forma de línea de tiempo (etapas) en el que se detallen las etapas planteadas por el autor. Tenga en cuenta para cada etapa 10 hechos turísticos que considere más importantes en la historia del turismo.

Práctico N°2: Exposición Oral (en grupo) “Atractivos de San Juan”

Consignas:

- 1- Arme grupo de hasta 4 personas.
- 2- Seleccione 4 atractivos turísticos de San Juan
- 3- Arme un SLIDE por cada atractivo en el que se detalle:
 - a. Ubicación del atractivo.
 - b. Importancia del mismo
 - c. Breve historia.

d. Motivaciones de visita.

La exposición oral estará a cargo de todos los integrantes del grupo, se presentará en pen drive formato power point o pdf.

Actividad N°1 (grupal): “El Sistema Turístico”

Consignas:

- 1- Observe atentamente el/los folletos entregados por las docentes.
- 2- Escriba el concepto de Sistema Turístico y sus componentes.
- 3- Detecte los componentes del sistema turístico presentes en el folleto.
- 4- Entregue el práctico adjuntando el folleto correspondiente.

Actividad N°2 (grupal): Tipología de atractivos

Consignas:

Observe el video “Argentina late con vos” del INPROTUR

Responda las siguientes preguntas

1. Identifique en las imágenes del video los atractivos turísticos. Nombre los de mayor importancia.
2. ¿Qué tipos de turismo puede observar?
3. Según su criterio ¿con que objetivo se habrá realizado este video?
4. Dependiendo del tipo de turismo ¿Cómo caracterizaría a la demanda?
5. ¿Qué actividades recreativas pueden realizarse en cada tipo de turismo?

Actividad N°3 (grupal): “Instituciones turísticas”

Consignas:

- 1- Busque información respecto a las instituciones públicas, privadas y mixtas de turismo de la Argentina y de San Juan.
- 2- Arme grupos de hasta 5 personas.
- 3- Realice un cuadro o tabla en el que se mencionen: nombre de la institución, referentes, características, necesidades que atiende.