



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, HUMANIDADES Y  
ARTES**

**DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**LICENCIATURA EN TURISMO**

**CURSILLO DE INGRESO**

***CONTENIDO DISCIPLINAR EN TURISMO***

Coordinadora: Técnica Universitaria en Turismo Carla Romina Frasson

Docentes: Técnica Universitaria en Turismo Irina Franco  
Técnica Universitaria en Turismo Marianela Zeballos

**AÑO 2022**

# ÍNDICE

<i>Índice</i>	2
<i>Presentación de la carrera</i>	3
<i>UNIDAD 1: Introducción al contenido disciplinar</i>	
Historia del turismo	5
Concepto de turismo	19
Evolución del turismo	21
Tipos de Turismo	22
<i>UNIDAD 2: Sistema Turístico</i>	
Concepto de demanda turística	25
Concepto de oferta turística	25
Superestructura turística	25
Atractivos turísticos	29
Patrimonio turístico	32
Cultura	34
Espacio Turístico	34
<i>UNIDAD 3: Nuevos enfoques del turismo</i>	
Conceptos y objetivos de calidad turística	36
Sistemas de Calidad Turística en Argentina	37
Buenas prácticas en los destinos turísticos	39
<i>Bibliografía y Webgrafía</i>	42

## PRESENTACIÓN DE LA CARRERA

### **1. Títulos de turismo.**

Diferencias 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 sí : 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.

El/la Licenciado/a puede organizar y administrar una empresa turística. Elaborar, ejecutar y evaluar planes turísticos. Realizar investigaciones relacionadas con los recursos y la actividad turística, sus tendencias y perspectivas. Asesoramiento en la elaboración de políticas, planes, programas y proyectos turísticos. 2. Ámbitos de inserción laboral Son diferentes los sectores que el egresado puede insertarse laboralmente, a continuación se detallan los siguientes: Empresas turísticas: o Agencias de viajes, ya sean mayoristas o minoristas. o Empresas de alojamientos turísticos. o Empresas de transporte terrestre, aéreo o marítimo.

UNIDAD 1

# INTRODUCCIÓN AL CONTENIDO DISCIPLINAR

Historia del Turismo en Argentina  
Concepto de turismo  
Evolución del turismo  
Tipos de turismo



## HISTORIA DEL TURISMO

### Introducción

El turismo tal y como se conoce actualmente es de reciente desarrollo. Sin embargo, en todas las épocas las culturas de las diferentes regiones del mundo sintieron la necesidad de desplazamiento. "El hombre es viajero por vocación y por necesidad. Desde los tiempos más remotos se le ve cambiando de lugar" (Aleman Valdez, 1983). Así, los desplazamientos con fines espirituales, recreativos y alejados, aun del concepto turístico, encuentran sus antecedentes en el mundo griego.

En la República Argentina son pocos los antecedentes que se encuentran y tampoco es muy factible encontrarlos en las posteriores etapas de su evolución. El turismo y su análisis ha podido ser construido gracias a diversos enfoques, pero en sí mismo como tal de forma comparativa con el europeo. Desde la Constitución de la República Argentina hasta el bicentenario de la actividad ha tenido tantas oscilaciones como la política nacional y encuentra una estrecha relación con la problemática general del país.

Sergio Molina en su libro El Posturismo (2000) analiza las transformaciones de la sociedad y la incidencia de estas en el funcionamiento del turismo. Propone "una reclasificación de las etapas históricas, considerando el pre turismo como una fase inicial y el posturismo como la actual, entre otras transcurridas durante las mencionadas".

(Ver si agrego lo otro)

A continuación clasificación de las adaptadas al contexto argentino, en base a las propuestas por Molina. Asimismo, las fechas que comprenden a cada una se indican a modo de orientación cronológica, debido a la dificultad de dar por finalizada una etapa para dar origen a la siguiente.

### Etapas del Turismo Industrial

El turismo Industrial Temprano (1810- 1945)

De la Organización Nacional (1810- 1880)

Argentina alcanzó la independencia en el año 1816 y a partir de ese momento ingresó en un periodo de organización nacional que consideró el proceso de estructuración territorial y el nacimiento de las instituciones.

El inicio del acelerado proceso económico y cultural llevó a los sucesivos gobiernos a pensar en la necesidad de integrar al país a través del desarrollo de transporte. El histórico eje del comercio se acentuó hacia el Atlántico, dando a Buenos Aires mayor protagonismo, principalmente a partir del desarrollo agrícola, de la mano de la creciente y productiva región pampeana.

Las condiciones imperantes aún no ayudaban a las posibilidades de realizar viajes de placer. Los medios de transporte y las alternativas de alojamiento poco habían mejorado desde la etapa colonial. Cabe mencionar que ya en esta etapa se destacaba la "hospitalidad gaucha".

Los primeros traslados que se realizaron se caracterizan ante todo por los sucesivos viajes de misioneros, geógrafos, historiadores, naturalistas, literatos y marinos cuyos desplazamientos no tenían espíritu meramente turístico. Ejemplo de ello son Darwin, Fitz Roy, Moreno, Mascardo y Ameghino.

El país aún no contaba con alojamientos que permitieran hospedarse en las condiciones elementales de servicio, salvo excepciones. En 1825, en Buenos Aires, nació el primer hotel de inmigrantes. En esta ciudad se inició también actividad hotelera destinada a quienes viajaban por placer. Unido a actividades comerciales, los primeros desarrolladores desde la segunda mitad del siglo XVIII fueron los ingleses.

Los centros turísticos aún no se habían desarrollado. A mediados del siglo XIX, de manera espontánea e improvisada, comenzó a aparecer el turismo en las playas bonaerenses.

### La Belle Epoque (1880- 1918)

Avanzado el siglo XIX el país ingresó, bajo el modelo agro exportador, y acompañado de los principales avances del transporte, en particular del ferrocarril, en una renovada etapa que ejerció una gran influencia en los aspectos sociales y culturales, principalmente de la clase terrateniente.

Se iniciaba la denominada década del '80 que, siguiendo las tendencias europeas, se reconoció como Belle Epoque.

El repentino enriquecimiento de un reducido sector de la sociedad produjo la construcción de amplios palacetes, que se dedicaron a las excentricidades a la hora del turismo (Rapaport, 2003). Era el periodo en que se admiraba a Europa.

La situación política y económica imperante permitió que el turismo estuviera destinado exclusivamente a una limitada clase alta, quienes de la mano del poder económico comenzaron a disfrutar del tiempo libre, asociado con la vida al aire libre y tenía gran importancia social. En un principio eran las familias de clase alta se recluyen en sus cascos de estancia que por generaciones contribuyeron a concretar sus prolongadas vacaciones veraniegas, las que eran todo un acontecimiento social. Era habitual la organización de reuniones entre las familias que alternaban la ciudad de Buenos Aires con sus estancias. Prontamente se introducen los primeros centros turísticos del país.

Por otro lado, iniciaron el aspirado viaje a Europa donde absorben el estilo de vida para luego imitarlo en el país.

En una primera etapa la ocupación sobre el frente marítimo no se consideraba una valoración económica y muy eventualmente eran utilizadas por las familias propietarias de estancias para su esparcimiento. La crisis del modelo agroexportador que afectó a sus propietarios no fue ajena al posterior aprovechamiento turístico de las costas, fundamentalmente por la oportunidad de valorizar las tierras cuya posibilidad de aprovechamiento agropecuario era prácticamente nulo. A través de la subdivisión para la venta de lotes con destino urbano, fueron surgiendo los primeros balnearios del país.

Así surgió Mar del Plata (1874) como el primer balneario argentino, impulsado primero por Pedro Luro y luego por Patricio Peralta Ramos.

Mar del Plata se consagró como el destino turístico de la alta sociedad a partir de dominar su histórico aislamiento con la llegada del ferrocarril (1886). La construcción del lujoso Hotel Bristol (1888), la Rambla Pellegrini y las inversiones en la construcción de suntuosas residencias privadas permitieron su concreción. Era el destino turístico estival por

excelencia del país cuyo principal atractivo eran las propiedades curativas del Mar. Las adineradas familias viajaban en tren y pasaban sus extensas vacaciones estivales que promediaban los 3 meses, acompañadas incluso por el personal del servicio.



Mar del Plara en sus inicios. Fuente: <https://www.imagenesmardelplata.com.ar/>

A partir de este primer antecedente se realizaron grandes inversiones turísticas en el país. Desde 1880 iniciaron su desarrollo los primeros centros termales orientados a la rehabilitación que prescindieron de las aguas termales, centrandose en base a la revitalización física y mental. Surgen en Córdoba apoyándose en las virtudes que ofrecía el clima serrano, se crearon los centros de Santa María, La Falda, Cosquín, y las Sierras de Córdoba serán una nueva alternativa vacacional. En 1897 se inauguró el emblemático Hotel Eden, de estilo Art Nouveau, que hospedó a notables personalidades de la vida pública de Argentina y el mundo.

El Hotel Casino Termas de Rosario de la Frontera surgió en Salta y fue el primero de su tipo. En 1913 en Mendoza, abre el Hotel Casino Termas de Cacheuta.

En 1888 comenzó el impulso de Miramar y se fundó Necochea. En 1901 Nicolás Mihanovich organizó el primer viaje hacia las Cataratas del Iguazú y también ruinas jesuíticas transportando en su primera travesía a un grupo de selectas familias porteñas; las Cataratas solo habían sido visitadas por aventureros, y expedicionarios como Ambrosetti y Thays.

Mientras tanto, en la ciudad de Buenos Aires, desde fines del siglo XIX y principios del siglo XX, la oleada de inmigrantes españoles aportó una nueva influencia en la hotelería y los cafés con su epicentro en la Avenida Mayo. Aparecieron hoteles de renombre como Palace Hotel, Paris Hotel, El Gran Hotel España y el Plaza Hotel como el más majestuoso.

El avance del trazado del ferrocarril también colaboró con la fundación de hoteles que se convertirían en centros turísticos. Estos hoteles eran administrados por las mismas compañías ferroviarias o por empresas subsidiarias de estas.

La ciudad de Río Hondo comenzó a perfilar su futuro turístico en la primera década del siglo XX, alcanzando el rango del mayor centro termal de Argentina. El Tigre y el Delta desde el acceso ferroviario se pusieron de moda como destino elitista con la construcción de clubes náuticos, casas privadas y hoteles, sobresaliendo El Tigre Hotel (1906).

En las primeras décadas del siglo XX ya funcionaban en Buenos Aires Wagon Lits-Cook, Casa Diaz, Puente Hermanos y Exprinter, agencias que ofrecían servicios de viajes.

## La Transición (1918- 1945)

Desde la primera década del siglo XX la apertura del sistema político argentino tendió a afianzarse. Para 1918 las exportaciones agrícolas se incrementaron, debido particularmente a la finalización de la primera guerra mundial, que favoreció el crecimiento económico. Argentina, de la mano del modelo agroexportador, fue la octava economía del mundo, aunque entre los años 20 y 30 se produjeron constantes altibajos en las exportaciones que afectaron notablemente el desarrollo nacional. A su vez, ya por 1914 se había comenzado a perfilar una nueva estructura social que comenzó a alejarse del modelo polarizado en dos clases. En la nueva estructura los sectores medios comenzaron a adquirir significación produciendo una importante movilidad social ascendente. Surgieron los asalariados urbanos y se fortaleció el crecimiento de los sectores ligados al comercio y a la incipiente industria. Las primeras décadas del siglo XX estuvieron acompañadas por el ascenso de las organizaciones sindicales. Desde su gobierno Hipólito Yrigoyen consideró la posibilidad de producir un acercamiento entre el Estado y los movimientos obreros. Su primera presidencia dio los primeros pasos en el accionar social tendiente a impulsar algunas mejoras laborales que humanizaran las condiciones de trabajo. A partir de la segunda presidencia (1928/30), en el intento de avanzar hacia ese fortalecimiento, Yrigoyen fue derrocado. Tuvo entonces lugar el primer golpe de estado nacional.

En 1934 se establecieron normas para celebrar los contratos de trabajo, acogiendo los beneficios jubilatorios e impidiendo los despidos arbitrarios por ejemplo.

En Argentina si bien, el gobierno de Yrigoyen avanzó hacia la concreción de esos beneficios, la valoración del tiempo libre vacacional no fue reconocida por Ley hasta 1946. En 1943 Perón, en su función de Secretario General de Trabajo y Previsión Social, se relaciona con los sindicatos y los trabajadores, y comenzó a revisar la política social.

A partir de de la década de 1920 se producen algunos aportes que se verán incrementados en las siguientes décadas, a partir de concretarse obras de infraestructura realizadas por el gobierno nacional. El desarrollo de la red vial troncal favoreció al turismo. La iniciativa privada acompañó con el desarrollo del equipamiento en los nuevos balnearios de la Costa Atlántica. Mientras que el ACA y el Touring Club lo hicieron especialmente en su rol de promoción del sector y en la concreción de algunos aportes a la red vial. Por otro lado, las consecuencias de la crisis mundial de 1929 dieron lugar a la proliferación de enfermedades respiratorias muy difíciles de curar, y acentuó la necesidad de iniciar el desarrollo del turismo de salud, en particular en las sierras de Córdoba.

Los años 20 marcaron además el desarrollo del turismo en torno a las aguas termales. San Carlos de Bariloche de la mano de las primeras políticas y de las áreas protegidas del país, inició su perfil como ciudad turística y desde 1930 comienza a convertirse en un importante centro turístico internacional, y donde las familias de clase alta del país comenzaron a construir enormes mansiones de verano. El Parque Nacional Nahuel Huapi sumado a la llegada del ferrocarril incidieron en el afianzamiento del desarrollo turístico regional, y produjeron las condiciones propicias para su concreción. Se fomentó el turismo de ski, se promocionó la caza y la pesca deportiva y se inició la navegación con fines turísticos en el Lago Nahuel Huapi. Bariloche se perfiló como destino de deportes invernales exclusivo para



la élite del turismo nacional e internacional, a partir del Centro Internacional de Esquí Cerro Catedral.

Bustillo principal impulsor de la ciudad de San Carlos de Bariloche, logró influenciar para la lograr a través de la iniciativa gubernamental la construcción del Hotel LLao LLao, para poder convertir a Bariloche en una alternativa para el turismo internacional.

Bustillo además incentivó el desarrollo turístico de Puerto Iguazú a partir de la creación de Parque Nacional (1934), el mejoramiento del camino de acceso, la modernización del hotel existente y la construcción de las pasarelas de madera sobre los saltos de las cataratas.

La instrumentación del turismo como actividad motriz para el desenvolvimiento de los Parques Nacionales, logró crear nuevos centros productivos como San Martín de los Andes en Neuquén y Esquel en Chubut. En 1937 se creó el Parque Nacional los Glaciares en Calafate.

Córdoba a mediados de 1930 también presentó un aumento de colonias de vacaciones. En la costa bonaerense por otro lado de la mano de Carlos Gesell que forestó la zona de médanos y promovió el desarrollo, se crea Villa Gesell, San Clemente del Tuyú, Mar de Ajó, Santa Teresita, San Bernardo y Monte Hermoso, Pinamar y Mar del Tuyú.

A partir de 1940 los sectores medios de la sociedad comenzaron a sumarse a Mar del Plata y dieron lugar al principio de la desaparición de la exclusividad de la clase alta en este destino. Con ello, aparece la euforia de vacacionar en el sol. El bronceado de verano fue signo de importancia social.

Un hito muy importante para esta actividad fue el Decreto 12.380 donde por primera vez en la historia del turismo nacional se concretó la responsabilidad de regular y fomentar las actividades vinculadas con el sector que además quedó oficializado como actividad. Esto dio lugar a considerar a esa fecha como el inicio del proceso de institucionalización del turismo.

#### El turismo industrial maduro (1946-1980)

En 1946 Juan D. Perón asumió la presidencia de la Nación, centrando su quehacer en la implementación de una política nacionalista y estatizante. Incorporó al Estado los servicios públicos, entre otros los ferrocarriles, comunicaciones telefónicas, electricidad, gas y la flota mercante. Continuo con el respaldo a los sectores populares acentuando la política de desarrollo social iniciada en su etapa anterior y estimulo el papel de los movimientos obreros, que concretaron una masiva afiliación, y tendió al fortalecimiento de los sindicatos. De esa forma, los trabajadores vieron aún más fortalecida sus conquistas, con nuevos acuerdos referidos a las condiciones laborales y aumentos de salarios, y por un incremento del gasto social del gobierno que tendió a elevar la situación socioeconómica de la población más necesitada.

Se implementó un sueldo anual complementario del que se recaudaba el 3% a los fines del turismo social. Generalizó el sistema de jubilaciones y entró en vigencia el sistema de pensiones para personas de bajos recursos, que no estaban amparadas por ningún sistema

de protección. Todas estas medidas fueron determinantes para el turismo. Los derechos de los trabajadores quedaron plasmados luego en la reforma de la constitución en 1949.

Sobre los planes de desarrollo, el gobierno se pronunció enfáticamente a favor de la industrialización. Se procedió a la sustitución de importaciones, fabricando en el país bienes de consumo e insumos agropecuarios. Esos avances favorecieron también al crecimiento del turismo.

En 1955 ese gobierno fue derrocado, situación que produjo el ingreso del país en una importante inestabilidad, oscilando entre gobierno de facto y democráticos. El gobierno democrático de Arturo Frondizi (1958-1962) permitió una momentánea estabilidad económica. Fomentó la industria, incentivó la inversión del capital extranjero y la radicación de empresas transnacionales, incrementó los salarios, lo cual produjo una mejor calidad de vida en los ciudadanos. Los primeros años de los '60 y bajo la presidencia de Arturo Illía, el país tuvo cierto crecimiento y la economía tendió a estabilizarse. Los argentinos habían alcanzado un mayor nivel de consumo y se consolidó la educación en la enseñanza media. Estos factores repercutirían favorablemente en el ejercicio del turismo.

En 1966 se produjo un nuevo golpe de estado, que perduró hasta 1982 y co dujos destinos de Argentina a través de una sucesión de gobiernos militares. Rapoport (2003) reconoce que en 1976, en el país se puso en vigencia una nueva política económica inspirada en la doctrina llamada de ajuste monetario de la balanza de pagos. Esta inició un proceso de inversor que afectó negativamente la producción interna y fueron creando el marco de la deuda externa que repercutiría durante las posteriores décadas y afectaría al desarrollo nacional, con el consecuente impacto sobre la calidad de vida de los ciudadanos, particularmente de los sectores medio y bajos.

En lo que respecta a la política de transporte, en 1948 los ferrocarriles argentinos fueron nacionalizados y se inició el proceso de su abrupta decadencia, incluyendo el levantamiento de miles de kilómetros de rieles y la pérdida constante de la calidad en los servicios prestados. Esa situación favoreció el desarrollo del autotransporte de pasajeros, política impulsada por el gobierno nacional que acompañó mediante un plan para la construcción de caminos y de nuevos puentes para mejorar tanto la conectividad interprovincial como con los países limítrofes, que propulsó el turismo de tipo independiente. En el transporte aéreo se creó Aerolíneas Argentinas (1950) como empresa del Estado, se inauguraron los aeropuertos Jorge Newbery (1948) y Ministro Pistarini en Ezeiza (1949); este facilitó las comunicaciones internacionales, y además se inauguraron algunas nuevas rutas aéreas que facilitaron la conectividad internacional.



Aeroparque Jorge Nwebery. Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Aeroparque\\_Jorge\\_Newbery](https://es.wikipedia.org/wiki/Aeroparque_Jorge_Newbery)

En el turismo, las reformas sociales implementadas por el gobierno de Perón, que consideró entre otros derechos de los trabajadores el de las vacaciones pagas, tendieron a desarrollar el turismo social. Argentina fue, a partir del año 1946, el primer país de América Latina en implementar este tipo de turismo.

El gobierno consideró que además del ejercicio del turismo como un derecho laboral y social y las políticas del tiempo libre impulsadas, se instalará la idea de que "conocer la patria era un deber."

En la primera presidencia de Perón la capacidad hotelera tuvo un fuerte incremento en diferentes localidades del país y varios hoteles preexistentes pasaron a manos del gobierno y fueron administrados directamente por la AGPNyT. La parte privada se benefició a través de créditos Préstamo Nacional Hotelero. Ambos sectores acompañados fuertemente por los sindicatos. En ese entonces los hoteles públicos y privados formaban parte de la red de Hoteles Nacionales de Turismo y regidos por la Administración General de Parques Nacionales y Turismo.

Los años posteriores, y como consecuencia de la política encaminada, se inició en la Nación una creciente movilidad social que dio origen a los "nuevos ricos", quienes rápidamente copiaron las formas de recreación y del turismo de la clase alta. El crecimiento de turistas más grande se registró en Mar del Plata. Lo cual hizo que la clase alta se desplazara de los destinos turísticos habituales. Como resultado de esto nació el turismo popular o turismo masivo.

Entre 1955 y 1980 el turismo se caracterizó por una importante ausencia en el accionar social como consecuencia de la situación política imperante. Principalmente entre 1976 y 1982, el turismo social quedó minimizado a su máxima expresión, limitando sus funciones a la prestación de los servicios de las unidades turísticas de Embalse Tercero y Chapadmalal. Por el contrario, el turismo comercial continuaba su lento curso, encontrando un importante apoyo en el desarrollo del transporte automotor que contribuyó a modificar la forma de viajar.

A partir de 1950, en Bariloche, los colegios religiosos comenzaron a llevar de vacaciones a sus estudiantes que realizaban campamentos. Esta iniciativa dio origen a los viajes masivos

de los mochileros que se trasladaban 'a dedo', con un precario equipamiento que les permitía acampar; serían el antecedente del turismo estudiantil.

En 1950, se inició el turismo en Puerto Madryn, sostenido en las actividades náuticas y la pesca de altura; en la década siguiente la provincia de Chubut (1969) puso en marcha el programa Conservación de la Fauna Marina que consolidó como destino turístico la Península Valdés e incentivó el turismo en Esquel, al igual que lo hizo que el gobierno de Misiones. También tuvo fuerte desarrollo el turismo termal en Río Hondo, que diversificó su producto turístico sumando el turismo náutico y la pesca deportiva. Neuquén impulsó el primer plan de desarrollo Turístico provincial en 1969.

La política nacional de 1965 inició los estudios para el desarrollo del turismo argentino y el tratamiento territorial. Luis Bolin, Técnico de las Naciones Unidas realizó un informe con el análisis de los principales atractivos turísticos del país, en algunos casos agrupados por regiones, provincias o municipios. Dichas proyecciones no prosperaron en su implementación.

A pesar de ese antecedente la idea de implementar una regionalización para el desarrollo se gesta cuando el Consejo Nacional de Desarrollo -CONADE- de la Presidencia de la Nación procedió a desarrollar un modelo de división territorial y elaborar diagnósticos regionales para la posterior implementación en un Plan Nacional de Desarrollo, que tenía por finalidad abordar los problemas en el largo plazo, y que tampoco llegó a concretarse. La primera división territorial turística del país, a partir del diagnóstico realizado en la década de 1960, quedó constituida en 8 áreas hoy no vigentes.

En 1968, ante la necesidad de estructurar una política coherente de desarrollo basada en una estrategia apropiada, la Dirección Nacional de Turismo suscribió un convenio con la Facultad de Arquitectura, Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires para llevar adelante la asistencia técnica para el turismo.

De ese convenio se elaboró el Primer Documento para un Plan Nacional de Desarrollo Turístico de la Argentina, que no contaba con precedentes y luego fue ocupado por varios países latinoamericanos.

A partir de 1979 y recogiendo las ideas del documento anterior se iniciaron nuevos trabajos de planificaciones de desarrollo turístico en Iguazú, Neuquén, Chubut, La Rioja, San Juan, Buenos Aires y también con países colindantes como Bolivia y Perú. Todos estos planes fueron afectados por la falta de fondos, la mayoría de los proyectos no llegaron a la ejecución.

También en 1970, el gobierno nacional reconoció el potencial turístico de la zona del sur de la provincia de Mendoza y mostró interés sobre todo en la nieve y las aguas termales. En 1983 gracias a ello se inauguró el complejo Las Leñas. A partir de esa década se fundaron más centros de ski como La Hoya y Cerro Bayo.

Además comenzó a asomar muy discretamente el turismo en la provincia de Entre Ríos, impulsando la ciudad de Paraná y diferentes localidades del Corredor del Río Uruguay con turismo fluvial y de sol.

Un hito importante de la década fue el Mundial en 1978 colocando a Argentina en la mirada mundial para revertir la desprestigiada visión del gobierno argentino. El encuentro deportivo

motivó la realización de obras de infraestructuras viales de acceso a las ciudades y la remodelación de los aeropuertos pertenecientes a las ciudades sedes del evento. Además del emplazamiento del Sheraton Hotel, primera cadena internacional del país.

En el año 1981 se designó al Glaciar Perito Moreno como Patrimonio UNESCO de la Humanidad lo que favoreció el turismo en El Calafate como destino internacional.

Todos esos avances comenzaron a ser acompañados mediante la formación profesional. Desde la década del '60 las Universidades iniciaron la oferta de las primeras carreras de formación turística, tendiendo a resolver el problema de falta de formación y capacitación en ese ámbito, y con posterioridad se sumaron un sin número de institutos terciarios en el país. Entre 1945 y 1980 el gobierno y la administración pública nacional tuvieron importantes avances y también en materia de legislación. En 1958 se promulgó la primera Ley Nacional de Turismo 14.574 y modificada en 1987. Fue la primera Ley que intentó contemplar globalmente el tema y estuvo vigente por más de cuarenta años hasta 2005. Las organizaciones empresariales fueron creando agrupaciones como Asociación Argentina de Agentes de Viajes y Turismo y la Cámara Argentina de Turismo y se originó el Consejo Federal de Turismo.

Por otro lado, los cambios en la economía y en la moneda Argentina afectada por el retraso cambiario contribuyeron a lo largo de esta etapa a que se produjeran vaivenes del turismo de argentinos al exterior respecto del receptivo de turismo internacional. Desde fines de 1970 y principios de los '80, el turismo emisor tuvo un importante crecimiento. A su vez, los jóvenes comenzaron a viajar solos y separados de la familia, dando lugar a un importante nuevo mercado. Además se iniciaron los viajes de mochileros quienes se movilizaban 'a dedo' y acampando.

Entre los '60 y los '70, el país ocupó el primer lugar de movimientos turísticos internos de América Latina.

#### El turismo post industrial (1980-2000)

Desde fines de los '70 el mundo comenzó a transitar una nueva época sostenida en el surgimiento de las políticas neoliberales con la consecuente expansión y mundialización del sistema capitalista, que derivaron en el fenómeno globalizador y donde se tendió a la disminución de la participación reguladora del Estado. Además, las pautas de consumo comenzaron a tener importantes modificaciones tendientes a la búsqueda de nuevas formas de vida.

En 1989 el gobierno se orientó hacia las políticas económicas con un claro neoliberalismo que propuso la reducción del Estado a su mínima expresión para dar libertad a las fuerzas económicas expresadas a través del mercado. La situación generó una fuerte recesión en el sistema de transporte, caracterizada por el estancamiento en el desarrollo y en el mantenimiento tanto de las infraestructuras como de los servicios. En 1990 se inició el proceso de concesión y privatización de vastos sectores. Se efectuó la venta de Aerolíneas Argentinas, la concesión por peajes de casi 10.000 kilómetros de rutas viales nacionales, de los ferrocarriles metropolitanos y subterráneos, las instalaciones portuarias, red de aeropuertos y las empresas navieras, entre otras.

Las transformaciones imperantes produjeron un alto impacto en el turismo. Concretamente desde 1980 el gran aporte del sector estuvo dado por los cambios caracterizados por el impulso que tomó el turismo, basado en el disfrute y respeto de la naturaleza, y de la mano del incipiente turismo alternativo, aunque se produjo también un fuerte desarrollo urbano. El turismo naturaleza se acentuó en los '90 con nuevas modalidades de viaje que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo. Así se impulsa el trekking, montañismo, rafting, mountain bike, overlanding, safaris fotográficos, ecoturismo, turismo rural, agroturismo, entre otras. Estas nuevas modalidades favorecieron el desarrollo de las zonas turísticas poco tenidas en cuenta por el turismo convencional, como el turismo rural; que si bien inició su desarrollo sobre los años '60 desde los '90 alcanzó mayor protagonismo a partir de las estancias que comenzaron a adaptarse al turismo.

En 1984 el Ministerio de Economía publicó un nuevo estudio titulado Bases para un Plan Federal de Turismo, que consistió en un diagnóstico de la situación de la actividad en el país y sentó las bases para su concreción. Desde 1982 la Subsecretaría de Turismo de la Nación decidió llevar adelante ese trabajo técnico con la finalidad de evaluar la situación del sector y sus posibilidades en el corto, mediano y largo plazo. El objetivo era apuntalar con su actividad específica el marco amplio del desarrollo económico del país dentro del cual el turismo ocupa un relevante rol; contribuir a preservar y mejorar la calidad del ambiente natural y cultural por su característica exclusiva de actividad cuya oferta básica depende de la calidad de los recursos de dicho ambiente; contribuir a mejorar la comunicación cultural entre todos los argentinos y en el nivel internacional, brindando una imagen clara y auténtica de la Argentina.

Además, a partir de 1980 SECTUR y el CFT reconocen varias figuras recurrentes para el ordenamiento territorial, desarrollo y gestión del turismo nacional, distinguiendo las regiones, los corredores, las comarcas y los centros turísticos. El criterio histórico de conformación de las regiones turísticas del país se basó en su definición a partir de los límites políticos provinciales; es decir que la mayoría de los límites de las regiones están formadas por la unión de las provincias. A partir de cada macro producto, se definieron los ejes corredizos estructurados a partir de rutas troncales, que facilitaban y brindaban conectividad entre los más importantes atractivos turísticos, aunque algunos quedaban estructurados 'fuera de ruta', es decir que se encontraban alejados de los ejes de comunicación más importantes.

La consolidación de destinos tuvo lugar en esas décadas, por ejemplo Villa El Chaltén y el turismo de invierno, Federación como destino termal y las ciudades costeras de Mar de las Pampas, Mar Azul, Costa del Este, Aguas Verdes, Costa Azul, Pinar del Sol, Costa Esmeraldas, Punta Médanos y Las Gaviotas; estas últimas playas bajo el concepto de slow city atrajeron a los turistas.

La comercialización del turismo tuvo importantes aportes tecnológicos que dinamizaron su ejercicio. En 1992 Aerolíneas Argentinas introdujo al país el CRS AMADEUS, que permitió cambiar la operatoria de la actividad y, años más tarde, se incorporaron SABRE, GALILEO y Wordspan. Estos, unidos a Internet, mejoraron notablemente la comercialización y la comunicación tanto entre las empresas del sector como para con sus clientes.

Tendiendo hacia una mayor profesionalización del sector turístico, en 1999 se creó en el marco de la SECTUR y en convenio de cooperación con la CAT, el Registro de Profesionales en Turismo.

El alojamiento tuvo un fuerte impulso durante los años '90 sobre todo en la ciudad de Buenos Aires, las inversiones fueron realizadas casi todas por empresarios argentinos en hoteles de alta gama a través de marcas de reconocimiento internacional como Ceaser Park, Park Hyatt, Four Season, Intercontinental, Hilton, Marriot, Howard Jhonson, Holiday Inn, Meliá entre otros. En contraposición también se afianzaron los alojamientos alternativos como los hostels, las residencias universitarias, los bed and breakfast destinados a conocer las costumbres locales a través de una mayor interacción con la comunidad.



Hotel Marriot Plaza- Buenos Aires. Fuente: <https://www.tripadvisor.com>

Entre 1980 y 2000, el organismo nacional de turismo continuó con innumerables modificaciones en su dependencia y jerarquía, mientras que en los aspectos legislativos se realizaron algunos nuevos aportes. Con un nuevo gobierno, en 1999, el organismo mantuvo su denominación como Secretaría de Turismo así como su dependencia del Poder Ejecutivo Nacional, pero incorporó entre sus funciones a la Administración de Parques Nacionales. La ley 25.198/99 declaró al turismo como actividad socioeconómica de interés nacional. En los '90 se evidenció el cambio hacia un modelo de municipio más activo respecto al desarrollo y dio lugar a nuevos destinos turísticos, produciendo la apertura de nuevas zonas económicas de la mano de este sector. Ejemplos de ellos son los municipios de Malargüe, Sierra Grande, Villa El Chocón, Chaltén, Calafate, Ushuaia, Villa Langostura, la Quebrada de Humahuaca e Iruya.

Etapa del posturismo (desde los umbrales del siglo XXI)

El avance tecnológico, el conocimiento y los aspectos medioambientales seguirán ocupando un papel estratégico al igual que una economía mundial marcada por los servicios.

Desde este marco, en 2002 en Argentina se derrumba la convertibilidad, dando lugar a una marcada devaluación de la moneda que permitió proyectos a favor de la reactivación de las actividades económicas y la recuperación de las exportaciones, incluyendo el turismo, impulsando para este caso un mayor desplazamiento del interno, la disminución del emisor y una mayor capacitación del turismo internacional.

Mientras tanto, la situación del transporte aerocomercial argentino fue de reconocida gravedad, incluyendo la desaparición y/o crisis en las empresas. Por el contrario, los cruceros continuaron con un interesante crecimiento en particular en la utilización de puertos Buenos Aires- Ushuaia, alcanzando este último un posicionamiento estratégico para los cruceros con destino Antártida. El transporte ferroviario ingresó en el plan de reorganización, recuperación y modernización del Sistema Ferroviario Nacional, y el Estado Nacional resolvió reasumir la prestación de los servicios interurbanos de transporte ferroviario de pasajeros, cuyo trazado era de carácter interjurisdiccional. De manera tal que se recuperaron algunos servicios hacia distintos destinos del interior del país, aunque no se mejoró en una primera etapa su calidad. El transporte vial continuó con las políticas de la etapa anterior.

El turismo en Argentina acompaña a los nuevos estilos de vida de las sociedades sin dejar de lado los estilos de vida tradicionales generando una conjunción entre ambos.

Argentino creció en el mercado internacional tanto en el turismo naturaleza como en el turismo urbano, presentando este último interesantes ventajas competitivas dentro de la región sudamericana. Se comenzó a consolidar la idea de desarrollar el turismo a través de diferentes tipologías de productos distribuidos regionalmente.

Desde la Administración Pública Nacional es posible visualizar una política de Estado tendiente a una valorización del sector turístico que permita lograr una mayor contribución en el desarrollo nacional y en la diversificación de la economía. Siguiendo recomendaciones de la OMT (Organización Mundial del Turismo) se produjo un acercamiento entre el sector público y privado. Años más tarde la Secretaría de Turismo pasó a formar parte del Ministerio de Industria y Turismo. En 2002 ese organismo indicó que el turismo había demostrado ser uno de los sectores más dinámicos de la economía argentina.

En 2005 se promulgó la nueva Ley Nacional de Turismo 25.997. Declara al sector de interés nacional como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las actividades del Estado.

En 2005 se realizó el lanzamiento del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS). Su objetivo fue constituirse en el proceso orientador y articulador de actuaciones que, en forma sinérgica, reafirme voluntades, optimice recursos y encamine estos esfuerzos hacia un modelo concertado de desarrollo turístico sustentable para el país; pretende ser el marco de actuación de cada provincia. Este plan además fue acompañado de la mano de la implementación del Sistema de Estrategia de Gestión de Calidad Turística y la Carta del Compromiso con el Ciudadano. Fueron definidas seis regiones turísticas con sus corredores turísticos actuales y potenciales incorporando los nuevos circuitos marítimos, áreas de uso turístico actual y aquellas con vocación turística y también los circuitos turísticos transfronterizos e internacionales.





Portada del PFETS 2016. Fuente: <https://issuu.com/desarrolloturistico/>

Con todos estos aportes, en los últimos años el turismo osciló entre el cuarto y el quinto lugar en los ingresos económicos comparado con los grandes rubros de exportación de bienes; representó una estimación del 8% del total de los puestos de trabajo que tienen relación con el turismo.

Para los turistas extranjeros, los destinos de preferencia continuaron siendo la Ciudad de Buenos Aires, San Carlos de Bariloche, Puerto Iguazú, Puerto Madryn, El Calafate, Ushuaia, Mendoza y el norte argentino. Para el turismo interno los principales destinos son las costas bonaerenses, las sierras de Córdoba, los destinos de ski, Iguazú y la región litoral sur.

## CONCEPTO DE TURISMO

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)”. 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”**.

Esta definición considera diversas características que posee el turismo, estas 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 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».

Una definición más 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)” 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.

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 genera interés en conocer otros lugares.

## **EVOLUCIÓN DEL TURISMO**

Una mención especial se debe hacer a 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 Inter Continental Hotels Group de 2012 indicaba que uno de cada 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 lugar. Esto quiere decir, que hoy en día las redes sociales son una importante herramienta de promoción turística. Estos datos demuestran que estamos frente a nuevas formas de diálogos basadas en la fotografía de personas y paisajes.

Puede decirse que el turismo se está convirtiendo en un gran generador de ingresos y el cual favorece a las diferentes economías de cada país y a su vez funciona como un gran activador de economías locales y regionales. A través de la práctica de esta actividad, se puede lograr la visualización y puesta en valor de las distintas costumbres que se realizan en las comunidades locales de todo el mundo, y así lograr que no se pierdan las mismas. En nuestro país es muy importante el ingreso que deja esta actividad y a su vez las fuentes de trabajo que genera, un ejemplo de ello es España donde el Producto Interno Bruto (PIB) Llegó al 15% del total de ingresos generados por el país, otro país a tener en cuenta es Italia con el 13% del PBI y Estados Unidos el 8.6% del PBI y en Argentina el PBI representa un 10% de los ingresos.

En el país es muy importante el turismo y todo lo que con él trae aparejado, ya sea desde el transporte, alojamiento, restauración, atractivos turísticos y todo lo que con ello genera por ejemplo fuentes de trabajo. Es por ello que se genera una necesidad importante de ser estudiado y conocer cuáles son los beneficios que trae consigo, por eso en este documento de cátedra se hará una breve descripción de los aspectos importantes que tiene el turismo y porqué es importante su estudio.

Por otro lado no se puede dejar afuera el impacto que genera la actividad turística en la economía provincial y las fuentes de trabajo que se crean, y cómo con el paso del tiempo y las diversas inversiones que se hicieron y se hacen en el sector, se está convirtiendo en una provincia de gran auge turístico.

## TIPOLOGÍAS DE TURISMO

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: o Turismo emisivo: son los habitantes de nuestro país que se desplazan hacia otro país. o Turismo receptivo: 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: o 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”

-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 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 una experiencia distinta acorde a sus necesidades y preferencias. A su vez este tipo de turismo se clasifica en: o 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”.

-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.

-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”.

*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.”

-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 Enológico: consiste en visitar bodegas para conocer la producción vitivinícola, degustar sus variedades y aprender sobre maridaje.

-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.

-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”.

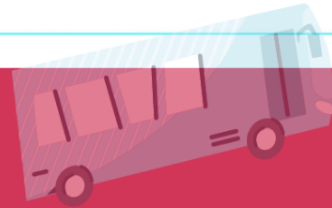
- Turismo de deportes: realizar viajes con fines de participar, en forma activa o pasiva, de eventos deportivos y a su vez que participen en actividades relacionadas al turismo durante el tiempo que dura la competencia.



## UNIDAD 2

# SISTEMA TURISTICO

Elementos del Sistema



## SISTEMA TURÍSTICO

### CONCEPTO DE SISTEMA TURÍSTICO

Según Roberto Bouillon (1997), se entiende por sistema turístico a “**todo el conjunto de relaciones que surgen a raíz de los viajes de los turistas con el entorno que visitan**”. este sistema está formado por distintos componentes que serán explicados brevemente a continuación:

❖ **Demanda turística:** según Roberto Bullon, establece que “*La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades*”.Cap. 2. El sistema turístico. PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO.

❖ **Oferta turística:** “*El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado*”. Cap. 2. El sistema turístico. PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO.

❖ **Superestructura turística:** 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):** 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.
- 
- **Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA):** 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):** 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:

- *Secretaría de Turismo (SECTUR)*: 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. Dependiente del Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación.

- *Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT)*: Fue creada en agosto del 2014 reemplazando a la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAVYT). 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.

- *Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)*: Es una institución que nuclea al sector hotelero y gastronómico del país. 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.

- *Consejo Federal de Turismo (CFT)*: El Consejo Federal de Turismo se crea bajo la ley nacional de Turismo N° 25997, como un órgano consultivo. 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)*: 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.

- *Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA)*: 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.

- *Foro de Profesionales en Turismo (FOPROTUR):* 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.
- *Colegios de Turismo:* En la actualidad, en nuestro país existen aproximadamente 18 asociaciones y ocho colegios de profesionales en turismo 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.

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 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 especialista 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 la 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, Confeiterías, 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:* fue 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.



Organizaciones turísticas internacionales y sus logos. Fuente:  
<https://www.entornoturistico.com/organismos-de-turismo-a-nivel-internacional/>

## ATRATIVOS TURÍSTICOS

### CONCEPTO

Para que un país o una provincia sean atractivos y movilicen a los turistas, uno de los ejes fundamentales con los que debe contar son los **atractivos turísticos**. Gracias a la historia con la que cuenta nuestro país, y la geografía del mismo, existe una gran cantidad de ellos. Existe una clasificación general entre los que se encuentran los **atractivos naturales** y los **atractivos culturales**. Los primeros se determinan por ser formaciones o estructuras que se crearon sin la intervención de la mano del hombre, solo por cuestiones de la propia naturaleza, mientras que los culturales tienen que ver con la intervención o la participación de las personas, ya que si no hubiese participado en su creación, no se podrían haber logrado.

Entre los **atractivos naturales** podemos mencionar los más reconocidos a nivel internacional: Cataratas del Iguazú (Misiones); Glaciar Perito Moreno (Santa Cruz); Parque Nacional Talampaya (La Rioja); Parque Provincial Ischigualasto (San Juan); Parque Nacional los Alerces (Neuquén); Parque Provincial Aconcagua (Mendoza); Parque Nacional Nahuel Huapi; quebrada de Humahuaca (Jujuy).

CATARATAS DEL IGUAZÚ



GLACIAR PERITO MORENO



PARQUE NACIONAL TALAMPAYA



PARQUE PROVINCIAL ISCHIGUALASTO



PARQUE NACIONAL LOS ALERCES



PARQUE PROVINCIAL ACONCAGUA



PARQUE NACIONAL NAHUEL HUAPI



QUEBRADA DE HUMAHUACA



Entre los **atractivos Culturales** más destacados que se encuentran en el país, se pueden mencionar: casco histórico de Buenos Aires; Barrio de la Boca (Buenos Aires); Teatro Colón (Buenos Aires); Camino del Inca (desde Ecuador hasta Mendoza); Pucará de Tilcara (Jujuy); Casa de Sarmiento (primer monumento histórico reconocido en el país. San Juan); tren a las nubes (Salta); cueva de las manos (Santa Cruz); el mate y el tango entre otros tantos atractivos de relevancia.

CASA ROSADA BUENOS AIRES



CABILDO DE BUENOS AIRES



CAMINITO. BARRIO DE LA BOCA



TEATRO COLÓN



CAMINO DEL INCA. MENDOZA



PUCARÁ DE TILCARA. JUJUY



CASA DE SARMIENTO. SAN JUAN



TREN DE LAS NUBES. SALTA



MATE



TANGO



CUEVAS DE LAS MANOS. SANTA CRUZ



Estos atractivos mencionados con anterioridad, son simplemente algunos de los ejemplos que se han citado para poder conocerlos, pero en nuestro país existe una gran cantidad de atractivos que lo convierten en un país muy visitado por los turistas. a través de la gran extensión que posee el mismo, es que se encuentran todos los tipos de climas y de relieve.

## PATRIMONIO TURÍSTICO

### CONCEPTO

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”. También se puede entender al patrimonio como “todos aquellos elementos o manifestaciones materiales o inmateriales que constituyen el acervo de las sociedades”

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”.

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.

Como ejemplo de los patrimonios mencionados con anterioridad, se mencionan algunos característicos de la Provincia de San Juan:

Patrimonio Natural: Parque Provincial Ischigualasto: es una zona que fue descubierta por un paleontólogo llamado William Sill, y declarada como Área Protegida en el año 1971. Es una zona muy importante ya que en él se pueden observar las tres eras geológicas atravesadas por el mundo. Debido a ello y a los grandes descubrimientos de fósiles que se han encontrado, en el año 2000 fue declarado Patrimonio Histórico de la Humanidad, por la UNESCO.

En la actualidad se realizan diversos tipos de excursiones, en las cuales se puede realizar una experiencia distinta de cada tramo que se puede recorrer del parque. Otro punto importante de tener en cuenta, es que en este se encuentra un centro de interpretación en el cual se pueden observar distintos tipos de fósiles encontrados.



## **CULTURA TURÍSTICA**

### **CONCEPTO**

Según la Secretaría de Turismo de la Nación (2008) manifestó que 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

La Secretaría de Turismo de la Nación en su libro “Organicemos las Ideas – Manual para emprendedores turísticos” (2008) indicó cuáles son los elementos de la cultura turística a tener en cuenta:

✓ **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.

## ESPACIO TURÍSTICO

### CONCEPTO

Todos los elementos mencionados anteriormente necesitan un espacio geográfico donde desarrollarse, es decir que el sistema turístico se da en un espacio turístico. Dicho espacio puede coincidir o no con los límites geográficos.

De acuerdo a la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007) “un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos, tales como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día.



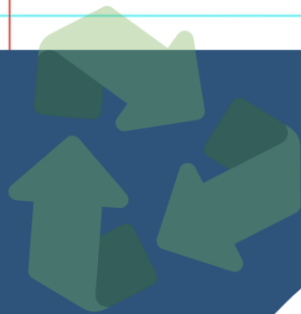
Mapa físico político de la Republica Argentina.



## UNIDAD 3

# NUEVOS ENFOQUES DEL TURISMO

Concepto de Calidad  
Sistema Turístico de Calidad en  
Argentina  
Directrices de Calidad  
Buenas prácticas



## **CALIDAD TURÍSTICA**

### **CONCEPTOS DE CALIDAD**

A continuación encontrarán definiciones de calidad según diversos autores

*W. Edwards Deming*

“Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente”.

*Joseph M. Juran*

“La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos.

La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.

Calidad consiste en libertad después de las deficiencias”.

*Kaoru Ishikawa*

“De manera somera calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.”

*Philip B. Crosby*

“Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

Se puede observar que los conceptos expuestos presentan palabras o elementos similares, como satisfacción, necesidad, cliente, consumidor.

### **CALIDAD EN ARGENTINA**

La Dirección Nacional de Calidad e Innovación Turística (DNCIT), dependiente de la Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional, está comprometida con una gestión basada en la sostenibilidad, la accesibilidad, la igualdad de género, el turismo social, la excelencia, la innovación y la mejora continua.

Diseña, implementa y difunde planes, programas y proyectos tendientes a promover una eficiente administración de productos y servicios turísticos, en pos de la competitividad de los destinos, sostenida en la calidad, la innovación y en la formación integral de las personas.

- SOSTENIBILIDAD

Modo de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida.

- **ACCESIBILIDAD**

Promover recomendaciones enfocadas en la inclusión de la totalidad de las personas usuarias, y orientando la accesibilidad hacia la mejora de la calidad de los servicios turísticos.

- **COMPETITIVIDAD**

Optimizar la calidad en la prestación de los servicios, mejorando la gestión integral de la organización, a fin de garantizar la sostenibilidad económica, ambiental y sociocultural.

- **IGUALDAD DE GÉNERO**

Promover la igualdad entre los géneros y la erradicación de cualquier tipo de discriminación o violencia por cuestiones de género dentro del sector turístico.

## **SISTEMA TURÍSTICO DE CALIDAD EN ARGENTINA**

El sistema turístico de calidad en Argentina está compuesto por diferentes niveles, a continuación detallados:

- 1) Nivel inicial: Directrices de gestión, Sellos de Calidad y Talleres de Gestión

### Talleres de Calidad

*Taller de anfitrión turístico:* Integrantes de la comunidad receptora de un destino turístico que desempeñan el rol de anfitriones/as.

*Taller de planificación para la gestión de los destinos turísticos:* Organismos de turismo local y áreas del municipio relacionadas a la actividad turística.

### Sellos de calidad

*Sello CocinAR:* Establecimientos gastronómicos comprometidos con ofrecer una propuesta representativa de la cultura culinaria local.

*Sello de igualdad:* Organizaciones y prestaciones turísticas del sector público o privado, cualquiera sea su rubro, tamaño, localización y tipo de visitantes. No es aplicable en organizaciones unipersonales.

## Directrices de gestión

1. *Directrices de competitividad turística* :Organizaciones privadas que prestan servicios turísticos en general y, en los rubros de alojamiento, gastronomía y agencias de viajes, en particular.
2. *Directrices de gestión ambiental*: Municipios y organizaciones turísticas que proveen un producto y/o servicio turístico.
3. *Directrices de calidad de Calidad Turística para bodegas*: Bodegas que cuentan con un área de turismo o están en vías de desarrollar el producto enoturístico.
4. *Municipios sostenibles*: Organismos Locales de Turismo. Consiste en una guía para el establecimiento de las bases para una gestión integral de municipios turísticos sostenibles.
5. *Directrices de gestión para ferias de artesanías*: Ferias del país, eventuales o permanentes, cuya actividad principal sea la comercialización de artesanías.
6. *Directrices de accesibilidad*: Organizaciones que prestan servicios de alojamiento y servicios turísticos en general, tanto de públicas como privadas.
7. *Directrices de turismo familiar*: Alojamientos, establecimientos gastronómicos, actividades recreativas y parques temáticos.
8. *Directrices de calidad turística para termas*: Organizaciones termales independientemente de sus características, su ámbito de localización, conjunto de servicios ofrecidos y perfil de usuarios/as.
9. *Directrices de gestión turística de spa*: Organizaciones destinadas a promover el equilibrio natural de la salud de las personas, que ofrecen circuitos hídricos y servicios profesionales de bienestar.

### 2) Nivel avanzado

## Normas IRAM SECTUR

Para Sectores de la actividad turística que se encuadren dentro de los siguientes rubros: Alojamiento;Actividades de Turismo Activo; Actividades Generales; Competencias Personales.

### 3) Nivel de excelencia: Clubes de excelencia

Es el principal espacio en términos de calidad turística que representará el segmento “premium” en diferentes actividades, además de mantener y afianzar lo propio y lo autóctono, desde lo cultural o histórico, sin dejar de lado la innovación. Estos grupos acceden a mercados rentables y selectivos a través de la marca de calidad que los agrupa y a partir de ella se distinguen frente a terceros.



Portada del Programa de SACT.

## **BUENAS PRÁCTICAS EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS**

### ¿Qué son las buenas prácticas en el sector turístico?

Cuando mencionamos Buenas Prácticas en el sector turismo nos referimos a:

Un conjunto de pautas y recomendaciones aplicables a cualquier decisión y acción dentro del funcionamiento de la organización, que mejoran el comportamiento del emprendimiento respecto al territorio y la sociedad.

Una declaración, es decir, un enunciado de actividades amigables con el medio ambiente y la sociedad, donde se dan mandatos y se establecen pautas a seguir para llevar a cabo una buena gestión de los emprendimientos de turismo.

Las Buenas Prácticas son acciones dirigidas a prevenir, corregir y mejorar algunos puntos de la gestión de los emprendimientos turísticos mejorando la imagen de éstos ante sus clientes y su entorno.

Las Buenas Prácticas normalmente son parte o se derivan de Códigos Éticos, declaraciones de desarrollo sostenible, Acuerdos regionales, Acuerdos público-privados, adecuaciones de normativa ambiental vigente y otros que responden a la necesidad de que pequeños emprendimientos turísticos desarrollen sus actividades de manera responsable con su entorno natural, cultural y social.

### *¿Genera algún beneficio implementar estas buenas prácticas en turismo?*

La implementación de las Buenas Prácticas en un destino turístico genera los siguientes beneficios:

- Incrementa los ingresos de los emprendimientos turísticos.
- Se protege y mejora el ambiente.
- Ahorro en el consumo de recursos e insumos.
- Se establecen buenas relaciones sociales, ambientales y empresariales dentro de la comunidad y con otras comunidades.

- Se pone en valor y rescata la identidad cultural local.
- Logra que el emprendimiento sea más competitivo debido a su calidad de servicio y responsabilidad.
- Mejora la imagen del emprendimiento y en consecuencia obtiene reconocimiento público en el mercado local, nacional e internacional.
- Atrae la atención de un mercado turístico de calidad, con la misma visión de sostenibilidad del destino.
- Mejora la calidad de vida de las personas que trabajan en el emprendimiento y de la comunidad local (ambiental, sociocultural y económicamente).
- Mejora la administración del emprendimiento turístico y sus procesos de servicios.
- Sensibilizar a clientes, personal y proveedores acerca de la importancia de tener una visión de sostenibilidad.
- Se vive y trabaja en un ambiente más sano y placentero para todos.

En resumen, la implementación de las Buenas Prácticas beneficiará ambiental, sociocultural y económicamente al emprendimiento, a su entorno y a las personas que trabajan en él, pero además beneficiarán a los turistas, a los pobladores locales y a la imagen del destino.

## 1.1 BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

Para aumentar el número de turistas, el tiempo que nos visitan y el gasto que realizan, en consecuencia aumentar el ingreso en nuestra población, todos los actores del sector turismo, deben aplicar las siguientes Buenas Prácticas Generales:

### *1.1 BUENAS PRÁCTICAS LEGALES*

Los actores del turismo ¿Qué debemos conocer y aplicar para trabajar formalmente?

### *1.2 BUENAS PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES*

Los actores del sector turismo ¿Cómo contribuimos al fortalecimiento de la sociedad y la cultura local?

### *1.3 BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES*

Las Buenas Prácticas Empresariales están dirigidas a los sectores Hotelero, Gastronómico, Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo. y otras empresas o emprendimientos relacionados directa o indirectamente con el sector.

### *1.4 BUENAS PRÁCTICAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO*

¿Cómo debemos desempeñarnos para prestar un buen servicio?

Satisfaciendo las necesidades y tratando de superar las expectativas del turista nacional y extranjero:

- Conociendo al turista para darle lo que desea, con un servicio personalizado.
- Prestando el servicio de forma responsable, higiénica, segura, cortés, rápida y oportuna.
- Cuidando la imagen y prestigio de nuestro emprendimiento turístico.
- Manteniendo una actitud positiva: sonriendo, siendo educados y respetuosos con todos los turistas nacionales y extranjeros.
- Cuidando nuestra higiene y presentación personal



- Cumpliendo con los procedimientos e instrucciones del(la) administrador(a) del emprendimiento.
- Cumpliendo los horarios de atención establecidos.
- Evaluando los servicios que brindamos, para satisfacer al cliente y mejorar continuamente nuestros servicios, mediante un Libro o Buzón de sugerencias y quejas o una hoja de evaluación de servicios, auditorías, encuestas o entrevistas a usuarios del servicio o producto turístico.

### **1.5. BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES**

Desde el sector turismo ¿Cómo contribuimos a la conservación del ambiente?

- Capacitando, sensibilizando y motivando al personal de nuestro emprendimiento para:

- Utilizar solo el agua necesaria en el lavado de baños, duchas, pisos y otros.
- Enjabonar y enjuagar toallas, sábanas, frazadas, manteles, cortinas y otros en lavandería con agua almacenada y no con agua corriente.
- Limpiar el piso en seco, barrer, raspar objetos pegados, desmanchar y recoger residuos antes de enjuagar con agua.
- No excederse con el uso de detergente para la limpieza.

Poniendo letreros en lugares visibles de nuestros baños y en nuestra recepción, con mensajes claros, cortos y en dos idiomas sobre:

- “No botar en los inodoros, papeles, paños higiénicos y pañales desechables.”
- “No dejar grifos abiertos, no descargar innecesariamente el inodoro o que la ducha sea menor a 5 minutos.”
- Sensibilizando, informando y solicitando la colaboración de los turistas para conservar y proteger los recursos, colaborando en el manejo responsable de la basura, la utilización sostenible del agua y la energía.
- Protegiendo las vertientes

### **Áreas para aplicar las buenas prácticas**

- Buenas Prácticas en el sector agencias de viaje y operadoras de turismo receptivo
- Buenas Prácticas en el sector hotelería Buenas Prácticas en sector gastronómico
- Buenas Prácticas en el sector transporte de pasajeros
- Buenas Prácticas en la prestación del servicio
- Buenas Prácticas ambientales
- Buenas Prácticas en seguridad y mantenimiento
- Buenas Prácticas en la actividad turística de las comunidades
- Buenas Prácticas de la comunidad
- Buenas Prácticas de los turistas

## **BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA**

Anda, Gutiérrez Cuauhtémoc; "Administración y calidad"; LIMUSA Noriega editores; México, 1995.

Crosby, Philip B.; "La organización permanece exitosa"; Editorial McGraw-Hill; México, 1988.

Colunga, Dávila Carlos; "Administración para la calidad"; Panorama editorial; México, 1995.

Deming, W. Edwards; "Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis"; Editorial Díaz de Santos; Madrid, 1989.

Feigenbaum, A. V. (1999). The new quality for the twenty-first century. The TQM Magazine, 376-383.

Feigenbaum, A. V., & Feigenbaum, D. S. (2005). What Quality Means Today. MIT Sloan Management Review. Rother, M. (2009). Toyota Kata. McGraw-Hill.

Ishikawa, Kaoru; "¿Qué es control total de la calidad?"; Editorial Normal; Colombia, 1986.

Juran, Joseph M.; "Juran y la planificación de la calidad"; Editorial Díaz de Santos; Madrid, 1990.

Planificación del espacio turístico.- Roberto Bouillon- Editorial Trillas

The Feigenbaum Foundation. (2013). Dr. Armand V. Feigenbaum. Obtenido de Feigenbaum Foundation: feigenbaumfoundation.org

Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación Argentina- Taller de anfitrión turístico- Material de ciclo de formación etapa 1.

Manual de buenas prácticas- Municipalidad de Copacana. Fundación CODESPA.

Retrospectiva del desarrollo del turismo en la República Argentina Años 1810- 2010 - Autor Noemí Wallingre

<https://es.statista.com/estadisticas/640133/aportacion-del-sector-turistico-al-pib-mundial>

<https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-externo/turismo/>

<https://www.google.com/search>

<https://www.ischigualasto.gob.ar/sp/>

<https://www.google.com/search?q=parque+ischigualasto+centro+de+interpretacion&tbm=isch&ve>