

INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o
Guía de Turismo

(DESDE EL 01 AL 13 DE ABRIL de 2020)

ASIGNATURA: DIAGRAMACION DE CIRCUITOS TURISTICOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

DIA: 06 ABR

HORARIO: 20:20 HASTA 21: 40

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
ESTRUCTURACION DE PRODUCTOS para SALTA: Fase de relevamiento de los recursos naturales
GUIA O ACTIVIDADES
Siguiendo el territorio elegido por cada equipo ya conformado, describir los recursos naturales de la localidad, tomando como guía lo planteado por Lia Dominguez de Nakayama. GEOMORFOLOGIA
BIBLIOGRAFIA
Relevamiento turístico Domínguez de Nakayama, Lía Editorial: Centro de Estudios Turísticos, Santa Fe, Argentina, 1994 LIBROS DE GEOGRAFIA Y SUPLEMENTOS

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



FIRMA

El proceso de estructuración que ustedes inician el día de hoy incluye varias fases:

1. Fase de relevamiento: descripción de los recursos naturales y culturales, descripción de la oferta turística disponible, descripción de los servicios públicos, descripción de la vocación laboral turística del habitante de la región y descripción de la demanda turística local
2. Fase de análisis: evaluación de paisajes, evaluación de atractivos, diagnóstico general del destino
3. Fase de segmentación: descripción del target elegido
4. Fase de identificación de actividades por atractivo
5. Fase de estructuración de producto: Determinación de tiempos servicios actividades y atractivos confección de itinerarios
6. Fase de cotización final del producto

RELEVAMIENTO TURISTICO: ASPECTOS CONCEPTUALES

Con la intención de conocer la realidad turística de un territorio, surge la necesidad de definir una metodología de clasificación y caracterización de los atractivos que permita su inclusión/exclusión en la oferta turística de un lugar, realizada mediante un relevamiento.

En este contexto, el relevamiento se transforma en una tarea compleja y consensuada, que implica una serie de actividades basadas en: la identificación de los recursos; la recolección de información; la definición de criterios y marcos conceptuales utilizados para su valorización; el análisis, interpretación y discusión de la información recolectada y su consiguiente evaluación.

El relevamiento de atractivos, facilidades y actividades permite conocer el patrimonio turístico, y por lo tanto, dar respuesta a la pregunta ¿con qué bienes cuenta una localidad, región o país para desarrollar la actividad turística? En este artículo, se hará referencia al relevamiento de los recursos y atractivos turísticos, considerados como la base a partir de la cual se desarrolla la actividad.

El inventario turístico tiene la función de ser el sustento de las acciones encaminadas a su difusión, interpretación, puesta en valor, conservación, planificación y manejo. El relevamiento turístico ha sido y sigue siendo preocupación de la comunidad científica. Hace más de 35 años el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) de la Organización de Estados Americanos presentaba en un seminario la propuesta metodológica para realizar el Inventario Turístico concretado a través de un relevamiento. Las tareas de relevamiento de los atractivos turísticos se basan en dos pasos: el registro sistematizado de la información y la evaluación.

Lía Domínguez de Nakayama publica su texto Relevamiento Turístico y analiza la diferencia entre recurso y atractivo, en base a los tres requisitos que deben cumplir los elementos de la naturaleza y de la cultura para insertarse en la actividad: ser atractivos, aptos y disponibles.

El primer requisito constituye la base de los atractivos, y cuando estos tienen además, aptitud y disponibilidad, se consideran recursos (1993).

Desde la visión económica, resulta interesante analizar la propuesta de Adrian Bull, quien parte de la concepción económica de los recursos, y los clasifica como: naturales, de trabajo y de capital, para luego relacionarlos con la distinción entre recursos libres y escasos.

En la actividad turística, es frecuente el uso de bienes públicos que los turistas pueden utilizar sin que disminuya la cantidad disponible para otros usuarios, pero en muchos casos, el mantenimiento de esos bienes representa un costo de oportunidad significativo. El producto turístico está conformado por ese conjunto amplio de recursos que incluye el trabajo, el capital, la tierra, el paisaje, el clima y la cultura (1994).

En el texto *Introducción al Turismo* de la OMT, Sancho (1998) hace referencia a las definiciones ya comentadas de este organismo internacional respecto del patrimonio turístico y del recurso. Esta autora va a considerar como la mayoría de los autores que los recursos geoturísticos más los servicios complementarios y la inversión conforman el Producto Turístico; pero que la Oferta Turística se genera a partir del proceso de comercialización del producto, esto es, cuando al producto se le suma la actividad de distribución y comercialización.

Por su parte, Octavio Gettino marca la distinción entre patrimonio y recurso de la OMT, pero agrega que el conjunto de bienes a que hace referencia el patrimonio “sólo se convierte en recurso turístico a partir de una decisión explícita de una comunidad o parte de la misma. Es decir, cuando por finalidades económicas o socioculturales se resuelve poner en valor turístico el patrimonio de la comunidad” (2002, p. 49).

Ninguno de estos dos autores hace referencia a los atractivos turísticos en la conceptualización del tema. En cuanto al producto turístico, Josep Valls también considera que los atractivos son los elementos que desencadenan la actividad turística y a través de los productos, conforman el destino. “El producto turístico selecciona algunos de los atractivos existentes en un territorio, los pone en valor y les añade los elementos necesarios para convertirlos en una amalgama de componentes tangibles e intangibles, que genera utilidades o beneficios a los consumidores en forma de experiencias concretas” (2004, p. 30).

Este autor también utiliza de manera equivalente los conceptos de recurso y atractivo, pero como se desprende de la definición anterior, para integrar un producto deben ponerse en valor, es decir, dotarse de atributos que permitan su disfrute, como accesos, señalización, rehabilitación, interpretación, etc. En síntesis, la mayoría de los autores mencionados utiliza los términos recursos turísticos y atractivos turísticos para hacer referencia a un mismo concepto (DE LA TORRE, 1980; ALTÉS MACHÍN, 1993; LENO CERRO, 1993; VALLS, 2004), posición que adoptamos para este artículo.

Se observa consenso también respecto del patrimonio turístico como un conjunto potencial de bienes, que mediante su puesta en valor, se transforman en recursos. El alcance del concepto de patrimonio, es decir si sólo incluye los recursos o si también incluye el resto de los componentes de la oferta, requiere mayor profundización. En cuanto al producto turístico, parece generar acuerdo como conjunto integrado por recursos y servicios, organizados y puestos en valor de manera que satisfagan las necesidades de los turistas.

El Centro de Investigación y Capacitación Turística (CICATUR) surge en virtud de un acuerdo suscrito el 8 de marzo de 1973 entre la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, como consecuencia de la Resolución 39/72 emanada de la VIII Reunión Anual del Consejo Interamericano Económico y Social de la OEA, celebrada en la Ciudad de Bogotá en el período comprendido entre el 30 de enero al 8 de febrero de 1973 (CAPANEGRA et al, 2012).

El centro fue inaugurado en la ciudad de México el 16 de mayo de 1974 con un período de operación de cinco años, durante el cual estuvo a cargo el arquitecto Roberto Boullón. En el mes

de diciembre de 1979 se renovó el acuerdo para un nuevo quinquenio de funcionamiento y pasó a ser dirigido por el profesor Miguel Ángel Acerenza hasta la culminación del mismo.

Este centro junto con los subcentros de Argentina y Barbados, integró lo que se conocía como el “sistema de capacitación y asesoramiento a nivel interamericano”, emprendido por el entonces Programa de Desarrollo Turístico de la Organización de los Estados Americanos. Wallingre (2007) menciona que CICATUR tendió a solucionar la falta de capacitación tanto de los empleados públicos del sector como profesionales de la actividad en toda América.

En 1976, se inaugura en Argentina una sede de OEA - CICATUR, con el objetivo de capacitar a un grupo de técnicos de organismos nacionales y provinciales. Entre los años 1976 y 1980, se concretan metodologías y técnicas que servirían como base para la planificación, con gran influencia de CICATUR.

Con respecto al relevamiento de atractivos, se propone una clasificación de los mismos en base a cinco categorías, que contemplan diversos tipos y subtipos.

La categoría “Sitios Naturales” comprende los elementos de la naturaleza, y de manera particular, se incluyen las reservas y/o parques nacionales, que si bien están creados por el hombre, protegen y conservan especies de la fauna y/o flora representativa de un lugar. En algunos casos, se incluyen geoformas como elemento de la naturaleza para conservar.

La categoría “Manifestaciones Culturales” abarca las obras del hombre del pasado, resaltando sitios arqueológicos, realizaciones urbanas, lugares históricos y museos. Todas estas obras del hombre tienen relevancia para la historia local, regional o nacional de un lugar. Bajo la categoría “Folklore” se incluyen diversas expresiones de la cultura de un sitio, relacionadas con la forma de vida, vestimenta, comidas típicas, instrumentos musicales, bailes tradicionales, creencias, mitos, leyendas, así como también la producción de artesanías elaborados con los elementos originarios de cada región (alfarería, lapidaria, coco, tejidos, etc.).

La categoría “Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas” está formada por aquellas obras del hombre de reciente construcción, es decir, que pertenecen a nuestro tiempo, y que debido a su singularidad o característica excepcional poseen la capacidad de generar interés en la demanda. La fecha de corte entre la categoría Manifestaciones Culturales, vinculada a la historia, y la categoría Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas, vinculada a los atractivos que representan la actualidad, es motivo de discusión en relación al destino objeto de investigación.

Por último, bajo la denominación “Acontecimientos programados” se incluyen todos los eventos organizados, actuales y tradicionales, con capacidad suficiente para motivar el desplazamiento de las personas como actores o espectadores. En algunos casos, es difícil separar esta categoría con algunos tipos propuestos bajo la denominación Folklore, por ejemplo, cuando se relevan fiestas tradicionales y ferias populares.

INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o
Guía de Turismo

(DESDE EL 1 AL 13 DE ABRIL de 2020)

ASIGNATURA: DIAGRAMACION DE CIRCUITOS TURISTICOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

DIA: 7 ABR

HORARIO: 20:20 HASTA 21: 40

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
ESTRUCTURACION DE PRODUCTOS para SALTA: Fase de relevamiento de los recursos naturales
GUIA O ACTIVIDADES
Siguiendo el territorio elegido por cada equipo ya conformado, describir los recursos naturales de la localidad, tomando como guía lo planteado por Lia Dominguez de Nakayama: HIDROGRAFIA
BIBLIOGRAFIA
Relevamiento turístico Domínguez de Nakayama, Lía Editorial: Centro de Estudios Turísticos, Santa Fe, Argentina, 1994 LIBROS DE GEOGRAFIA Y SUPLEMENTOS

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



FIRMA

INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o
Guía de Turismo

(DESDE EL 1 AL 13 DE ABRIL de 2020)

ASIGNATURA: DIAGRAMACION DE CIRCUITOS TURISTICOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

DIA: 13 DE ABR

HORARIO: 20:20 HASTA 21: 40

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
ESTRUCTURACION DE PRODUCTOS para SALTA: Fase de relevamiento de los recursos naturales
GUIA O ACTIVIDADES
Siguiendo el territorio elegido por cada equipo ya conformado, describir los recursos naturales de la localidad, tomando como guía lo planteado por Lia Dominguez de Nakayama. CLIMA
BIBLIOGRAFIA
Relevamiento turístico Domínguez de Nakayama, Lía Editorial: Centro de Estudios Turísticos, Santa Fe, Argentina, 1994 LIBROS DE GEOGRAFIA Y SUPLEMENTOS

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



FIRMA