

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

ASIGNATURA: DIAGRAMACION DE CIRCUITOS TURISTICOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

(DESDE EL 21 set AL 02 oct 2020)

DIA: DEL 21/25 SET

HORARIO: LUNES / JUEVES 19.00 20.20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
TRABAJO PRACTICO 13: LOS RECURSOS CULTURALES Y LA OFERTA DE SERVICIOS TURISTICOS
GUIA O ACTIVIDADES
CONTENIDO MINIMO OBLIGATORIO: Asistencia a clases para revisión de avances por grupos: jueves 24 set a las 19 hs https://meet.google.com/xdk-xpjz-kzz
ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO OBLIGATORIA: -
BIBLIOGRAFIA
Relevamiento turístico. Domínguez de Nakayama, Lía. Editorial: Centro de Estudios Turísticos, Santa Fe, Argentina, 1994

DIA: DEL 28 set/02 oct

HORARIO: LUNES / JUEVES 19.00 20.20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
TRABAJO PRACTICO 14: EL DIAGNOSTICO TERRITORIAL
GUIA O ACTIVIDADES
CONTENIDO MINIMO OBLIGATORIO Lectura de contenidos mínimos obligatorios
ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO OBLIGATORIA Realizar el diagnostico del territorio bajo estudio, identificando: fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades siguiendo la lectura de guía planteada mas abajo. Revision 1 octubre por Google meet
BIBLIOGRAFIA
Apuntes adaptados.

CONTENIDOS MINIMOS OBLIGATORIOS

¿Por qué es importante un estudio FODA?

El estudio FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es muy importante en la evaluación de un destino previo a la realización de un trabajo. Permite un análisis rápido que proporciona información inicial para el desarrollo de un plan exitoso.

Su importancia radica en mostrarnos dónde estamos parados en el instante inicial para luego definir un Plan Estratégico y para definir prioridades en las acciones a desarrollar.

Fortalezas:

Se refiere a todos aquellos factores positivos propios del destino. Son las capacidades que tiene el destino y que nos puede dar una ventaja competitiva frente al resto de la competencia.

Es lo que tenemos hoy y que nos permiten dar los primeros argumentos para definir si el destino puede o no desarrollarse. A la vez nos dan un primer listado de todo lo que podemos comunicar y promocionar.

Debilidades:

Se refiere a todos aquellos factores negativos propios del destino y nos dan una posición desfavorable respecto a nuestra competencia. Nos da un paneo inicial por donde debemos encarar nuestras acciones con el objetivo de transformar esas debilidades en fortalezas o en caso de no poder lograr hacerlo, poder realizar las acciones correctivas para que el impacto negativo de una debilidad sea el menor posible.

Oportunidades:

Se refiere a todos aquellos factores positivos del entorno de nuestro destino. Nos da las indicaciones hacia donde debemos apuntar nuestras acciones. Si el destino es eficiente, eficaz y veloz se pueden aprovechar estas oportunidades y lograr importantes ventajas en el desarrollo del destino.

Amenazas:

Se refiere a todo aquel factor negativo del entorno de nuestro destino que pueden hacer fracasar parte o todo nuestro proyecto. Debemos realizar todas las acciones posibles para que sus influencias sean lo menos negativas posibles.



VALORACION DE LAS PROBLEMATICAS Y OPORTUNIDADES DEL DIAGNÓSTICO

Una vez realizado el diagnóstico, es necesario establecer grados de atención tanto en situaciones positivas como negativas. Este análisis nos da una visión más clara no solo de los aspectos más urgentes respecto a los menos urgentes; sino que además nos mostrará aquellas oportunidades más fáciles de aprovechar.

Esta fase tiene como objetivo general identificar los retos más urgentes en cuanto a:

- a. La implementación de programas de desarrollo turístico y la sostenibilidad misma del destino o área;
- b. Una evaluación rápida mediante el uso de un conjunto determinado de indicadores que permitirán contar con una imagen amplia de la realidad actual.

Sus objetivos específicos son:

- a. obtener un panorama general mediante el consenso;
- b. completar una plantilla de indicadores; llevar a cabo el ejercicio de semaforización;
- c. determinar las acciones primordiales a llevar a cabo.

El conjunto de indicadores se basa en las tres dimensiones de la sostenibilidad: economía, sociedad y medio ambiente.

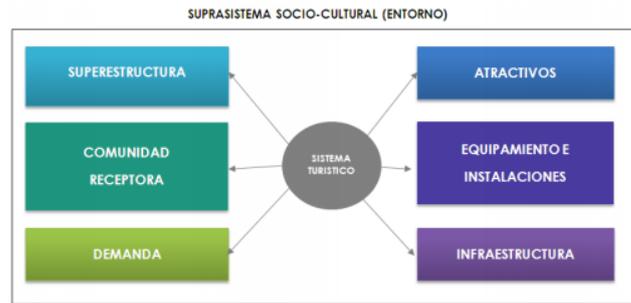
EL SISTEMA TURÍSTICO COMO BASE METODOLÓGICA

El estudio del turismo desde una perspectiva sistémica no es nuevo. Roberto Boullón ha trabajado desde 1978 en la definición de un modelo con enfoque de planificación físico-territorial, donde el sistema turístico “se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector” (Boullón, 2006: 32). El modelo describe la función de cada una de las partes, así como las interrelaciones entre ellas que convergen al funcionamiento del sistema total.

Con una fundamentación teórica más estructurada, Sergio Molina (2000: 36) concibe al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos. El sistema turístico de Sergio Molina (Ver figura No. 2) tiene un evidente enfoque de destino y está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

Es precisamente el sistema turístico de Sergio Molina, el que se ha tomado como base para diseñar la metodología de diagnóstico turístico local. Se ha considerado como el más apropiado porque es el único que toma en cuenta a la comunidad receptora y a las organizaciones de apoyo al turismo como una parte fundamental del desarrollo de la actividad en el destino.

El sistema turístico está compuesto por seis elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad.



FUENTE: MOLINA, SERGIO: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO, MÉXICO, LIMUSA, 2000.

a. **GOBERNANZA.** Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

b. **DEMANDA.** Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

c. **COMUNIDAD RECEPTORA.** De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

d. **ATRATIVOS.** Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

e. **OFERTA DE SERVICIOS.** Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

f. **INFRAESTRUCTURA.** Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos. Como se mencionó anteriormente, cada subsistema está a su vez compuesto por elementos más pequeños (subtipos o variables) que son identificados durante el diagnóstico.

FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

A continuación, se describen los contenidos de cada una de las partes de la ficha:

OFERTA DE SERVICIOS Identifica en número y tipo, los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino. Dentro de los servicios se identifica alojamiento (hoteles, hostales, hosterías, pensiones, hospederías comunitarias); alimentación (restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, bares); esparcimiento (discotecas, cines, teatros, instalaciones deportivas) y otros servicios de apoyo al turismo (agencias de viaje, operadoras, oficinas de información turística, bancos).

INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS La infraestructura está constituida por los servicios básicos con los que cuenta el destino los cuales son indispensables para la producción de los servicios turísticos. En la ficha se identifica las distancias a otros centros turísticos, accesibilidad y vías de acceso al destino, medios y terminales de transporte. Se caracteriza además los medios de comunicación existentes, la disponibilidad de agua potable, centros de salud o atención médica inmediata, sistema de energía eléctrica, gasolineras y estaciones de servicio.

GOBERNANZA Se identifica los diferentes órganos reguladores que han apoyado en el desarrollo del turismo en el destino como oficinas nacionales, provinciales o municipales de turismo, así como los planes ejecutados y por ejecutar y la opinión y visión de la comunidad ante la planificación turística.

COMUNIDAD RECEPTORA Se registra las actividades económicas más rentables que se desarrollan en el destino, así como el tipo y porcentaje de empleo turístico. Se identifica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y finalmente problemas sociales existentes en la comunidad.

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA La caracterización de la demanda en un destino idealmente debería ser un proceso estadístico que se aplique con una metodología y frecuencia definidas. Lo importante es poder caracterizar cuantitativamente y cualitativamente a la demanda: perfil socio demográfico, gustos, preferencias, etc

A modo de ejemplo



FORTALEZAS

- ❑ Calidad y prestigio reconocido. Imagen muy positiva.
- ❑ Riqueza, diversidad y complementariedad del recurso gastronómico.
- ❑ Distribución del recurso a lo largo de toda la CAV.
- ❑ Recurso altamente valorado en el mercado turístico.
- ❑ Alto poder de atracción.
- ❑ Alternativa turística no masificada y poco saturada.
- ❑ Acceso a diversos segmentos de mercado turístico (turismo de negocios, turismo rural, turismo cultural, etc.) además del turismo gastronómico propiamente dicho.

DEBILIDADES

- ❑ Escasa existencia de producto turístico desarrollado.
- ❑ Escasa penetración en los canales de comercialización turística.
- ❑ Empresas de receptivo con ofertas poco desarrolladas.
- ❑ Falta de mentalidad turística por parte de los agentes gastronómicos, sobre todo del sector productivo.
- ❑ Carencias formativas en los recursos humanos.
- ❑ En el sector de producto de calidad (incluyendo vino y txakoli), no cuenta con infraestructura adecuada para la recepción de turistas.
- ❑ Falta de relaciones intrasectoriales que potencian el desarrollo turístico.
- ❑ Escasa relación interdepartamental de las instituciones relacionadas con el sector.

AMENAZAS

- ❑ Carencias en la organización sectorial y en la colocación de la CAV como producto turístico.
- ❑ Deficiencias en la coordinación y colaboración público-privada.

Incremento de la competencia en el sector turístico- gastronómico, sobre todo en el enoturismo.

OPORTUNIDADES

- ❑ Recurso diferenciador y con una gran capacidad de explotación por la actividad turística.
- ❑ Las nuevas tendencias en la demanda de los turistas abren nuevos mercados turísticos como el gastronómico.
- ❑ Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo
- ❑ El turismo gastronómico es un mercado en apertura y expansión.

América Latina y el Caribe: Análisis FODA para la elaboración de una estrategia externa post Covid-19	
Fortalezas	Debilidades
-Proveedor global de recursos metalíferos y petróleo y gas -Proveedor global de materias primas agrícolas y alimentos -Elevado stock de recursos naturales: agua, tierras agrícolas, reservas de combustibles -Industrialización intermedia con mano de obra abundante en algunos países (México, Brasil) -Mano de obra especializada y núcleos profesionales muy competitivos en nuevas tecnologías -Todos sus países son "global traders" y una gran parte tiene acuerdos internacionales de libre comercio amplios	-Bajo nivel de integración comercial regional -Competitividad internacional relativamente baja y diversa entre países -Bajo nivel de integración de la infraestructura regional -Altos costos de comercio transfronterizo -Diversidad de estrategias de inserción internacional
Oportunidades	Amenazas
-Las demandas internacionales de alimentos y productos agrícolas básicos se recuperará rápidamente -Las demandas de productos básicos metalíferos se recuperará con algún rezago -Nuevos espacios para integrar cadenas de valor industriales -Nuevos nichos para producción de bienes y servicios con tecnología intermedia y alta asociados a las capacidades ya adquiridas	-2020: caída severa del Producto, el comercio y las inversiones mundiales -A partir de 2021: recuperación en V del Producto con rezagos en la recuperación del comercio y las inversiones -Mantenimiento de un clima internacional de comercio más proteccionista y conflictivo -Diversidad en la atención y poca o nula coordinación entre países de la región para la atención de la crisis sanitaria

Fuente: elaboración propia