



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



FACULTAD *de* CIENCIAS
ECONÓMICAS *y* SOCIALES

Módulo Trayecto Formativo

Principios Turísticos y Recreativos

Índice

Objetivos de PTyR. -----	3
Texto Introductorio “Comencemos”. -----	4
El funcionamiento del sistema turístico, M. Ángel Acerenza. -----	6
La oferta turística. -----	14
Introducción al Turismo, Di Bella, Manuel. -----	19
Agencias de viajes, empresas turísticas y su administración, Gazzera M. -----	23
Los impactos del Turismo, Quinteros, J. -----	28
Clasificación y Categorización de Alojamientos Turísticos. -----	35
Anexo -----	45
El Ocio, Sue, Roger. -----	46
Relato de Viajeros. -----	56
Pautas Trabajo Final Integrador -----	60

¡¡¡Bienvenidos y Bienvenidas a Principios Turísticos y Recreativos (PTyR)!!!

En este módulo encontrarán toda la información necesaria para el transcurso de los encuentros y actividades. Aquí está la bibliografía que vamos a utilizar, los objetivos que tiene este trayecto formativo, el cronograma para la cursada presencial y virtual y las consignas y pautas de entrega del Trabajo Final Integrador (TFI). Sepan que estamos a su disposición y no duden en consultarnos. Ahora sí a trabajar....

Objetivos Generales del curso

- Favorecer el ingreso y permanencia a las carreras Tecnicatura y Licenciatura en Turismo.
- Asegurar una elección de carrera de grado informada y motivada.
- Introducir a los estudiantes a la dinámica universitaria y su rol como estudiante.
- Estimular habilidades de lectura y producción de escritos.
- Implementar estrategias de apoyo y acompañamiento para prevenir el abandono académico y fomentar la perseverancia, la superación de dificultades y la motivación.
- Introducir nociones elementales del Turismo y la Recreación.

Objetivos Específicos para el estudiantado

- Aproximarse al vocabulario técnico específico del Turismo
- Construir relaciones interpersonales positivas entre pares, participando de espacios de apoyo mutuo.
- Identificar y comprender el perfil profesional del Licenciado/a y Técnico/a en Turismo
- Desarrollar habilidades de trabajo grupal y comunicación efectiva.

Comencemos...

Existen variadas definiciones de turismo, pero una de las más utilizadas es el de la ex Organización Mundial de Turismo hoy ONU Turismo, quien lo definió como: **“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”.**

La actividad turística es consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. Su crecimiento progresivo tiene repercusiones e impactos negativos y positivos muy importantes, ya sea en el ámbito ambiental, cultural y económico. Produce efectos en la balanza de pagos, en las inversiones, en la construcción y en el mejoramiento del transporte, lo que a su vez repercute en empleo y en el posible bienestar de los miembros de una comunidad de acuerdo a su correcta planificación.

El turismo representa una de las principales ramas de la economía mundial, superando a la industria del automóvil, a la agricultura y a la electrónica, y es la mayor economía del sector servicios. Esta actividad tiene la potencialidad de generar puestos de trabajo y comercio local, por ejemplo, en transporte, restaurantes, alojamiento y en empresas de viajes; a su vez genera puestos de trabajo indirectos (agricultura, comercio y construcción, entre otros).

Según el primer número del Barómetro OMT del Turismo Mundial del año, en 2023 el turismo internacional alcanzó el 88% de los niveles registrados antes de la pandemia, con un número estimado de 1.300 millones de llegadas internacionales

El Turismo como Servicio

Tres son los sectores productivos de la economía: El primario o extractivo; el secundario o la manufactura y el terciario o sector servicio.

Según P. Kotler, un servicio es: “cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra y que es en esencia intangible y no da origen a la propiedad de algo”.

En el caso del turismo nos encontramos ante la prestación de un servicio al que se lo acompañan **bienes adicionales y servicios secundarios.**

Cuando un usuario compra un servicio, lo que hace en realidad es adquirir el derecho al uso de los bienes tangibles, lo que lleva a que no se convierta en el propietario de los mismos. Una habitación se alquila temporalmente para que el visitante haga uso del mobiliario y de los servicios de limpieza y de desayuno, pero luego de esa temporada de alquiler devuelve la llave al dueño de la habitación.

Como podemos apreciar, en toda prestación de servicios intervienen personas por lo tanto la calidad percibida por parte del turista nacerá en buena medida de la dedicación y empeño que ponga el personal en la realización de la tarea, por ejemplo, al servir el desayuno o limpiar la habitación, y de la relación humana que se establece necesariamente en la interacción que se da entre el personal y el visitante. Podemos apreciar aquí como influyen directamente en la experiencia del visitante las relaciones humanas que se establecen con los habitantes y prestatarios de servicios del lugar visitado.

Características del servicio turístico

Como dijimos, el servicio turístico posee una doble realidad: por un lado, contiene elementos materiales y tangibles que actúan como soporte concreto de la prestación que se brinda al usuario, y al mismo tiempo está conformado por aspectos intangibles, siendo estos últimos fundamentales para su definición.

Es así como un potencial comprador a la hora de seleccionar un servicio tendrá en cuenta lo **intangible** que manifiesten la calidad de un producto. Para ello, el comprador observará el lugar, el personal, el equipo, el tipo de comunicación, los símbolos y las tarifas que se proponen.

Cuando decimos que el **servicio es variable** hacemos referencia al hecho de que los servicios son diferentes entre sí ya que se encuentran relacionado a quien lo brinda y al momento en que se ofrece. Esto quiere decir que es de fundamental importancia la buena predisposición para brindar el servicio de parte del personal, cuya calidad incidirá directamente en la percepción del visitante y en sus comentarios sobre el destino.

Todo servicio se caracteriza por ser **perecedero** debido a que se vuelve imposible conservarlo en depósito o almacenarlo para una distribución física posterior, lo que si podemos hacer, por ejemplo, con la ropa. En otras palabras, cuando la habitación de un hotel no se alquila una noche, se pierde.

La Perspectiva sistémica y el Turismo

Primero ¿Qué es un Sistema?

Es un conjunto organizado de cosas o partes que interactúan en forma dependiente, que se relacionan formando un todo unitario y complejo, cuyo resultado es mayor que el resultado que las partes podrían tener si funcionaran en forma independiente, por ejemplo: una Orquesta. Esta puede verse como un sistema, formado por distintos instrumentos que ejecutan los músicos sobre la misma partitura, al mismo tiempo y cada uno dará la nota en el momento oportuno para que la melodía sea armoniosa y placentera para quien la escucha.

El turismo es un fenómeno social de múltiples dimensiones que involucra diferentes actores sociales, políticos, económicos y atraviesa variados aspectos de la vida, tanto de los visitantes como de la comunidad receptora. Por eso puede decirse que alrededor del turismo se forma una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento en red, conformando un sistema que a su vez, es parte de un sistema mayor que lo atraviesa en múltiples dimensiones político-institucional, socio-económica, socio-cultural y socio territorial.

Los actores del sistema son las personas, empresas u organizaciones que forman parte del sistema o tienen injerencia directa en la actividad turística. Desarrollaremos un esquema simple de los actores y sus relaciones para adentrarnos progresivamente al concepto de sistema turístico.

El funcionamiento del Sistema Turístico **Miguel Ángel Acerenza**

Con un conocimiento general sobre el turismo, sus efectos y la forma como éste puede contribuir al desarrollo nacional se estaría ya en condicione de pasar a abordar todo lo inherente a lo de su administración. Sin embargo, es necesario comenzar por analizar el funcionamiento del sistema turístico en su conjunto, a fin de poder lograr una mejor comprensión sobre la interrelación existente entre los distintos elementos que intervienen en su desarrollo.

Tal análisis, en realidad, no es nuevo. Puede decirse que ya desde las primeras décadas del presente siglo se han encarado estudios tendientes a explicar el fenómeno turístico. No obstante, estos esfuerzos, que indudablemente mucho han contribuido al conocimiento del turismo, se han caracterizado siempre por responder al enfoque parcial de alguna de las tantas disciplinas que se relacionan con esa actividad, sin llegar a abordar el estudio del fenómeno en su total magnitud, como podrá apreciarse en los breves antecedentes que se exponen a continuación.

Antecedentes relativos al estudio del fenómeno turístico

Puede decirse que uno de los pioneros en lo que respecta al estudio del turismo es Schullern zu Schattenhofen quien, en el año 1911, poco antes de la Primer Guerra Mundial, publicara su obra titulada Turismo y Economía Nacional en la cual ya se conceptualizaba al turismo como un fenómeno económico, como se pudo observar en el primer capítulo. Nace así la orientación económica en el estudio del turismo, la cual con el tiempo, el prestigioso profesor suizo Kurt Krapf, fundador del Instituto de Estudios Turísticos de la Universidad de Berna, incorpora un nuevo elemento al estudio del turismo, el concepto de **política turística**. Aunque este nuevo planteamiento no tuvo muchos seguidores en el campo del estudio, fue muy bien acogido por los políticos, y es así como, de acuerdo con lo que indica L. Fernández Fuster:

...por imperativo de los políticos, los economistas hicieron su entrada a la investigación del fenómeno turístico cronológicamente en la primera mitad del siglo actual, y lo hicieron con un fervor tal que puede decirse que la Economía Turística es la que más bibliografía ofrece...

Fernández Fuster; teoría y Técnica del Turismo, 1974

Ahora bien, aunque el turismo tiene un indudable interés para la ciencia económica, es evidente que su raíz no es precisamente económica, sino que este fenómeno tiene su origen en el propio ser humano quien, a fin de cuentas, en su elemento fundamental. Es así como surge entonces una nueva corriente de estudio que, basada en la psicología, analiza el fenómeno a partir de las motivaciones que dan a lugar a los desplazamientos por motivos vacacionales.

Los estudios en la materia consideran como precursor de este nuevo enfoque a Paul Ossipow quien publicó, con el título de Ensayo sobre los hechos y los métodos de la Psicología del Turismo, uno de los primeros trabajos realizados sobre el tema.

El estudio del turismo como fenómeno, empero, tampoco puede enfocarse desde el punto de vista del individuo, aunque el hombre indudablemente sea el elemento más importante. El turismo, como también lo indica L. Fernandez Fuster, es en realidad resultado de una suma de conductas particulares de un gran conjunto de individuos, que se interfieren y se influyen, hasta formar una conducta general, universal; dicho de otra manera: social.

Esta característica precisamente fue la que do lugar surgimiento de otro enfoque basado en la sociología, entre cuyos pioneros se encuentra Ramaker quien fungiera como vicepresidente de la Asociación Holandesa de Turismo.

Cabe mencionar finalmente que existe un cuarto enfoque, el cual se fundamente en la geografía. Es evidente que el turismo tiene importantes implicaciones espaciales como consecuencia de los desplazamientos que efectúan los viajeros al trasladarse, lo cual como es lógico reviste un indudable interés para las ciencias geográficas. Se considera que el precursor de este enfoque en el estudio del turismo es Charles Reau, y entre los seguidores

de esta orientación se encuentran Pierre Defert y H. Robinson, autores ambos de importantes trabajos en el campo de la geografía turística.

Los enfoques mencionados en los párrafos anteriores han dado lugar al surgimiento en Europa de una serie de corrientes de opinión en cuanto al estudio del turismo, las cuales se identifican como “escuelas” y entre las que, por el aporte que han realizado al conocimiento del turismo, merecen ser destacadas: La Escuela Berlinesa, que se caracteriza por mantener una orientación básicamente económica; la Escuela Francesa, cuyo enfoque es eminentemente social; y la nueva Escuela Polonesa, que introduce el enfoque psicosociológico en el estudio del turismo.

Si bien es cierto, tal como lo mencionamos al inicio de este capítulo, que estos enfoques han contribuido sensiblemente al conocimiento del turismo, también es cierto que ellos obedecen a planteamientos surgidos de las distintas disciplinas que con él se relacionan. Dicho de otra manera, se trata de enfoques que analizan un aspecto parcial del turismo, por cuanto tienen es sesgo de la disciplina interesada, lo cual evidentemente dificulta el estudio integral del fenómeno.

Por esta razón, en los últimos años ha surgido otro punto de vista que pretende analizar la actividad turística en su total magnitud, es decir, sin caer en la apreciación parcial de una disciplina. Se trata de una corriente de opinión que nace en nuestro continente, y de la cual formamos parte, la cual encara el estudio del turismo a partir del *enfoque de sistemas*, por entender que este enfoque no sólo brinda una razonable explicación sobre la estructura y funcionamiento del fenómeno, sino que además permite integrar los conocimientos que las diversas ciencias suministran acerca de sus componentes, para conocer así el comportamiento del conjunto.

Este nuevo enfoque se fundamenta en la teoría general de los sistemas, de la cual torna las bases conceptuales y científicas necesarias para el análisis de la actividad turística. Se trata en realidad entonces de una “aplicación práctica” de la teoría general de los sistemas al estudio de un fenómeno social concreto: el turismo.

LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE LOS SISTEMAS AL ESTUDIO DEL TURISMO

En los últimos años se ha comenzado a desarrollar un nuevo enfoque en el estudio del turismo, que consiste en analizar su funcionamiento a través de la aplicación de la teoría general de los sistemas. Entendiendo por *sistema* a un conjunto integrado de elementos interactuantes destinados a realizar cooperativamente una función determinada.

La teoría general de los sistemas establece las bases conceptuales para la organización del conocimiento interdisciplinario y brinda, por lo tanto, un marco de referencia coherente que

permite identificar los elementos componentes e interactuantes de un fenómeno dado, así como las funciones, relaciones, o interacción de éste con su entorno.

Entendiendo por interacción, la influencia recíproca que cada uno de ellos ejerce sobre el desenvolvimiento del otro.

Es por este motivo precisamente por lo que se le ha considerado instrumento válido para el análisis de un fenómeno complejo como lo es el turismo y que, como se indicó, se encuentra íntimamente relacionado con una serie de disciplinas (antropología, sociología, psicología social, geografía, urbanismo, economía, política, administración, derecho, etc.) uno de los pioneros en este sentido ha sido el ingeniero Raimundo Cuervo, quien en un ensayo publicado en 1967 manifestara que:

El concepto sistema permite el estudio científico de los más diversos estados operacionales y de múltiples estructuraciones simples o compuestas, sencillas o complejas, de dónde resulta su alta utilidad teórica y práctica..., e indicara... El concepto indudablemente se tenía desde épocas muy remotas, pero su utilización se hallaba rígidamente limitada porque se carecía de métodos y medios adecuados para poder manejar las múltiples variaciones correlacionales que implica el realizar cooperativamente una función mediante numerosos, diversos y aleatorios elementos interactuantes.

Las matemáticas modernas y la computación electrónica modificaron favorablemente esta situación. Es así como Cuervo, con el concurso de los fundamentos del álgebra booleana, la cual se basa en la teoría de los conjuntos (entiéndase por conjunto a una colección bien definida de objetos, sin que necesariamente éstos tengan que ser de la misma naturaleza, ni tampoco similares, basta simplemente que la colección esté bien definida), estableció como postulado que:

El turismo es un conjunto (un gran conjunto) bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos. Cuervo, Raimundo.

Asimismo, identificó dentro de este gran conjunto denominado turismo, los siguientes subconjuntos:

- a) Los *transportes*, en todas sus formas.
- b) El *alojamiento*, también en todas sus formas.
- c) Los servicios de *alimentación*, en toda su gama.
- d) Los centros de *amenidades* y de diversión.
- e) Los *establecimientos comerciales* relacionados.
- f) Los *servicios complementarios*, tales como: agencia de viajes, guía de turismo, rentadoras de automóviles, etc.

De acuerdo con Cuervo, cada uno de estos subconjuntos o elementos que conforman el gran conjunto turismo, se divide, a su vez, en otros subconjuntos. El transporte, por ejemplo,

se divide en aéreo, terrestre, marítimo o fluvial. El alojamiento, en hotelero, de tipo residencial, complementarios, y así sucesivamente.

Ahora bien, todos los elementos que conforman los subconjuntos que integran el gran conjunto turismo, son interactuantes y es precisamente el ser humano al desplazarse, o sea, el turista, el que origina esta interacción, y es, en consecuencia, el que convierte al gran conjunto turismo, en un *sistema*.

Como Cuervo le dio a este planteamiento una expresión matemática, el mismo fue poco divulgado, dado que no es muy común que al turismo se le relacione con esta ciencia.

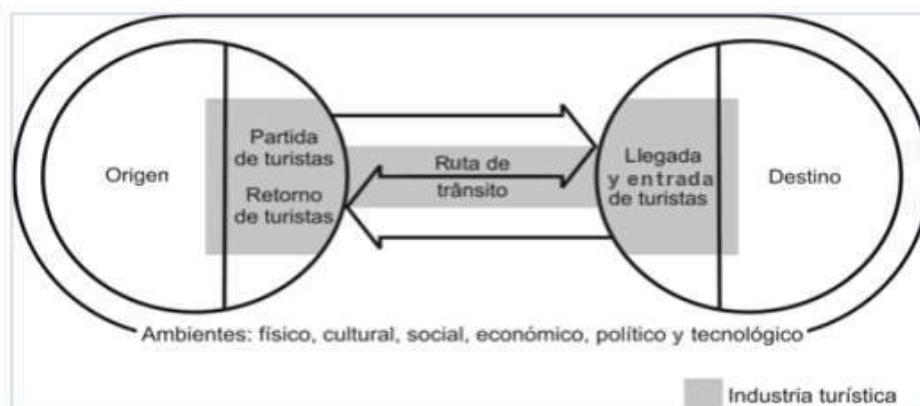
No es sino hasta 1979 cuando Neil Leiper retoma este planteamiento, lo precisa y lo hace más accesible a través de un modelo gráfico de carácter descriptivo.

Según Leiper, el turismo, analizado desde un punto de vista de la teoría general de los sistemas, es:

... un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente. Siendo estos elementos: uno *dinámico*, el turista; tres geográficos: *la región generadora*, *la ruta de tránsito* y *la región de destino*, y un elemento económico, la *industria turística*.

Los cinco elementos a los cuales hace mención Leiper se encuentran ordenados en conexión, tanto funcional como espacial y en interacción con los factores físicos, económicos, sociales, culturales, políticos y tecnológicos, que conforman el medio ambiente en el cual se desarrolla la actividad turística.

En la figura 5.1 puede apreciarse el modelo descriptivo desarrollado por Leiper para explicar el sistema turístico, a través del cual es posible obtener una idea bastante clara de la forma como se relacionan los elementos que lo integran.



Modelo teórico del enfoque espacial de Leiper (1979, p.40)

Figura 5.1

Llevando este modelo a la práctica, en el caso del turismo internacional, y tomando, por ejemplo, la ciudad de México y sus zonas adyacentes como región generadora, y la península de Yucatán como región de destino turístico, es fácil ver que entre ambas se crea una ruta de tránsito a través de la cual se movilizan los turistas, por medio de las

distintas modalidades de transporte disponibles, tal como se puede apreciar en la figura 5.2.

Por tratarse de un turismo nacional, el cual se lleva a cabo dentro de los límites geográficos del territorio de un mismo país, todo el sistema se desenvuelve de acuerdo con las condiciones ambientales que, tanto de carácter económico como social, cultural, político y, desde luego legal, imperan en el propio país. Lo mismo sucedería si la región de destino estuviera situada en otro punto del territorio nacional de México o si tanto la región generadora como la de destino estuvieran localizadas dentro del territorio de cualquier otro país.

Como pudiera ser el caso, por ejemplo, de Brasil, si se tomara como región generadora la ciudad de Sao Paulo y sus alrededores y como región de destino, toda el área comprendida por Santos, Guaruja, Bertioga y otros centros vacacionales cercanos.

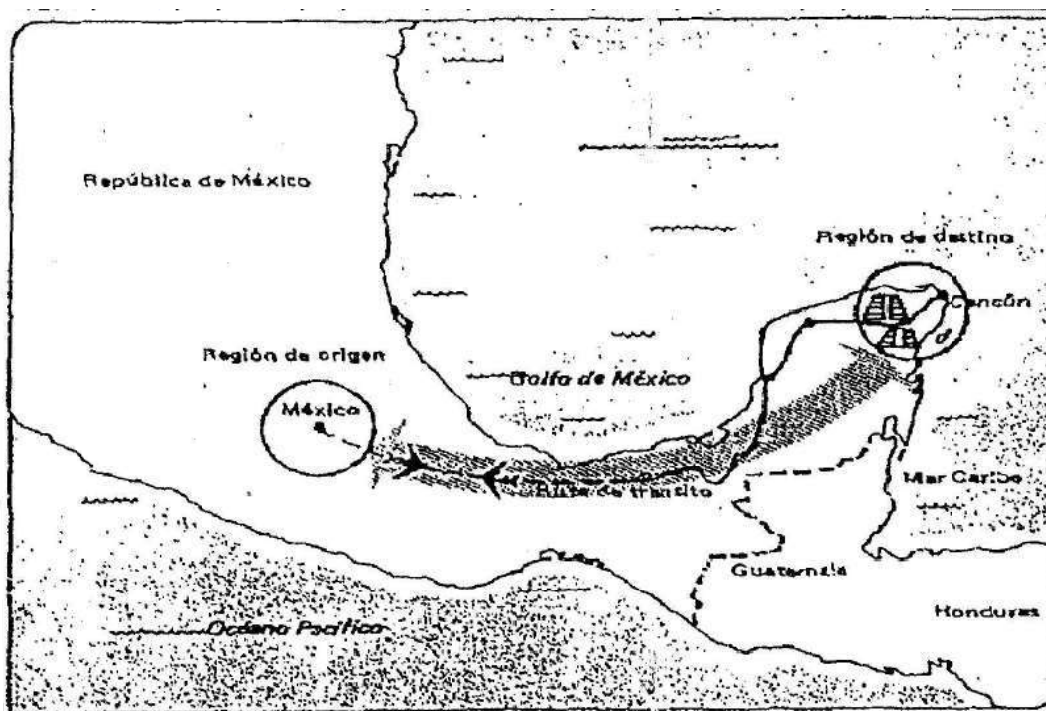


Figura 5.2. El sistema turístico aplicado al turismo nacional. (Esquema: elaborado por M. Acerenza)

En el caso del turismo internacional, como la región de origen está situada en un país distinto a aquel en el cual se localiza la región de destino, la ruta de tránsito debe atravesar, tal como puede apreciarse en la figura 5.3, los límites geográficos que separan a ambos países y, por tanto, separa distintas condiciones ambientales de índole económica, social, cultural, política y legal, que caracterizan a cada uno de los países involucrados.

Tales distintas condiciones ambientales, especialmente las de índole legal, son precisamente las que dan origen a la necesidad de llevar a cabo una serie de trámites destinados a obtener la autorización para la entrada, la permanencia, el desplazamiento

por el interior y para la salida del país visitado, no sólo de los turistas sino también para los distintos medios de transportación que aquellos emplean en su desplazamiento; el automóvil, en el caso de que los turistas utilicen sus propios medios de transportación, o de los diversos vehículos de transportación colectiva de uso público que prestan sus servicios entre ambos países: autobuses, aviones, barcos, etc.



Figura 5.3. El sistema turístico aplicado al turismo internacional. (Esquema elaborado por M. Acenzna)

Es así, entonces, como por el simple hecho de atravesar una frontera para visitar un país diferente a aquel en el cual se tienen la residencia habitual, surgen todos los requisitos relacionados con la gestión de la *visa* para lograr la autorización de entrada, aun antes, incluso, de cruzar la frontera; y además la obligación de cumplir con todos los demás trámites migratorios, aduanales y sanitarios, destinados a obtener la *permanencia legal*, a la cual hace referencia el doctor Alpuche en su definición, durante todo el período de tiempo que dure la estancia del turista en el país visitado.

Muchas veces estos trámites llegan a ser sumamente engorrosos, al punto de que realmente obstaculizan el movimiento de los viajeros, razón por la cual dentro de los países y en el seno de los organismos internacionales y regionales se han creado *comités de facilitación* destinados a simplificar y agilizar los trámites migratorios entre los distintos estados.

Ahora bien, como se ha podido observar, el organismo nacional de turismo (denominación genérica con la cual identificaremos, en principio, a todos los organismos oficiales de turismo, cualquiera que sea su naturaleza jurídica y ámbito de competencia) no forma parte integral del sistema turístico e, incluso, éste funciona, tal como se podrá ver en el próximo punto, sin la necesidad de la existencia de una entidad de este tipo.

Los organismos nacionales de turismo son, en realidad, entidades que se comenzaron a crear en Europa, en las primeras décadas del presente siglo, con el propósito de

estimular y conducir el desarrollo de la actividad turística en su conjunto hacia el logro de ciertos objetivos de interés de la sociedad.

Su papel entonces, en relación con el sistema turístico, es el de un “administrador”, que planifica y dirige el desarrollo de turismo, a efecto de que los beneficios resultantes de éste, efectivamente se encaucen hacia el bienestar de la comunidad.

Constituyen lo que algunos especialistas han dado en llamar la *superestructura* del “sector”, razón por la cual, luego de brindar los fundamentos básicos en los que se sustenta el funcionamiento del sistema turístico, tema al cual nos referimos seguidamente, nos ocuparemos en el capítulo 7 de los aspectos relativos a su administración, y al papel específico de los organismos nacionales de turismo en esta labor.

La Oferta Turística

La oferta turística está conformada por los bienes y servicios que se ofrecen al turista (alojamiento, alimentación, atractivos, etc.).

Los componentes de la Oferta Turística son:

La planta turística

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominaremos planta turística, integrado por el equipamiento y las instalaciones.




Equipamiento

El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos de alojamiento, alimentación/restauración, esparcimiento y otros servicios.

Categoría	Tipo
Alojamiento 	Hoteles Hosterías y posadas Pensiones Apart-hoteles Casas Cabañas Albergues Campings Camas en casa de familia, etc.
Alimentación 	Restaurantes Cafeterías Quioscos Comedores típicos (parrillas, etc.)
Esparcimiento 	Discotecas Bares Casinos, bingos, etc. Cines y teatros Otros espectáculos públicos (lanzamientos de temporada, desfile de carrozas, fiestas patronales, etc.) Parques temáticos Clubes deportivos, etc.
Otros servicios 	Agencias de viajes Información Guías Comercios Cambios de moneda Instalaciones para congresos y convenciones Transportes turísticos Primeros auxilios Guarderías Estaciones de GNC Cajeros automáticos, etc.

Instalaciones

Las instalaciones comprenden todas las construcciones especiales distintas a las consignadas por el equipamiento, cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas, por ejemplo, el alquiler de sombrillas y reposeras en las playas, juegos infantiles, etc.

Categoría	Tipo
De agua y de playa 	Quinchos y carpas Reposeras y sombrillas Canoas y kayaks Muelles, etc. Asadores)
De montaña 	Miradores Circuitos de senderos Refugios Aerosillas
Generales 	Piscinas Vestuarios Juegos infantiles Golf, tenis, otros deportes Pasarelas, puentes, etc.

Los atractivos turísticos







Para poder operar, la planta turística requiere de materia prima. En la industria, la materia prima se obtiene de los recursos naturales, y en el turismo es aportada por los atractivos turísticos. Los atractivos turísticos son por ejemplo los “sitios naturales” (ríos, montañas, etc.); los “museos o lugares históricos”; el Folklore que hace referencia a todo el patrimonio intangible como las danzas, fiestas y gastronomía; las realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas y por último los acontecimientos programados. A continuación, le mostramos un cuadro donde aparece dicha clasificación. Vale resaltar que esta clasificación realizada por CICATUR es una de las tantas que existen y ustedes trabajaran durante la carrera.

Categoría	Tipo
<p>Sitios naturales</p> 	<p>Montañas Planicies Costas Glaciares Lagos, lagunas y esteros Ríos y arroyos Caidas de agua Grutas y cavernas Lugares de observación de flora y fauna Lugares de caza y pesca Caminos pintorescos Termas Parques nacionales y reservas de flora y fauna</p>
<p>Museos y manifestaciones culturales e históricas</p> 	<p>Museos Obras de arte y técnica Lugares históricos Ruinas y sitios arqueológicos</p>
<p>Folclore</p> 	<p>Manifestaciones religiosas y creencias populares Ferias y mercados Música y danzas Artesanías y artes populares Comidas y bebidas típicas Grupos étnicos Arquitectura popular y espontánea.</p>
<p>Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas</p> 	<p>Explotaciones mineras Explotaciones industriales Explotaciones agropecuarias Obras de arte y técnica Centros científicos y técnicos</p>
<p>Acontecimientos programados</p> 	<p>Artísticos Deportivos Ferias y exposiciones Concursos Fiestas religiosas y profanas Carnavales</p>

La infraestructura

La infraestructura consiste en los bienes y servicios con que cuenta un país, una provincia o un determinado destino para:

- Vincular entre sí a distintas localidades a través del transporte terrestre, acuático y aéreo.
- Facilitar las comunicaciones brindando al turista oficinas de correo o cabinastelefónicas para comunicarse con sus familiares.
- Asegurar la sanidad de una localidad turística haciendo la recolección de residuos o prestando atención en los centros de salud.
- Prestar la energía necesaria tanto para el alumbrado público como el combustible para el transporte.

Categoría	Tipo	Subtipo
Transporte	Terrestre 	Red vial Servicios para el automotor (talleres mecánicos y estaciones de servicio) Servicios para el turista (sanitarios, restaurante, cafetería, etc.) Señalización. Servicios de transporte. Terminales de ómnibus. Red y terminales ferroviarias.
	Aéreo 	Servicios aéreos Aeropuertos
	Acuático 	Marítimo (Servicio de transporte; Terminales) Fluvial y lacustre (Servicio de transporte; Terminales)
Comunicaciones 	---	Postales Telefónicas Internet, etc.
Sanidad 	---	Red de agua Red de desagües Recolección de residuos Salud
Energía 	Red Eléctrica	Alumbrado público Servicio domiciliario
	Combustibles	Nafta- gasoil Gas natural y envasado

La superestructura

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere de un subsistema superior que regule a todo el sistema, denominado: superestructura.

Ésta comprende organismos públicos y privados que optimizan y modifican el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, y armonizan sus relaciones para facilitar la producción y la venta de los múltiples servicios que componen el producto turístico. Entre sus funciones cuenta la promoción turística, el control de la calidad de los servicios, fijación y control de precios, planificación para el desarrollo, promoción de inversiones de la actividad privada, entre otros.

Está compuesta: por el sector público, privado, tercer sector y el sector académico.

Hoy los organismos públicos son: a nivel nacional la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deporte de la Nación; a nivel Provincial la Secretaria de Turismo de la Provincia de Bs. As., y a nivel municipal el EMTURyC Ente Municipal de Turismo y Cultural.

En el plano internacional encontramos a la ex Organización Mundial del Turismo (OMT) hoy ONU Turismo.

Como dijimos al principio la superestructura también comprende a organismos privados creados para compatibilizar y defender sus intereses, son organizaciones con fines de lucro y por ejemplo encontramos, asociaciones de hoteleros, agentes de viajes, cámaras de transportistas, etc.

Por su parte, al tercer sector lo comprenden organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro, como pueden ser sindicatos, ONGs, Asociaones de vecino/as, etc.

Para una mejor comprensión de conceptos básicos de Turismo, Recreación Tiempo Libre, les ofrecemos algunos capítulos del siguiente texto....

Introducción al TURISMO

Gurría Di Bella, Manuel

El concepto de turismo

Turismo es una abstracción, un concepto del cual todos tenemos distintas interpretaciones. Por esta razón existe gran variedad de definiciones, algunas muy diferentes entre sí, según sea el enfoque que se le dé al concepto, o bien el ámbito de formación o trabajo de quien las formula, y de la época.

De cualquier manera, se puede decir que todas las definiciones son válidas, pero también muy discutibles. Casi todas las definiciones pueden encontrarse expuestas y comentadas en los diversos textos de turismo, especialmente en aquellos de carácter introductorio al tema.

La más sencilla de estas definiciones es la adoptada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), que dice:

Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.

Aunque es una definición sencilla y breve, nos sirve como idea previa de lo que constituye nuestra materia de estudio. Si bien ésta y otras definiciones no se han modificado, el concepto sí se amplió recientemente para adaptarlo a la realidad de un mundo cambiante en todos los aspectos: sobre todo en lo que se refiere a los movimientos de personas

Recientemente la Organización Mundial del Turismo (OMT) modificó el concepto de turismo en el sentido de que deben incluirse en el mismo todos los desplazamientos de personas, considerando en éstos los viajes, cualquiera que sea el motivo o la obligación de realizarlos, únicamente con la limitante de que se realicen con fines pacíficos y no migratorios.

Esta modificación da una mayor amplitud al concepto, es más acorde con la realidad actual, ya que los servicios turísticos establecidos como tales, los utilizan todo tipo de viajeros, que muchas veces superan en número a aquellos que lo hacen sólo por motivo

de vacaciones. De esta manera, el desarrollo de la actividad turística, dependerá de una amplia diversidad de viajeros que se desplazan por todo tipo de razones.

Óscar de la Torre Padilla, en su libro Turismo, *fenómeno social*, da una definición muy completa, que permite comprender el concepto en su sentido más amplio:

“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.”

Esta definición contiene los siguientes elementos que es conveniente entender de manera clara para mejor comprensión del tema:

- **Turismo** (origen de la palabra) Proviene de *tour* derivado del verbo latino *tornare*, que significa volver, girar o retornar, en suma quiere decir ir y volver.
- **Fenómeno social**. Aparece o sucede en el ámbito de los grupos humanos con algunas características particulares, es decir, es una manifestación del comportamiento humano que, es el resultado de la interacción social
- **Desplazamiento voluntario y temporal** Es la Movilización de las personas a un lugar determinado, elegido por su propia voluntad. El turismo sólo puede existir en un clima de libertad, donde el o los individuos tengan facultades para decidir por ellos mismo cuándo y hacia dónde desplazarse, y se encuentren en la situación de escoger entre las opciones de "hacer o no hacer", o bien de "esto o aquello".
- **Individuos o grupos de personas** Debe haber necesariamente un sujeto del fenómeno turístico; éste será por fuerza el turista individualmente o en grupo.
- **Recreación, descanso, cultura y salud** se integra de aquellas actividades no remuneradas que realiza el hombre con el fin de lograr un esparcimiento que lo aleje de la rutina diaria del trabajo, y que además le interese por vocación.

Por ejemplo, el juego de azar, la fotografía, las aficiones o *hobbies*, los espectáculos, el baile, la pesca, los deportes y muchas otras actividades que los individuos realizan en su tiempo libre. Puede considerarse una evasión o escape del enajenamiento que produce una actividad monótona. El descanso o reposo se estima precisamente como una ausencia de actividad, cuyo objeto es reponer el gasto de energías que generalmente produce el

trabajo u otras actividades aunque no sean remuneradas; es reponer por vía de la inactividad las fuerzas gastadas en la actividad.

Para este efecto se considera que los motivos de cultura son las acciones que se realizan para adquirir conocimientos acerca de algo que tiene interés individual o colectivo. Se deben considerar también los viajes científicos, de exploración, o bien de formación. Tal es el caso de los cursos en el extranjero, visitas a museos o zonas arqueológicas y la asistencia a congresos y convenciones.

La salud es uno de los principales motivos para el desplazamiento de las personas, ya que siempre se han buscado y se buscarán las regiones que por sus características restituyen el equilibrio físico que se ha perdido. Tales son los viajes a montañas o playas; a balnearios de aguas curativas o termales; al extranjero en busca de médicos que sepan técnicas terapéuticas y quirúrgicas avanzadas, o sencillamente el alejamiento temporal de zonas climáticas extremas.

- **Residencia habitual.** Lugar donde vivimos permanentemente, donde tenemos nuestro asentamiento definitivo. Lugar al cual estamos ligados por razones de orden social: la familia, el trabajo, los negocios, etc.

- **Actividad lucrativa o remunerada.** Trabajo en su más amplio sentido. Todo trabajo, desde que fue abolida la esclavitud, tiene como consecuencia percibir un sueldo, salario o retribución, pues es el medio que permite al individuo satisfacer sus necesidades. Puede existir trabajo no remunerado cuando las personas lo realizan con fines de ayuda social,

- **Interacciones de importancia social, económica y cultural.** El ser humano es un ser social, producto y productor de relaciones sociales. Al convivir con otros seres humanos adquiere paulatinamente un sentido de responsabilidad y de solidaridad para con sus congéneres, mediante la adquisición de las habilidades necesarias que le permiten desarrollarse, comunicarse y asociarse con los demás.

El turismo debe y tiene que ser una actividad que separe al hombre de su vida de trabajo cotidiana sobre todo cuando ésta se vuelve enajenante; asimismo de su vida familiar o social, que puede llegar a ser tan rutinaria y con tal falta de estímulo que el hombre tiene que buscar una evasión o un cambio, pues de otra manera podría llegar la crisis y llevarlo a manifestaciones de conducta antisocial y/o destructivas.

Con las vacaciones se presentan las condiciones posibles de un desplazamiento; esta movilidad es indudablemente una necesidad del ser humano. El viaje es una de las expresiones más enriquecedoras del derecho a las vacaciones. Así, se deduce que el derecho a trabajar tiene como consecuencia el derecho al descanso y a las vacaciones, y de éste, al ocio, se pasa de manera lógica y natural al derecho al turismo.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), en la Declaración de los Derechos Humanos," reconoce en su quinto punto, el derecho al cambio de residencia, al trabajo, al desplazamiento y a los viajes.

AGENCIAS DE VIAJES Las empresas Turísticas y su Administración

Gazzera, María

Desde un punto de vista puramente económico, toda empresa es una unidad económica y social formada por un conjunto de recursos (humanos, económicos, financieros, materiales, etc.) que, mediante una estructura organizativa tienen como función principal proveer de bienes y servicios a la sociedad para su satisfacción, cuyo propósito vital es producir un bien económico, además de otros objetivos propios de cada organización en particular.

La empresa turística, en éste caso la agencia de viajes, posee también un fuerte componente financiero que le permite ser propietaria de ciertos medios de producción y del capital necesario para financiar sus principales actividades. Como organización, tiene en común intereses compartidos por las personas que la integran, cada una con sus motivaciones y comportamientos, que subordinan al interés general de la organización, a fin de conseguir y cumplir con los objetivos previstos.

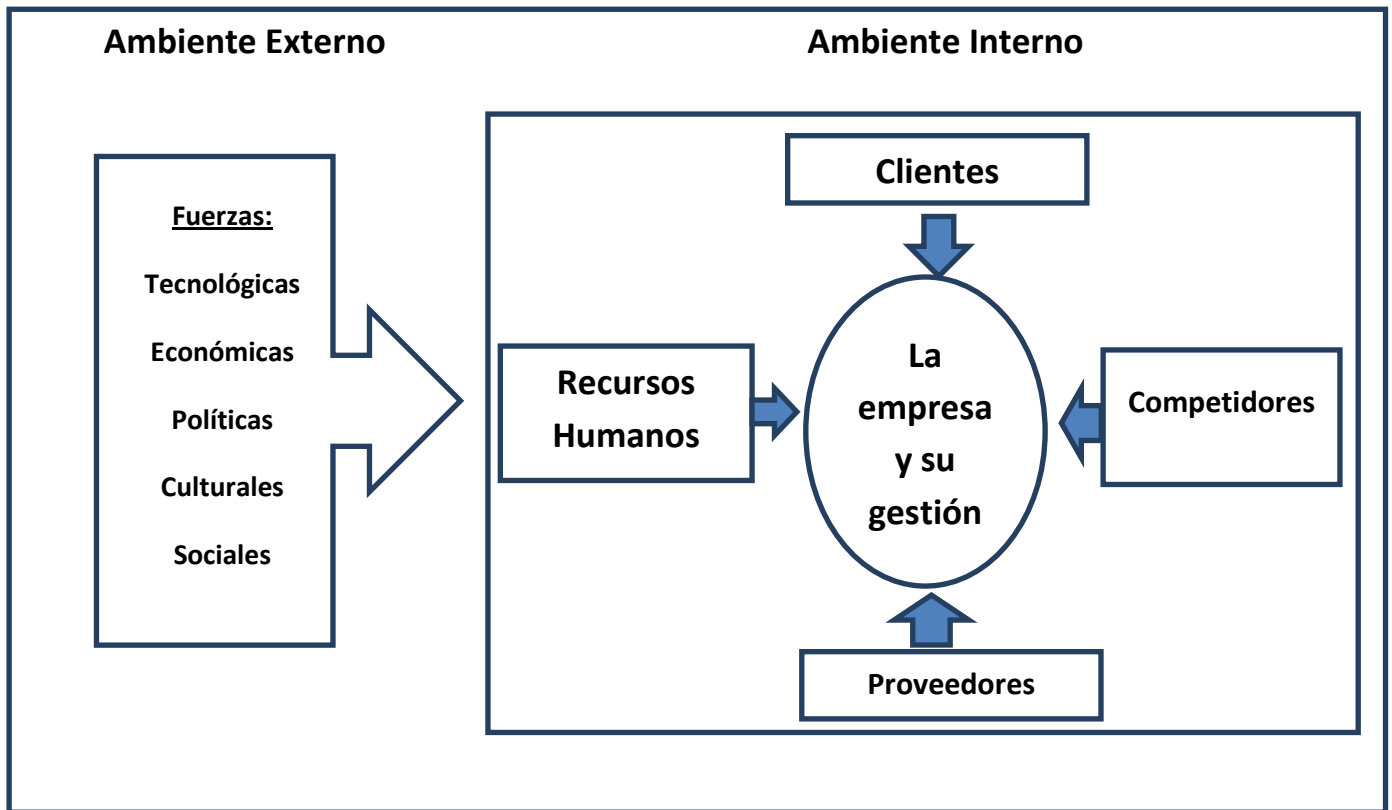
1-La empresa como parte de un sistema mayor

Toda empresa es una pieza dentro de un conjunto de elementos que dependen unos de otros e interactúan entre sí.

Representan un sistema dentro de un sistema mayor, con diferentes fuerzas internas y externas que influyen en su devenir, por lo que las funciones de organización y gestión deben efectuarse constantemente en forma cambiante.

El cuadro nº1 refleja el ambiente externo representado por fuerzas como las tecnológicas, económicas, políticas, legales, sociales, culturales, medio-ambientales, internacionales o globales, que actúan en forma indirecta. El ambiente interno afecta a la empresa en forma directa y su gestión en la toma de decisiones, de acuerdo con las habilidades conceptuales, técnicas y operativas, que está compuesta por los recursos humanos, los competidores, los proveedores y los clientes. Estas fuerzas afectan el comportamiento.

Cuadro 1 El Ambiente de la Empresa turística



De acuerdo con lo expuesto anteriormente se ha considerado la teoría de sistemas como una metodología para analizar, para ver, y para entender la organización. Cada sistema va a tener una “entrada” por un determinado lugar y una “salida” por otro. A esa entrada se la denomina “in-put” y a la salida “out-put”, y éstos recursos, se dan en un proceso interno, que tiene que ver con las decisiones que se toman en función a los objetivos planteados por la empresa, teniendo en cuenta su clientela, sus necesidades, deseos, expectativas según se muestra en la siguiente figura:

Figura nº 1 El sistema con entrada y salida



¿Cómo podemos visualizar esto dentro de la agencia de viajes? Podemos decir que el in-put de la agencia estaría dado por los recursos financieros, (capital, inversiones), recursos humanos (personal de contacto: los que atienden al público, guías, recepcionistas, otros)

recursos materiales (teléfono, fax, computadoras, edificio, mobiliarios, etc.) tecnología (GDS. Sistema global de reserva como Amadeus, Sabre, Galileo etc.).

Y durante el proceso interno se conjugan todos los elementos considerados en el in-put para tener como resultado una salida o out-put. Siguiendo con el ejemplo de la agencia, esos resultados o out-put tienen que ver con la producción de un servicio: una reserva de hotel, una excursión, una reserva en una compañía aérea, un boleto de avión, la contratación de un crucero, o de un paquete turístico o simplemente, englobado bajo la información, el asesoramiento más conveniente a los diferentes tipos de clientes.

2- Conceptualización de las Agencias de Viajes

“Una agencia de viajes es una empresa de servicios turísticos que actúa como intermediaria entre personas que quieren desplazarse y prestadores de servicios turísticos específicos, proporcionando orientación y asesoría en los casos correspondientes”.

Las principales funciones y objetivos estarán en relación a si la organización será una agencia de viajes que se dedicará al turismo receptivo o emisor, tanto a nivel nacional como internacional, o bien combinará ambas operaciones. Otras de las decisiones que deberá tomar la dirección de la empresa es si abarcará todos los servicios o destinos o se especializará en un segmento de mercado.

Teniendo en cuenta la tendencia a la especialización, puede verse que hay dos grandes posibilidades: una de ellas provoca que empresas que tradicionalmente comercializaban un destino o un servicio exclusivo, vayan incorporando otras alternativas frente a las exigencias y cambios de hábitos de sus clientes o bien como estrategia de crecimiento. La otra opción es que las empresas desarrollen la especialización como elemento de diferenciación y para hacer más competitivas, ubicando los “nichos de mercado”. Así es como surgen empresas especializadas en Turismo Rural, Turismo Exótico, Estudiantil, etc.

3- Funciones de una agencia de viajes

Las principales funciones de una agencia de viajes son:

Asesoramiento. Consiste en informar y asesorar al viajero sobre las distintas características de los destinos, servicios, proveedores, disponibilidad de viajes y colaborar con el cliente en la selección de lo más adecuado en cada caso. Es en esta función en la que el agente de viajes deberá asumir un rol profesional altamente capacitado, para ayudar al cliente en su decisión entre toda la amplia gama de alternativas que se le presentan.

Intermediación. Esta función consiste en gestionar la reserva, distribución y venta de servicios turísticos. La intermediación ejerce un papel fundamental entre la oferta y la demanda. Es la función clásica que cumplen las agencias de viajes minoristas. Producción

de Servicios. Ésta función consiste en crear, promover, organizar, comercializar y operar viajes y productos turísticos originados por la combinación de diferentes servicios y ofrecerlos al cliente o a la cadena de comercialización, ya sea a los servicios centrales de reserva (CRS) o a otras agencias. Éste tipo de servicios es conocido con el nombre de “paquete turístico” ésta función predomina en los tour operadores y agencias mayoristas, aunque también en menor escala, lo hacen agencias de viaje minoristas.

4- Clasificación de las agencias de Viajes

Según lo dispuesto en la Ley N° 18829/70 y decreto reglamentario 2182772 SOBRE Agencia de Viajes, éstas se clasifican de la siguiente manera:

a- Empresa de Viajes y Turismo: son aquella que pueden realizar todas las actividades que determina el artículo primero de la ley para sus propios clientes, para otras agencias del país o para terceros.

b- Agencias de Turismo: son aquellas que pueden realizar todas las actividades que determina el artículo primero de la ley, exclusivamente para sus clientes, incluyendo el turismo receptivo.

c- Agencia de Pasajes: son aquellas que sólo pueden actuar en la reserva y venta de pasajes en todos los medios de transporte autorizados o en la venta de los servicios programados por las Empresas de Viajes y Turismo y los transportadores marítimos y fluviales.

Esta última clasificación es la de menos adhesión entre las agencias de viajes, actuando la mayoría como empresa de Viajes y Turismo. Generalmente las empresas se promocionan con las denominaciones que operan en el mercado turístico a nivel internacional. Estas son:

1-AGENCIAS MAYORISTAS: Se caracterizan por diseñar sus propios productos, los *inclusive tours* o paquetes turísticos. El contenido del producto mayorista puede ser muy diverso, algunas de las combinaciones son: itinerarios turísticos, combinados transporte-alojamiento, alojamiento, viaje todo incluido, especialización en destinos, especialización en productos, especialización en segmentos de demanda, cruceros, etc. Lo venden a minoristas y a tour operators y en general no al público directamente.

2-TOUR OPERATORS: Integran y operan (esto es lo que marca la diferencia con la mayorista) sus propios servicios turísticos y los venden a través de otras agencias, mayoristas o minoristas y en forma directa al público.

3-AGENCIAS MINORISTAS: Son el canal de distribución más inmediato entre la oferta y la demanda turística. Generalmente se encargan de vender a comisión, los productos de los mayoristas y tour operadores. El principal valor del agente de viajes minorista, para el cliente, es su independencia y parcialidad, junto con el conocimiento de los servicios

turísticos. Las agencias minoristas no poseen un producto propio para vender, por lo que es conveniente no perder nunca de vista su papel de intermediación y comercialización. La diferencia está puesta, principalmente en la calidad en el servicio.

La diferencia entre las denominaciones de la Ley Nacional y las del mercado turístico internacional, está dada en que el acento en el primer caso está puesto en la distribución del producto. Por otro lado, en la clasificación propuesta por el mercado turístico, el acento está puesto en lo que producen.

5- El producto/Servicio en la agencia de viajes

Según lo establecido en el artículo primero de la Ley 18829, son varias las actividades que la agencia puede realizar, de acuerdo con la categoría. Cada una de estas actividades lleva consigo la elaboración de un producto final, el cual será solicitado por el cliente final.

El producto/servicio por excelencia que la agencia puede elaborar es, sin dudas el paquete turístico, forfait, tour, inclusive tour, todos ellos tomados como sinónimos. La elaboración de éste tipo de producto/servicio pone énfasis en la creatividad del agente de viajes, en la amalgama de una serie de servicios cuidando todos los aspectos que incluyen, desde un traslado con pernocte hasta los más sofisticados, compuestos por un sinnúmero de servicios, en los que el cliente tiene todas las cuestiones de su viaje pautados con anterioridad a la partida, hasta su llegada.

Sin duda, la diferenciación en este tipo de servicios todo incluido, como en los servicios sueltos, está en el valor agregado que le da el agente de viajes, teniendo muy en cuenta a su cliente, sus necesidades, asesorándolo en cada instancia de los servicios solicitados. Para ello, el agente de viajes prevé quienes van a ser los proveedores de esos servicios y elige aquellos que prometen su servicio de calidad, acorde a lo pedido por el agente de viajes.

Los servicios ofrecidos por las agencias de viajes no escapan a las características propias de los servicios, lo que representa un desafío para el agente, quien debe tratar de buscar las mejores opciones para llegar a la producción de un servicio acorde con la clientela clave de la agencia.

La autora del texto dice en la conclusión:

“la participación de las agencias de viaje en el sistema turístico, sigue siendo a pesar de los pronósticos, de gran importancia. Es la forma elegida por los pasajeros para definir sus vacaciones, a pesar de contar con la información que brinda internet y la posibilidad de compra vía electrónica, incluso a veces a menor precio que una agencia de viajes. La interacción persona-persona aún prevalece ante la abrumadora presencia de ofertas y promociones en la Web y el asesoramiento del agente de viajes de confianza incluye todavía en mayor medida en la decisión final. Y a su vez, las mismas agencias de viajes, se valen de internet para ofrecer mejores servicios. Casi todos los operadores

mayoristas envían información de sus productos por éste medio, lo que permite tener acceso a datos en tiempo real y mejorar la atención a sus clientes. Por lo tanto, todo suma y no se excluye”.

El Turismo actúa de forma dual: por un lado, contribuye positivamente al desarrollo socio-económico y cultural de la zona que se visita, pero por otro, esta actividad, cuando se realiza en forma masiva, conduce al deterioro del ambiente y la pérdida de la identidad local, por lo que debemos conocer tempranamente los impactos y consideramos que el texto que sigue les dará una aproximación al tema.

LOS IMPACTOS ECONÓMICOS, SOCIOCULTURALES Y MEDIOAMBIENTALES DEL TURISMO

Adaptación del texto de José Lázaro Quintero Santos

Los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, su lugar de destino y su población.

Las actividades turísticas deben enmarcarse dentro del llamado Turismo Sostenible para poder garantizar la **integridad cultural**, los procesos **ecológicos esenciales** y la **diversidad biológica** del destino turístico recreativo.

Se acepta en la actualidad que el crecimiento incontrolado de un turismo empeñado en obtener beneficios a corto plazo tiene habitualmente consecuencias negativas ya que daña el ambiente y la sociedad de la que forma parte, y destruye las bases en las que se afirma y desarrolla.

Una de las características del desarrollo internacional además de su gran crecimiento global es su continua expansión geográfica y la diversificación de los sitios turísticos.

Desde hace más de cinco décadas el turismo se ha convertido en una actividad económica de suma importancia para muchos países, es después de la 2da. Guerra mundial, con la recuperación económica de la post-guerra, que la actividad tiene un fuerte crecimiento a nivel internacional.

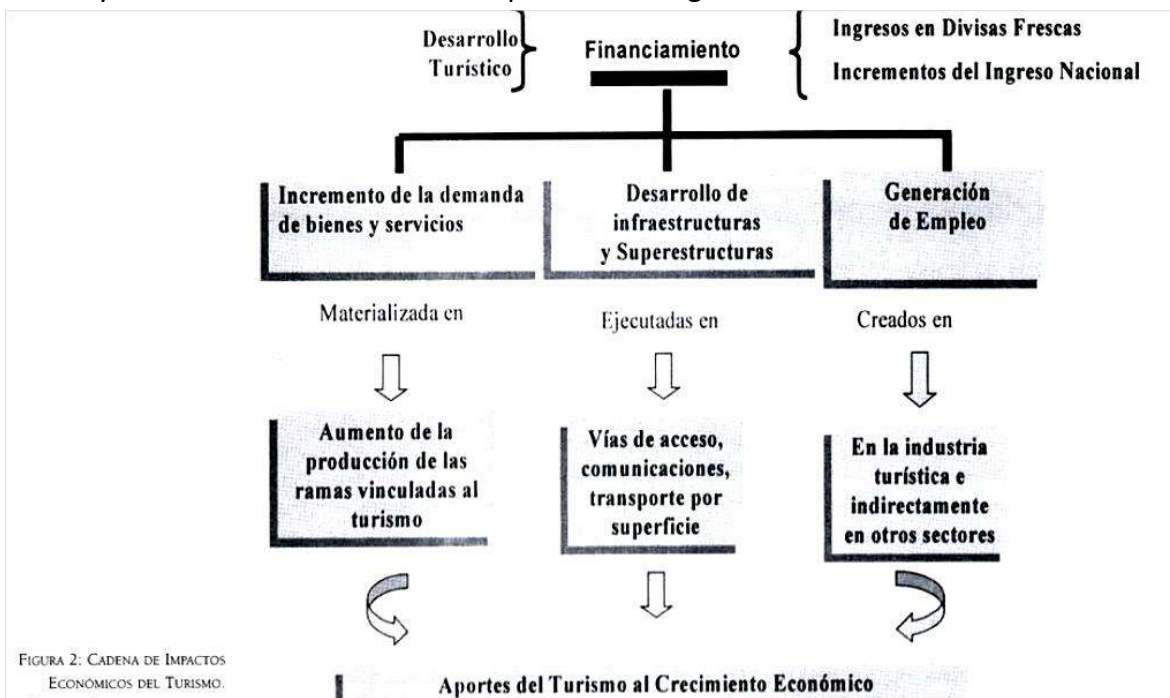
En los últimos años se ha transformado en un fenómeno socioeconómico y en uno de los elementos fundamentales del consumo de los países en desarrollo, sobre todo los pequeños estados insulares que dependen casi exclusivamente de ésta actividad como fuente de empleo y promotor de la economía ya que representa el 50% de su PBI

(Producto Bruto Interno), ejemplos de ello son Las Maldivas, Islas Vírgenes, Cuba, República Dominicana o Jamaica, entre otros.

Vamos a ver ahora una clasificación amplia de los impactos de la actividad turística que son:

IMPACTOS ECONÓMICOS

Los impactos económicos del turismo son la medida de los beneficios y costos económicos generados por el desarrollo de la actividad. Los beneficios potenciales pueden apreciarse con mayor facilidad en la cadena de impactos de la figura:



Fuente de elaboración: José Lázaro Quintero Santos

La magnitud del impacto económico depende muchas veces de poder establecer los vínculos necesarios entre los diferentes agentes económicos que participan en la actividad turística y de factores como:

- La existencia de una política que planifique y oriente la actividad en función del desarrollo económico
- El volumen del gasto turístico en el lugar de destino.
- El tamaño de la base económica en el área de destino.
- La recirculación del gasto turístico dentro del área.
- La naturaleza de las ofertas y los atractivos para los turistas.
- El grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística.

En muchas oportunidades se critica la actividad turística y se pone de manifiesto su carácter depredador creado por los altos costos que supone el turismo cuando no existe un enfoque equilibrado y planificado de la actividad que potencie el progreso económico en los destinos.

Los costos que se asocian al desarrollo de la actividad son los siguientes:

Sobre dependencia económica del Turismo

Las economías que dependen exclusivamente del turismo, como habíamos mencionado anteriormente, son muy vulnerables al cambio de la demanda, que es muy volátil y susceptible a las diferentes coyunturas internacionales como guerras, inestabilidades económicas y políticas en los destinos, estas situaciones pueden provocar una disminución en la demanda y a su vez en la economía en general sobre todo en éstos ejemplos de dependencia casi exclusiva del turismo.

Competencia Intersectorial

Aunque el turismo puede ser un dinamizador para algunos sectores de la economía en otros casos se transforma en competidor y a veces puede frenar su desarrollo como ocurre con la agricultura. Cuando el desarrollo es en lugares donde hay escasez de mano de obra y capital generalmente se da una transferencia de la agricultura hacia el turismo.

Estacionalidad de la demanda

Es una característica esencial al turismo, las oscilaciones cíclicas o periódicas de la actividad hacen que la demanda se concentre en pocos meses del año, especialmente en los destinos de sol y playa y de deportes náuticos y de invierno. Éste comportamiento estacional puede originar efectos como:

- Problemas de estacionalidad laboral asociados a trabajos estacionales de temporadas alta y baja turísticas.
- Contrataciones temporales de mano de obra poco especializada en los meses de mayor demanda de turismo, lo que puede afectar la calidad del servicio
- Dificultad de mantener altos ingresos por turismo durante todo el año
- Elevados costos fijos en Alojamiento, que pueden originar gastos importantes en los establecimientos hoteleros en los períodos de baja turística.

Inflación

Éste efecto está ligado a la subida de los precios del suelo. En muchas ocasiones el desarrollo turístico genera especulación por la alta demanda de suelo por parte de los empresarios turísticos y los agentes inmobiliarios y la escasez de suelo para fines turísticos, lo que lo convierte en un bien escaso y altamente demandado.

Fuga de Inversiones

Se asocia a que las ganancias de la actividad no siempre se reinvierten en beneficio de la misma actividad, ni en infraestructura, para mejorar la calidad de vida de la población local.

Importación de bienes y servicios

El turismo a veces genera una gran importación cuando la economía doméstica no puede responder a las necesidades de insumos para el desarrollo, por consecuencia se establecen pocos vínculos con la economía interna

IMPACTOS SOCIOCULTURALES

Son consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico, dependen en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes y pueden afectar a muchas variables como: formas de vida, sistema de valores, comportamiento individual, niveles de seguridad, conducta política, tradiciones, cultura entre otras.

Los estudios de ésta problemática nos informan que **si la comunidad local no está de acuerdo con el desarrollo turístico se torna improbable su continuidad en el tiempo** ya que existe una capacidad de carga social más allá de la cual resulta inaceptable el progreso para la comunidad anfitriona.

Se establece un umbral de tolerancia de turistas por parte de los residentes, resultado de la evolución de esa relación que se resume así:

Euforia que generalmente se da en el comienzo, reciben a los visitantes con entusiasmo pensando en los beneficios y se produce una relación turista/residente de mutua satisfacción, aquí llega la **Apatía** una vez consolidada la actividad se la ve como un negocio y que hay que explotar al visitante lo más posible.

La **Irritación** ocurre cuando se llega a la saturación y los residentes quitan su apoyo al desarrollo pasando al **Antagonismo**, etapa en la que creen que todo lo que les ocurre en materia de turismo es por causa de los visitantes entrando en la **Fase Final** cuando el destino pierde todos los atractivos que en principio lo hicieron importante para el desarrollo, generalmente se entra en una etapa de declive imposible de remontar.

Del análisis de estas etapas surge que mientras el volumen de turistas y los impactos se mantengan en los límites razonables la actividad turística es aceptada por los residentes, sin embargo si ese umbral se sobrepasa la población local comienza a dar signos de frustración y descontento que también percibe el turista lográndose una capacidad de carga psicológica que puede afectar la calidad de su experiencia y el índice de repitencia.

[Ver video El síndrome de Venecia - YouTube](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=TvjygzloP2k>

Por otro lado los impactos socioculturales hay que analizarlos a partir de los beneficios y costos que genera la actividad turística en el área de destino.

Un impacto **POSITIVO** es su contribución a la mejora de la calidad de vida del residente ya que su desarrollo implica crear infraestructuras en general y la mejora de las comunicaciones y el transporte.

Culturalmente puede estimular la continuidad histórica de una comunidad al contribuir a la rehabilitación y conservación de sus monumentos, edificios y lugares históricos y a la revitalización de sus costumbres, tradiciones, artesanías y folklore.

Socialmente la actividad turística suele acelerar en términos de mayor tolerancia y bienestar como igualdad de género, mayor actividad social y en ocasiones asimilación y modernización de costumbres. Además puede ser un promotor de conocimiento, entendimiento y comprensión entre personas de diferentes naciones y culturas.

Desde el lado **NEGATIVO**, el turismo puede originar costes para las sociedades receptoras como:

- Desarrollo de prostitución, drogas e inseguridad ciudadana en destinos donde la población carece de los mínimos niveles de subsistencia.
- Separación física y social entre los residentes y turistas a través de los llamados “ghettos” turísticos, donde los visitantes disfrutan de todo tipo de comodidades y lujos en destinos de gran pobreza.
- Tensiones sociales debido a que el rápido crecimiento de la actividad genera demanda de mano de obra en la construcción y otras actividades económicas que suelen suplirse con trabajadores migrantes, lo que puede originar xenofobia y racismo.
- Desarrollo de actividades serviles por parte de los trabajadores del turismo para obtener beneficios de sus relaciones con los turistas.
- Desculturalización del destino turístico cuando se comercializan de forma extrema las tradiciones locales, despojándolas de su significado real y destruyendo el carácter de autenticidad que fue lo que nos atrajo en primera instancia.

Ver video: Rompiendo los Huevos de Oro Turismo en Costa Rica

<https://www.youtube.com/watch?v=pdR23l98isg>

La ambivalencia de los impactos socioculturales del turismo y su inclinación en la balanza hacia los aspectos positivos o negativos, dependen en gran medida de la aplicación práctica de una política turística que planifique y gestione a favor de potenciar los beneficios de la actividad.

IMPACTOS AMBIENTALES

El entorno se ha convertido en la base y la atracción de muchos destinos turísticos. Actualmente parte importante de los desarrollos suelen darse en ambientes frágiles muy vulnerables a la presión antrópica como: las pequeñas islas, zonas litorales, zonas rurales o cuasi prístinas como La Antártida.

La necesidad de mantener un entorno ambiental no deteriorado ha surgido como respuesta al desarrollo turístico espontáneo, desordenado y sin ninguna consideración hacia el ambiente natural, en términos de conservación y mejora. Esto ha generado por una parte fuertes críticas a la actividad turística y otras preocupaciones para salvaguardar los negocios turísticos en las zonas saturadas que tienden a volverse desagradables por las excesivas presiones ambientales.

Estudios sobre el impacto ambiental reflejan que las presiones más importantes del turismo sobre el ambiente son las siguientes:

- Contaminación sobre todo de las aguas litorales, como consecuencia de las construcciones indiscriminadas de las urbanizaciones, hoteles, negocios turísticos y aumento de embarcaciones deportivas, esto genera desechos que originan depuración de aguas residuales recogida de basura y creación de vertederos incontrolados
- Desaparición o degradación de espacios naturales, como consecuencia de la transformación de comunidades naturales en urbanizaciones sin vegetación.
- Erosión y degradación en zonas litorales y rurales por la eliminación de flora y fauna autóctona por acción directa del desarrollo indiscriminado de las actividades turísticas
- Contaminación arquitectónica e impacto paisajístico por las edificaciones fuera de la medida del entorno, construcciones por ejemplo de hoteles fuera de escala grandes obras sobre la costa proyectando sus cono de sombra o en valles de montaña produciendo un efecto barrera.

Todas estas presiones sobre el ambiente natural pueden ocasionar la aparición de stress ambiental cuando los niveles de tolerancia son superados por la acción destructiva y la sobre explotación del entorno natural.

No obstante cuando existe un proceso de planificación holístico que incluye un estudio del medio natural y de las actividades que en él se proponen pueden servir para identificar de antemano, problemas específicos en los ecosistemas que se pueden subsanar antes de implementar el desarrollo de los mismos, y el turismo puede entonces estimular la preservación de los recursos y la creación de áreas protegidas.

En éste sentido recordaremos que el Turismo Sostenible es entendido como “aquel desarrollo turístico que responde a necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que se puedan satisfacer las necesidades económicas sociales y estéticas “respetando la integridad cultural, “los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”(OMT 1999).

La definición anterior nos lleva a decir que un proceso de desarrollo turístico sostenible debe estar dentro de una propuesta de desarrollo que sea:

- a.- Biológicamente Aceptable, es decir acorde con las posibilidades ecológicas del entorno.
- b.- Económicamente Viable, o sea que debe plantear su oportunidad y posibilidad económica y rentabilidad financiera.
- c.- Socialmente Admisible, es decir que es fundamental contar con el apoyo de los actores sociales, lo que permite además la aceptación e integración de la sociedad en los proyectos de sostenibilidad.
- d.- Culturalmente Sostenible, o sea que la población local pueda aprovechar los nuevos recursos e infraestructuras turísticas para mantener y potenciar la cultura y las tradiciones locales a través de:
 - Una política laboral que fomente los puestos de trabajo
 - El fomento del Turismo Social
 - La protección de la Cultura local fomentando su autenticidad.
 - El mantenimiento de Museos y lugares históricos que preserven y muestren la identidad de los residentes.

Para que ésta propuesta sea efectiva debe enmarcarse en una política turística que englobe al sistema turístico en general con sus actores, sectores públicos, privado y del tercer sector, para el mejor aprovechamiento de los recursos y mejor forma de satisfacer las expectativas de los turistas que vendrán a nuestro destino.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2024 - Año del 75° Aniversario de la gratuidad universitaria en la República Argentina

Informe

Número:

Referencia: ANEXO ÚNICO. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

ANEXO ÚNICO

CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

TITULO PRIMERO.

I. DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO

ARTÍCULO 1°. El alojamiento turístico es aquel ofrecido por personas humanas y/o jurídicas, que presten servicio de hospedaje mediante contrato al público, por período mínimo de una (1) pernoctación y de hasta noventa (90) pernoctaciones, con o sin prestación de servicios complementarios.

ARTÍCULO 2°. Todo establecimiento que se comercialice a terceros, ya sea que se incluya explícitamente en la clasificación o no del presente deberá contar con las habilitaciones edilicias y comerciales.

ARTÍCULO 3°. Quedan excluidos del ámbito de aplicación del presente el alojamiento en los llamados Hotel Alojamiento, Albergue Transitorio o similares.

ARTÍCULO 4°. El Registro de Hotelería y Afines incorporado al Registro de Prestadores Turísticos estará compuesto por las siguientes tipologías, además de aquellas nuevas modalidades de alojamiento que puedan incorporarse o desarrollarse como consecuencia de la evolución de la actividad:

TIPO	Clase	Categoría
HOTELERO	Hotel	1 a 5 estrellas
	Apart-Hotel	1 a 5 estrellas
	Cabañas	1 a 5 estrellas
	Hostería	
	Cama y Desayuno	
	Albergue Turístico	
	Residencial	
	Hostel	Estándar o premium
	Alojamiento turístico rural	Estándar o premium
	Glamping	Estándar o premium
TURÍSTICO TEMPORARIO	Casa o departamento con servicios	Estándar o premium
	Casa o departamento sin servicios	Estándar o premium

II. ALOJAMIENTO TURÍSTICO HOTELERO

ARTÍCULO 5°. Se entiende por Alojamiento Turístico Hotelero al brindado en forma habitual en establecimientos con explotación y administración central que ofrezcan servicios complementarios al del alojamiento, a excepción de las casas y departamentos, que serán considerados alojamientos turísticos temporarios.

ARTÍCULO 6°. Esta clase de alojamiento comprende:

- a. Hotel: establecimiento que brinda servicio de alojamiento y otros complementarios, conforme a los requisitos que se indican para cada categoría, en habitaciones con baño privado y ocupa la totalidad del inmueble, constituyendo sus servicios y dependencias un todo homogéneo.
- b. Apart Hotel: establecimiento que presta al turista el servicio de alojamiento en edificios de departamentos que integran una unidad con administración común, ofreciendo además los servicios propios del hotel.
- c. Cabañas: establecimiento en el que se presta al turista el servicio de alojamiento y otros complementarios, compuesto por unidades independientes que aisladamente o formando un conjunto con otras se integran a una unidad de administración común, emplazadas en un entorno natural y situadas generalmente fuera del radio céntrico.
- d. Hostería: establecimiento que reúne características de diseño arquitectónico acorde al medio natural y/o urbano en el que se encuentre situado y que brinda servicios propios al del hotel.
- e. Residencial: establecimiento que presta al turista servicios semejantes al hotel pudiendo contar con habitaciones con baño compartido o privado y que ocupa la totalidad del inmueble, constituyendo sus servicios y dependencias un todo homogéneo.
- f. Hostel: establecimiento en el que se brinda alojamiento en habitaciones compartidas pudiendo contar con habitaciones privadas, con baños compartidos y/o privados, con espacios comunes de estar, comedor y cocina equipada para que los huéspedes preparen sus alimentos facilitando así la integración sociocultural entre ellos, sin perjuicio de contar con otros servicios complementarios.
- g. Albergue Turístico: establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento colectivo conformado por pabellones comunes.
- h. Cama y Desayuno: alojamiento que ocupa la totalidad o parte independizada de un inmueble con una unidad de explotación, en el que sus propietarios brindan un servicio personalizado de tipo artesanal de cama y desayuno.
- a. Alojamiento Turístico Rural: es aquel alojamiento que se encuentra ubicado en el ámbito rural y ofrece programas de actividades recreativas relacionadas con el conocimiento y disfrute del medio rural.
- j. Glamping: alojamiento híbrido entre un camping y un hotel, que ofrece instalaciones que emulan habitaciones o unidades con características similares a las de un hotel, pero que están emplazadas al aire libre, y cuentan con servicios de hotelería tales como limpieza, desayuno, servicio de habitación y baño privado.

III. ALOJAMIENTO TURISTICO TEMPORARIO (ATT)

ARTÍCULO 7º: A los fines de la presente, se ubica bajo este título todo establecimiento que tenga como objeto el servicio de alojamiento en casa o departamento, en su totalidad o en una parte de éstas, por un período mínimo de una (1) pernoctación y de hasta noventa (90) días o pernoctaciones.

ARTICULO 8º: Personas Alcanzadas. Son personas alcanzadas por la presente resolución, los propietarios o administradores que cuenten con poder y/o autorización correspondiente para comercializar inmuebles de forma temporaria y toda persona humana o jurídica que comercialice, publicite u ofrezca a través de cualquier medio al menos dos (2) unidades de alquiler temporario para uso turístico.

ARTÍCULO 9º. Definiciones:

- a. Contrato de alquiler temporario turístico: Se entiende por contrato de alquiler temporario turístico al servicio de alojamiento con fines turísticos en viviendas utilizadas total o parcialmente por un período mínimo de un (1) día que incluya al menos una (1) pernoctación y un máximo de noventa (90) días.
- b. Vivienda de uso turístico: Se entiende por vivienda de uso turístico a toda unidad habitacional ubicada en el territorio de la provincia de Buenos Aires, en la que se comercialice de manera habitual el servicio de alojamiento por un plazo mínimo de un (1) día que incluya al menos una (1) pernoctación y un plazo máximo de noventa (90) días o pernoctaciones.
- c. Plataforma digital de alquiler temporario turístico: entiéndase como Plataforma Digital aquella que lleve a cabo la comercialización, promoción, oferta y/o publicidad de alojamientos turísticos temporarios situados en el territorio de la Provincia de Buenos Aires por medios digitales.

IV. De las plataformas Digitales.

ARTÍCULO. 10.- Las Plataformas de Alquiler de alojamientos turísticos temporarios deberán:

1. En toda publicación, publicidad o promoción de un alojamiento, habilitar un campo para que el anfitrión informe el número de inscripción ante el Registro.
2. Exhibir en sus publicaciones información clara y precisa sobre las características del alojamiento, junto con fotografías y descripciones actualizadas, sin perjuicio de cualquier otra información que la Autoridad de Aplicación provincial y/o municipal determine necesaria.
3. Dar de baja cualquier publicación que no cumpla con los requisitos antes mencionados, a pedido de la autoridad de aplicación que corresponda.

TITULO SEGUNDO.

DE LAS CATEGORÍAS DE LOS ALOJAMIENTOS.

ARTÍCULO 11. El Alojamiento Turístico se categoriza:

I. Alojamiento Turístico Hotelero:

- HOTEL: Una a Cinco Estrellas.
- APART HOTEL: Una a Cinco Estrellas.
- CABAÑAS: Una a Cinco Estrellas
- HOSTERÍA sin categorización
- CAMA Y DESAYUNO sin categorización
- ALBERGUE TURÍSTICO: sin categorización
- HOSTEL: Estándar o Premium.
- ALOJAMIENTO TURÍSTICO RURAL. Estándar o Premium
- RESIDENCIAL sin categorización.
- GLAMPING. Estándar o Premium.

II. Alojamiento turístico temporario:

- Casa o departamento con servicio. Estándar o Premium
- Casa o departamento sin servicio. Estándar o Premium

ARTÍCULO 12. Cuando en un mismo predio o en forma integrada, se presten servicios con características clasificables en distintas modalidades se deberán categorizar las actividades y prestaciones encuadrando cada cual por separado.

ARTÍCULO 13. Para establecer las distintas categorías en los diferentes Alojamientos Turísticos se tendrá en cuenta, además de lo establecido para cada caso en particular, los servicios que presta, la antigüedad de la edificación, el mantenimiento y las últimas refacciones realizadas, su funcionalidad y el estado general del edificio, el acondicionamiento, la conservación de muebles, ropa de cama e instalaciones sanitarias y eléctricas. Asimismo deberán valorarse elementos diferenciales, condiciones, cualidades o características distintivas en las prestaciones y en el edificio, pudiendo ajustarse de oficio la categoría otorgada de acuerdo

a estos criterios.

ARTÍCULO 14. Podrá otorgarse una distinción temática, mediante una petición fundada del alojamiento turístico, de acuerdo a las características particulares que ofrezca, a saber:

- Familiar
- Urbano
- Playa
- Convenciones
- Naturaleza
- Boutique

En consecuencia, se analizará la información suministrada, y en caso de corresponder se otorgará una distinción temática al alojamiento con la entrega de un diploma. Estas distinciones son meramente enunciativas y no taxativas, pudiendo incorporarse otras previa petición fundada.

ARTÍCULO 15. Aquellos establecimientos inscriptos en el Registro de Hotelería y Afines que tengan vencimiento con posterioridad a la fecha de publicación de la presente Resolución serán automáticamente incluidos conforme la reclasificación y/o recategorización de la presente.

TITULO TERCERO.

DEL REGISTRO PROVINCIAL DE HOTELERÍA Y AFINES

DE LA INSCRIPCIÓN Y FUNCIONAMIENTO

ARTÍCULO 16: Obligatoriedad de inscripción.

Deberán registrarse todos los alojamientos turísticos que sean ofrecidos y comercializados bajo los criterios de la presente resolución.

ARTÍCULO 17. REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN. Los prestadores deben realizar la inscripción a través de MED (Mesa de Entrada Digital) o la web que en el futuro la reemplace. A los fines mencionados, el interesado debe acreditar conforme la

Autoridad de Aplicación establezca:

- a. El cumplimiento de los requerimientos del Formulario de inscripción, elaborado por la Autoridad de Aplicación, publicado en la página web del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la Provincia de Buenos Aires o el organismo que en un futuro lo reemplace.
- b. Titularidad del inmueble o el vínculo que legitima la posesión del mismo.
- c. Habilitación municipal
- d. Fotografías que permitan constatar el estado y las características del establecimiento.
- e. Comprobante de pago de la tasa fiscal correspondiente.

En caso de realizarse la inscripción de forma presencial, se deberá acreditar la identidad del solicitante mediante DNI. Si el titular fuera una persona jurídica además deberá presentar estatuto social, última acta de designación de autoridades con mandato vigente o poder. Las firmas en el formulario de inscripción deberán estar certificadas por la Dirección de Turismo del Municipio, la Asociación Hotelera, Registro Público de Comercio, Justicia de Paz, Escribanía o por la Dirección de Registro y Fiscalización dependiente de la Subsecretaría de Turismo.

ARTÍCULO 18. La clasificación y/o categorización tendrá vigencia a partir del dictado del acto que la otorga y su renovación será cada seis (6) años.

Asimismo, éste último podrá en cualquier momento posterior a su inscripción solicitar la recategorización si así correspondiere. De igual modo deberá proceder cuando se produzca el cese, la suspensión por más de doce (12) meses o la incorporación de servicios o elementos constructivos que puedan importar la modificación de la categoría asignada.

La autoridad de aplicación se reserva el derecho de fiscalizar de oficio para ratificar o rectificar la clase y categoría asignada oportunamente.

ARTÍCULO 19. El propietario y/o el apoderado de todo establecimiento registrado deberá comunicar al Registro Provincial de Hotelería y Afines toda modificación de razón social, titularidad y denominación comercial, cambio de domicilio, el cese o la suspensión de los servicios, el cambio de modalidad en la prestación de los mismos y/o remodelación de las instalaciones dentro de los treinta (30) días de producidas dichas modificaciones, a los fines de mantener actualizado el mismo.

DERECHOS Y OBLIGACIONES

1. ALOJAMIENTO TURÍSTICO HOTELERO

ARTÍCULO 20. La administración de los establecimientos de alojamiento turístico hotelero tendrá las siguientes obligaciones:

- a. Permitir el acceso al establecimiento de los agentes fiscalizadores de esta Subsecretaría de Turismo o el organismo que en un futuro lo reemplace a efectos de realizar las tareas de fiscalización y contralor.
- b. Exhibir la documentación que le sea requerida.
- c. Exhibir en lugar visible de la entrada o de la recepción de la unidad una copia del Certificado de inscripción en el Registro de Hotelería y Afines.
- d. Exhibir en lugar visible y al alcance de los usuarios la constancia de la habilitación municipal, el certificado de la clasificación y categoría acordada, el reglamento interno con los derechos y obligaciones del huésped y del establecimiento, tarifas y servicios prestados por el establecimiento.
- e. Poner a disposición de los huéspedes el “Libro de Reclamos y Sugerencias Digital” otorgado por la Subsecretaría de Turismo o el organismo que en un futuro lo reemplace.
- f. Mantener en buenas condiciones de higiene y funcionamiento las instalaciones del establecimiento.
- g. Brindar íntegramente los servicios ofrecidos.

ARTÍCULO 21. La exhibición, publicidad, elementos de promoción, listas de precios o servicios, que promuevan o induzcan a error respecto a la clasificación, categoría o servicio del establecimiento lo hará pasible de la obligación de cesar en forma inmediata con dicha conducta.

ARTÍCULO 22. La prestación del servicio de alojamiento turístico puede consistir en pernocte; pernocte y desayuno; media pensión o pensión completa. Todo ello sin perjuicio de los servicios o prestaciones adicionales que cada establecimiento brinde.

La pensión completa comprende: desayuno, almuerzo, cena y pernocte. La media pensión incluye: desayuno, almuerzo o cena y pernocte.

ARTÍCULO 23. Se establece a los efectos de la presente Resolución que el día de alojamiento comienza a las doce (12:00) horas y finaliza a las diez (10:00) horas del día siguiente. Cuando el servicio de desayuno esté incluido en la tarifa, no se brindará hasta después de producida la primera pernoctación.

ARTÍCULO 24. La estadía mínima que se cobrará será de un (1) día.

ARTÍCULO 25. La aplicación proporcional de las tarifas vigentes para el retiro de los pasajeros o huéspedes, salvo pacto en contrario, se ajustará a lo siguiente:

- a. Después de las diez (10:00) horas y antes de las dieciocho (18:00) horas abona el cincuenta por ciento (50%) de la tarifa diaria.
- b. Después de las dieciocho (18:00) horas abona el día íntegro.

ARTÍCULO 26. En ningún caso se podrá alterar la capacidad máxima de plazas autorizadas para cada habitación en la categorización, excepto con el consentimiento del pasajero, que deberá asentarse por escrito. Si el pasajero requiriera una habitación de una capacidad determinada y el establecimiento le ofreciera otra con mayor cantidad de plazas, la tarifa por ellas no podrá cobrarse.

ARTÍCULO 27. La reserva de plazas por parte de los titulares de los alojamientos turísticos los obliga a cumplir con los compromisos de reserva y determina la obligación a cargo del usuario de abonar la tarifa vigente.

ARTÍCULO 28. El administrador o propietario del establecimiento podrá deslindarse de la obligación de mantener la reserva de la habitación, cuando habiéndose producido el vencimiento del día hotelero no se hubieren presentado los huéspedes ni hubiese aviso de retraso. En tal caso será de aplicación lo dispuesto en el artículo 1059 del Código Civil y Comercial de la Nación, salvo que el prestador hubiese convenido una política de cancelación más favorable para el turista.

ARTÍCULO 29. En el caso de que el administrador y/o propietario se viera imposibilitado de brindar el alojamiento pautado por causas propias o ajenas de fuerza mayor, se encontrará en la obligación de compensar al huésped, debiendo ofrecer un alojamiento de análoga o superior categoría, haciéndose cargo de los costos de transporte que se deriven y realizando el reintegro total de las sumas cobradas anticipadamente. El huésped podrá optar por la aplicación de lo dispuesto en el artículo 1059 del Código Civil y Comercial de la Nación.

ARTÍCULO 30. El turista podrá cancelar en forma fehaciente la reserva teniendo derecho al reintegro del cien por ciento (100%) del depósito en el caso de que desistiere con catorce (14) días de anticipación a la fecha de arribo. Ante caso fortuito o de fuerza mayor dicho plazo se reduce a setenta y dos (72) horas debiendo acreditar lo sucedido, salvo que sea un hecho notorio.

En caso de no presentarse sin previo aviso:

- a. Si la reserva fuera por menos de cinco (5) días, el administrador o propietario podrá exigir hasta el cincuenta por ciento (50%) de la tarifa total.
- b. Si la reserva fuera por más de seis (6) días, el administrador o propietario podrá exigir hasta el cien por ciento (100%) de la tarifa total por los primeros tres días y el equivalente de un (1) día por cada tres reservados.

ARTÍCULO 31. En caso de que el pasajero se retirara antes de cumplir el término de la reserva, por causas no imputables al propietario y/o administrador del establecimiento, éste podrá resarcirse cobrando además de los servicios prestados a la fecha, el veinticinco por ciento (25%) de la tarifa vigente de los días reservados pero no ocupados.

2. ALOJAMIENTO TURISTICO TEMPORARIO

ARTÍCULO 32. A los efectos de esta Resolución, los huéspedes de alojamientos turísticos temporarios tienen la obligación de:

1. Observar las reglas de higiene, educación, convivencia y de respeto a las personas y costumbres para la utilización adecuada de los diferentes servicios turísticos.
2. Respetar las instalaciones y los equipamientos del inmueble dado en alquiler.

ARTÍCULO 33. Son obligaciones del anfitrión:

1. Notificar por los canales habituales de comunicación al consorcio de copropietarios de la existencia de una unidad o más unidades que sean dadas en alquiler temporario con fines turísticos. La actividad no debe estar prohibida por reglamento de copropiedad.
2. Exhibir en lugar visible de la entrada o de la recepción de la unidad una copia del Certificado de inscripción en el Registro de Hotelería y Afines.
3. Entregar al huésped un inventario del equipamiento y mobiliario, a los fines de constatar las condiciones de la unidad al momento del ingreso, en el caso en que reciba un depósito en carácter de garantía.

TITULO CUARTO.

REQUISITOS MINIMOS GENERALES DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

I. REQUISITOS COMUNES

ANEXO

Traducción de
BEATRIZ ALVAREZ KLEIN

EL OCIO

por

ROGER SUE



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
MÉXICO

I. LAS CONCEPCIONES DEL OCIO

LA GÉNESIS DEL OCIO

Después de una primera reflexión, se sentiría uno tentado a decir que el ocio siempre ha existido, que pertenece a todos los tiempos, a todas las épocas.

Esto es cierto sólo en parte. Todas las sociedades han conocido el tiempo libre, y en algunas de ellas se contaba con más tiempo libre que en la actualidad. Pero, ¿se puede asimilar, por ello, ese tiempo libre a un tiempo de esparcimiento tal como lo concebimos en nuestros días? No, porque la concepción del ocio ha evolucionado considerablemente a través de los siglos, en función de diversos modelos de organización social; por esto no se puede hacer una amalgama, pero si es posible establecer comparaciones.

Los griegos y la sociedad

Siempre se tiende a considerar la civilización griega como una edad de oro. El ocio no constituye la excepción, y fácilmente se toma a esta civilización como una de las que más han permitido el desarrollo pleno del hombre en el ocio. Las doctrinas aristotélicas y platónicas, ¿no

proponían acaso un prototipo de hombre capaz de desarrollarse libremente en la práctica voluntaria de la filosofía, las artes o los deportes?

El ciudadano griego llevaba una vida de ocio en la que lo principal era la expresión plena de sus "nobles" potencialidades. El trabajo no podía tener un lugar de igual importancia, puesto que se le consideraba degradante y por esta razón se reservaba a la casta de los esclavos. Cualquier forma de trabajo se oponía a la condición del ciudadano griego. El trabajo y el ocio se excluían el uno al otro, formaban parte de dos órdenes distintos que no guardaban relación entre sí. Esto a pesar de que, a fin de cuentas, era el trabajo de unos lo que permitía el ocio de los demás.

Esta relación de exclusión entre el trabajo y el ocio se advierte en la etimología: ocio en griego es *scholé*, que significa al mismo tiempo ocio e instrucción. Se observará que se consideraban emparentadas estas dos nociones que algunos siguen asociando estrechamente, al suponer que el desarrollo de las distracciones y el provecho que se puede obtener de ellas van a la par con la elevación del nivel cultural. Esta connotación elitista del ocio, que presupone cierto nivel de instrucción, continúa estando en vigor y establece una separación entre las diversiones valoradas socialmente y las demás. *A-scholé* es el término con que se designaba el trabajo, el estado de servidumbre. Esta relación de exclusión aparece también en el latín, ya que *otium* (ocio, ociois-

dad) se opone a *neg-otium* (literalmente, negocio, comercio, trabajo).

El ocio, como lo concebían los griegos, implicaba entonces el pertenecer a una determinada casta (ser ciudadano griego y de sexo masculino), así como el goce del estado de ociosidad. Por ello es más acertado hablar de la ociosidad que del ocio propiamente dicho. En nuestra concepción actual, el ocio no excluye al trabajo; al contrario, el trabajo es una de las condiciones para el ocio.

Como afirma J. Dumazedier: "El ocio no es la ociosidad; no suprime el trabajo: lo supone."

Por otra parte, el ocio en nuestros días ya no es privilegio de una minoría, de una casta o de una clase; incluso aunque sigan existiendo desigualdades considerables, toda la población tiene derecho a él.

En las sociedades preindustriales

En ellas encontramos la misma separación entre una casta ociosa que dedica su tiempo al ocio y la gran masa, consagrada al trabajo. El tiempo libre en estas sociedades no se puede comparar con el ocio moderno. Es el resultado de los azares del clima, de las malas temporadas que hacen imposible el trabajo agrícola. En otras palabras, ese tiempo "libre" es más bien un tiempo forzado, en la medida en que la inactividad no se elige sino se sufre. Esta inactividad forzada se vive como una maldición más que como una fuente

eventual de esparcimiento. Los escasos días "feriados" son impuestos por la Iglesia, muchas veces contra la voluntad de los campesinos. Estas fiestas religiosas se transforman con frecuencia en fiestas paganas, en las que los campesinos dan rienda suelta a una expresión más espontánea; pero no por ello podemos hablar de una diversión como la concebimos nosotros. El carácter obligatorio de estas manifestaciones y su ritualización las someten a normas que excluyen el libre albedrío de quienes participan en ellas. La institución está presente en todas partes y vela porque se respeten los días de fiesta, cerrando los ojos a los excesos que puedan ocasionar. Sin embargo, no existe un tiempo determinado reservado al esparcimiento.

El siglo XIX y la negación del ocio

Con el surgimiento de las primeras sociedades industriales, evoluciona la naturaleza del trabajo, sin que por ello se libere un tiempo para el ocio. Poco a poco se impone el trabajo asalariado en las fábricas, lo que ocasiona el éxodo rural. Se transforman las condiciones de vida: los campesinos pasan del trabajo discontinuo en el campo al descubrimiento del trabajo permanente en las ciudades. Es decir, aumenta la presión del trabajo sobre el individuo, de manera que a éste no le queda ya sino el tiempo mínimo necesario para reproducir su fuerza de trabajo. No hay que olvidar que la legislación social tardó mucho

tiempo en entrar en vigor, y que la reducción de las horas de trabajo fue muy progresiva. Hubo que esperar hasta el 24 de marzo de 1841 para que se implantara una ley que limitaba el trabajo de los niños de 12 a 16 años a doce horas diarias; y a ocho, el de los niños menores de 12 años. Sólo en 1884, con la ley Waldeck-Rousseau, se obtuvo la libertad de formar sindicatos, y apenas el 30 de marzo de 1900 se limitó el trabajo a diez horas diarias.

En el nivel ideológico, el trabajo se convirtió en el valor fundamental del sistema social. Sobre este valor se edificó la nueva sociedad, con la ascensión de una clase burguesa que fustigaba a los ociosos, a quienes consideraba parásitos de la sociedad. Los economistas del siglo XIX demostraron la necesidad de la acumulación del trabajo para crear el capital que permitiría el despegue económico.

Esta ideología del trabajo dio origen a una verdadera moral del trabajo, heredera del puritanismo protestante que encontramos en los escritos de Max Weber.

Se imponía al individuo el rigor del trabajo como deber moral para su propia salvación y para el desarrollo armonioso de la sociedad. Al mismo tiempo, se criticaba el ocio desde el doble punto de vista de la economía y de la moral. Desde el punto de vista económico, porque el ocio es improductivo y, por el contrario, incita al consumo: en el siglo XIX todo el sistema económico se orienta hacia la acumulación y, por

lo tanto, al ahorro destinado a fortalecer un capitalismo naciente. Es una sociedad de producción, en la que se reprueba el ocio, por oposición a la sociedad de consumo que conocemos, en la cual se fomenta el ocio porque puede ser un factor de expansión. Desde el punto de vista moral, el ocio se condena igualmente, porque predispone a la ociosidad y a las costumbres relajadas, que generan comportamientos desviados de una moral rígida del trabajo.

Incluso los primeros socialistas como Saint-Simon condenan el ocio y tienen una visión sumamente "economicista" de la sociedad. Saint-Simon proscribía el ocio, no en nombre de la moral, sino en nombre del racionalismo económico de la sociedad capitalista naciente. La ociosidad constituye un crimen contra la sociedad y contra todos aquellos que la integran, comenzando por los obreros. Según Saint-Simon, sólo el desarrollo de las fuerzas económicas productivas puede proporcionar las bases para una sociedad igualitaria. Para asegurar este desarrollo, debe sustraerse la producción del consumo inmediato; este ahorro dará pie para nuevas inversiones productivas que generen una riqueza suficiente como para permitir una repartición equitativa. . . algún día. Es el socialismo de la utopía.

Con un espíritu bastante diferente, del tipo del de Marx, Paul Lafargue escribió un libro famoso por su título: *El derecho a la pereza* (1884). Para Lafargue, el ocio es una categoría burguesa; está reservado para una nueva casta que destro-

nó a la aristocracia. El ocio burgués resulta tanto más chocante en la medida en que contradice la moral puritana del trabajo que pregonan los propios burgueses y descansa sobre el trabajo de los proletarios, es decir, sobre la explotación de éstos. Aquí, Lafargue retoma el análisis que hace Marx de la plusvalía. Se opone a las costumbres ociosas de los burgueses y a sus consumos dispendiosos frente al agotado trabajo proletario.

Para luchar contra este ocio burgués, Lafargue exhorta a los obreros a que reduzcan por su propia voluntad sus horas de trabajo, a que reivindiquen el derecho a la pereza. Así, los burgueses se verán igualmente obligados a trabajar para garantizar la rentabilidad de su capital.

Como Babeuf un siglo antes, Lafargue reivindica la igualdad ante el trabajo. Se trata aquí, no tanto de un derecho para todos a las diversiones, sino de establecer una igualdad de condiciones ante el trabajo. No hay que confundir entonces el derecho a la pereza con un derecho a las diversiones. La pereza, o la autorreducción de las horas de trabajo, es un arma subversiva para combatir las desigualdades sociales que se traducen en el ocio de unos y el exceso de trabajo para los demás. Este tema de la pereza no deja de estar emparentado con el de la huelga general defendida por los anarcosindicalistas.

El propio Marx rara vez menciona la palabra ocio. Considera que el tiempo libre es justamente el tiempo necesario para la reproducción de la fuerza de trabajo, y que si los trabajadores obtie-

nen una reducción del horario de trabajo, ese tiempo libre servirá sólo para una reproducción aumentada de la fuerza de trabajo, lo que permitirá que se les explote con mayor eficacia, puesto que serán más productivos después del descanso del que han disfrutado. Es decir, Marx nunca analizó el ocio como tal, sino a partir del trabajo, concepto fundamental en su obra. Marx concibe la enajenación del hombre por el trabajo de tal manera que el ocio no puede escapar a esa enajenación y representar una esfera particular de su existencia. Es en sus evocaciones de una sociedad comunista donde Marx otorga un lugar a las diversiones. Una sociedad de ese tipo permitiría la supresión del trabajo forzado, es decir, el trabajo explotado. Las actividades humanas podrían considerarse entonces como actividades de esparcimiento en la medida en que resultarían de una elección libre del hombre, según sus necesidades y sus deseos. De acuerdo con esta hipótesis, se confundirían trabajo y ocio.

La primera obra dedicada expresamente al ocio fue la *Teoría de la clase ociosa*, que T. Veblen escribió en 1899.* Lo más interesante del análisis de Veblen es que muestra la manera como están ligados el ocio y el consumo. Para Veblen, el ocio ya no es más una disposición del hombre que depende de su origen social; la aristocracia ociosa ha muerto. A pesar de su ideología, que hace del trabajo el valor fundamental

* Hay edición del FCE.

del nuevo sistema social, la burguesía —los nuevos amos— sueñan sólo con una cosa: con imitar y parecerse a los antiguos aristócratas. Es a través del ocio como piensan lograrlo, dando así testimonio de su nueva condición. El ocio es, en primer lugar, un consumo de tiempo, y los nuevos burgueses se las arreglan para demostrar en toda ocasión su inactividad. Pero sobre todo, es un consumo desenfrenado de artículos de lujo o de objetos inútiles que sólo tienen el valor del precio que se ha pagado por ellos. El burgués no consume para sí mismo, sino para demostrar a los demás lo que su nueva condición le permite obtener. Para referirse a este fenómeno, Veblen utiliza la expresión "consumo ostentatorio". El ocio y el consumo ostentatorio que éste implica son un símbolo de clase, un signo de distinción social. Hay que cotejar este consumo del ocio como lo describe Veblen con la noción de *potlach* observada por los etnólogos en las sociedades primitivas. El consumo excesivo, el despilfarro a los ojos de todos, es un signo de reconocimiento que sitúa al individuo en una jerarquía social elevada. Veblen extiende su análisis a las actividades de esparcimiento tales como la caza o los deportes. Estas actividades exigen tiempo y, sobre todo, son "inútiles", y se les aprecia justamente porque son inútiles.

Del estudio de Veblen destacan básicamente dos aspectos que constituyen una introducción al ocio actual: el ocio puede ser un símbolo de clase, y en nuestra sociedad moderna encontra-

mos también distracciones que simbolizan la pertenencia a una clase social. El ocio se inscribe también en el registro del consumo, de la carrera de equipos para las distracciones, indispensable para una determinada posición social. El ocio se traduce en un consumo neurótico de objetos que supuestamente brindan nuevas satisfacciones, a la vez que obedecen básicamente a una preocupación por establecer una distinción social. El adquirir una cámara fotográfica último modelo o el equipo estereofónico más reciente no es una mera cuestión de satisfacción personal; ante todo, lo que entra en juego es el prestigio que la posesión de estos aparatos confiere ante los ojos de los demás.

CARACTERÍSTICAS DEL OCIO MODERNO

El ocio moderno está definido por tres características esenciales: una de tipo material, que consiste en el tiempo disponible y continuo para practicar las actividades recreativas; otra de tipo social, que es la generalización de las diversiones entre la población en su conjunto; y una última de tipo institucional, caracterizada por el hecho de que la colectividad se hace cargo de ciertas diversiones.

El acrecentamiento del tiempo libre

Para poder desarrollar las actividades de esparcimiento a nivel nacional, fue necesario que se

restara un tiempo suficientemente importante a las actividades de producción; es decir, un tiempo que ya no iba a ser totalmente absorbido por la satisfacción de las necesidades fisiológicas o por diversas obligaciones que, como hemos dicho, representan un tiempo forzado. La segunda condición para el "despegue" de las actividades de esparcimiento se dio con la posibilidad de disponer de un tiempo libre y prolongado. En efecto, la liberación de una hora diaria para el ocio no habría sido suficiente para garantizar el desarrollo de las diversiones que conocemos. Es la posibilidad de contar con un día entero, luego con un fin de semana, y por último con vacaciones de varias semanas, lo que originó el verdadero auge de las diversiones. En Francia, el promedio de horas semanales de trabajo es un poco más de 41 horas; es la jornada de trabajo más larga de Europa, pero hay más días libres en Francia que en los países vecinos.

Prácticamente se ha conquistado ya la semana de cinco días laborables, que ha originado un prolongado tiempo libre que los ciudadanos aprovechan para salir el fin de semana. Algunas empresas, atendiendo a las demandas de sus empleados, han instituido la semana de cuatro y medio o cuatro días, para prolongar el fin de semana. Desde luego, no se trata de una reducción neta de las horas de trabajo, ya que los empleados deben trabajar algunas horas más en los días laborables; se trata, más bien, de una distribución diferente del tiempo; pero, un factor impor-

tante, esta nueva distribución está determinada por la organización de las diversiones y no por las exigencias de la producción. Este cambio demuestra que las diversiones ocupan un lugar cada vez más importante en la organización social. Evidentemente, la reducción del tiempo de trabajo ha sido mucho más rápida en los Estados Unidos; allí cada vez se generaliza más la semana de cuatro días, y en algunos sectores el trabajo ha quedado limitado a 30 horas semanales.

Sin duda alguna, en los países industrializados existe la tendencia a reducir las horas de trabajo, cuanto más que el aumento del desempleo induce a una redistribución del trabajo entre la población activa.

La disminución del tiempo de trabajo activo a lo largo de la vida se vuelve todavía más marcada con la prolongación de la escolaridad, del período de formación, y en el otro extremo, con la reducción de la edad de jubilación.

Con todo, la reducción del tiempo de trabajo ha sido mucho menos rápida de lo que se había previsto. Si en las predicciones que se hicieron para 1980 la semana de 30 horas parecía probable, para el año 2000 todo se consideraba posible; pero estamos muy lejos de esto. Desde los acuerdos Matignon de 1936, cuando se instituyó la semana de 40 horas, no ha disminuido el número de horas de trabajo a la semana; incluso llegó a aumentar en el período de la posguerra, y apenas volvió a disminuir, en forma lenta, después de 1968. Paralelamente, los fines de semana

largos o "puentes" cuentan con una aceptación cada vez mayor. Pero en conjunto, la reducción de las horas de trabajo ha sido muy progresiva, y no corresponde a lo que se había previsto para los años ochentas.

¿Cómo se explican estos errores de previsión y el aumento finalmente moderado del tiempo libre? Hay varios factores que entran en juego; bastaría con enumerar los principales: la situación de las fuerzas productivas, la competencia internacional, la fuerza de los sindicatos.

Según los futurólogos de los años cincuentas, el desarrollo de las fuerzas productivas derivado del beneficio de la productividad necesariamente debería dar lugar al advenimiento de una sociedad posindustrial en la que las máquinas sustituyeran el trabajo humano. El corolario de tal evolución sería la extensión del tiempo libre y el surgimiento de una civilización del ocio. Por lo que toca al progreso de la productividad, las previsiones han resultado más o menos acertadas. De 1936 a 1978 se cuadruplicó la productividad; dicho de otra manera, para lograr una producción equivalente se necesitaba en 1978 cuatro veces menos tiempo que en 1936. Dado que el tiempo de trabajo se ha reducido poco, se han utilizado los progresos de la productividad casi nada más para incrementar la producción, y no para aumentar el tiempo libre. Contrariamente a lo que se esperaba, la máquina no ha sustituido al trabajo humano. La naturaleza del trabajo ha evolucionado; las actividades de producción han

sido remplazadas por actividades de control y por un aumento de las actividades terciarias. Paradójicamente, en la actualidad se teme a la sustitución del trabajo humano por las máquinas, porque todavía no se sabe cómo solucionar el problema del desempleo por la reducción del tiempo de trabajo. Tampoco se contaba con que, para mantener su tasa de crecimiento, el sistema productivo continuaría creando nuevas necesidades que generarían más trabajo que bienestar. El sector mercantil crece sin cesar. Las funciones que antes desempeñaba por sí mismo el individuo son ahora objeto de servicios de paga; los especialistas de todo tipo invaden todos los dominios de la vida privada y se hacen pagar caro por un trabajo que antes realizaba el propio individuo o la comunidad; la esfera del ocio es un buen ejemplo de ello. Cada vez se inscriben más actividades de esparcimiento en el ámbito mercantil, ya sea en forma de equipo o de paquetes vacacionales con "todo incluido". La automeproducción del sistema capitalista, es decir, la incapacidad de generar un nuevo sistema social y la creación artificial de nuevas necesidades en la esfera privada explican, en parte, el hecho de que los beneficios de la productividad no hayan liberado al hombre como se esperaba.

El segundo factor importante que ha obstaculizado una reducción significativa de las horas de trabajo se inscribe en un contexto internacional. El desarrollo generalizado del comercio exterior, la interdependencia cada vez mayor de las

economías y la división internacional del trabajo han impuesto a las economías nacionales la competencia de unas con otras para lograr el mejoramiento de los niveles de vida y garantizar la independencia nacional. Esta dependencia acrecentada con respecto al comercio exterior da poca cabida a la autonomía de un país para decidir la organización de sus condiciones de producción. Para que resulten competitivos, los costos de producción de una economía no deben rebasar los de las economías con las cuales compete. Una reducción significativa de las horas de trabajo aumentaría inevitablemente los costos de producción y restaría competitividad a los productos para la exportación. Por esto, en el sistema actual, es difícil imaginar una reducción unilateral del tiempo de trabajo en un solo país. Únicamente los países que (como los Estados Unidos) cuentan con una tecnología avanzada y, por lo tanto, con una productividad superior, pueden tener jornadas de trabajo inferiores.

La presión internacional y la competencia a nivel mundial son factores que han influido considerablemente en la escasa reducción del tiempo de trabajo.

El tercer elemento es la fuerza de los sindicatos. La mayoría de las conquistas sociales no habrían sido posibles sin la acción de los sindicatos, a veces alternada con la de los partidos políticos. La limitación de las horas de trabajo depende de la situación de las fuerzas productivas, pero también de la posición, más o menos fuerte, según

la coyuntura, de los sindicatos. Si bien los sindicatos siempre han militado en favor de la reducción del tiempo de trabajo, no han hecho de ella una cuestión preferente en sus reivindicaciones. En un período de fuerte expansión, los sindicatos lucharon en primer lugar por el mejoramiento del poder adquisitivo y por la reducción de las desigualdades sociales. Por mucho tiempo se pensó que en un país como Francia, donde las desigualdades son considerables (a la mitad menos favorecida de la población únicamente le corresponde el 20% de los ingresos, mientras que al 5% más rico le corresponde más del 25%), un período de expansión, que no inducía a la reducción de las horas de trabajo, era propicio para reafirmar la jerarquía social. Por el contrario, al parecer es en las fases de estancamiento cuando se produce cierta compensación y se tiene una mejor disposición para compartir los sacrificios. También en esta fase los objetivos cualitativos recobran su importancia, dando preferencia a la reducción del tiempo de trabajo.

Así, una vez más contra lo que se esperaba, los sindicatos no siempre han puesto todas sus energías en la lucha por la reducción del tiempo de trabajo. Tanto los sindicatos como los partidos han tenido que tomar en cuenta la opinión y las aspiraciones de los trabajadores. Hasta hace muy poco, la mayoría de los trabajadores prefería un aumento de sueldo a una disminución de las horas de trabajo. El hecho de que se haya in-

vertido esta tendencia incita ahora a los sindicatos a plantear la cuestión de las 35 horas para mejorar la calidad de la vida y luchar contra el desempleo.

La reducción del tiempo de trabajo

El planteamiento de las 35 horas de trabajo da pie para una reflexión sobre la reducción de las horas de trabajo. Esta reducción del tiempo de trabajo a 35 horas a la semana parece muy poco probable, si se pretende que se produzca en forma unilateral en Francia. Pero sí es posible, si se aplica a todos los países de la comunidad europea. En efecto, una reducción en el conjunto europeo no afectaría la competitividad de estos países entre sí. En caso de una reducción unilateral en Francia, se proponen varias hipótesis:

La primera es la de una reducción de las horas de trabajo que lleva consigo una reducción proporcional del salario. Esta solución es teórica, porque los asalariados jamás consentirían en que se redujeran sus salarios reales. La segunda hipótesis es la de una reducción del tiempo de trabajo en la que se mantenga el poder adquisitivo. Algunas empresas podrían sufragar este costo adicional; para otras, tal costo repercutiría en los precios, restándoles competitividad, con lo que inevitablemente se provocaría una quiebra. Así, se correría el riesgo de que los empleos adicionales creados por la reducción del tiempo de trabajo se vieran "compensados" con un nuevo

desempleo, como resultado de la quiebra de algunas empresas. La tercera hipótesis comprende todas las soluciones intermedias entre las dos hipótesis anteriores. Una solución posible es la de mantener el poder adquisitivo únicamente para los salarios más bajos; así, todo el mundo contaría con más tiempo libre, y se reafirmaría el abanico de los salarios. Desde una perspectiva similar, es posible preconizar una aplicación diferencial de las 35 horas, según el sector de actividades o incluso según la empresa. Solamente las empresas que pudieran soportarlo estarían obligadas a respetar las 35 horas. Una decisión de este tipo daría lugar a desigualdades intolerables, ya que sólo quedarían sujetas a esta ley aquellas empresas que requirieran de poca mano de obra, las que se encuentran en muy buena situación y las que ofrecen ya mejores condiciones de trabajo. Una última solución consistiría en reducir las cargas sociales de las empresas, empleando una mano de obra numerosa. La reducción del tiempo de trabajo a 35 horas les permitiría contratar a más trabajadores sin aumentar sus costos. Esto implicaría una nueva repartición de las cargas sociales cuyo equilibrio se basaría no sólo en el número de empleados sino también en la productividad, la rentabilidad y otros criterios que quedan aún por definir. Por último, es importante saber que la reducción de las horas de trabajo lleva consigo una pérdida de producción menor en proporción a la reducción del horario. En efecto, se ha comprobado que una reducción

Rumbo a Panamá, pasando por Chile

Santiago de Chile, Chile

Compramos nuestros boletos por Copa Airlines, los dos pasajes nos salieron U\$d 1306, tarifa final. saliendo de Santiago de Chile directo a Tocumen, (aeropuerto de Panamá), en un vuelo de 6 hs. Luego, compramos por una promoción de despegar boletos de Aerolíneas Argentinas a \$2650 cada uno, saliendo desde Aeroparque, (para nosotros que vivimos en capital, salir y volver por Aeroparque es una gran ventaja).El mismo pasaje por Copa Airlines, desde Buenos Aires (EZEIZA) a Tocumen, salía u\$d1297 cada uno!!!

Dia 1 y 2:Chile Nuestro viaje comienza el 17 de enero, salimos de Aeroparque con destino a Santiago de Chile a las 17:00 hs. Gracias a los diarios de los viajeros pudimos ir desde el aeropuerto hasta el hotel que reservamos, en Bus. El bus sale de la puerta del aeropuerto, se llama CentroPuerto de color azul. nos llevo hasta la estación de Subterráneo "Los HEROES"y de allí caminamos al Hotel.La pagina de Centro Puerto, donde pueden consultar recorrido y los horarios es: <http://www.centropuerto.cl>

Reservamos el Hotel OLICAR, fue lo más económico que encontramos cerca del Subterráneo, habitación doble estándar con baño compartido y desayuno, nos salió en peso Chilenos \$24.543 pero no lo recomendamos. Es una casa vieja restaurada, con piso de madera que cuando se camina, rechina, por lo que se escucha todo de las habitaciones superiores, no nos dieron toallas, cuando las reclame, me dijeron que los extranjeros se traen su toalla. El desayuno pobre, lo llevan a la habitación: café con un vaso de jugo parecido al Tang y un sándwich de pan lactal con queso.

Dejamos las mochilas en nuestra habitación, nos fuimos a caminar por la Plaza de Armas, cenamos en MC Donalds y nos fuimos a dormir.

Al día siguiente nos fuimos a Viñas de Mar.

Tomamos el Subterráneo en "Puente Cal y Canto" y combinamos en Los héroes a la estación central. Allí compramos el pasaje a Viñas por la empresa Pulman Bus, les dejo los links de los subtes y el de la página de Pullman bus.

Viajamos a Viñas pasamos el día y volvimos al Hotel por nuestras mochilas y nos dirigimos al aeropuerto nuevamente, ya que nuestro vuelo partía a las 1:20 am. pero hay que estar 3 hs. antes.

Llegamos a la ciudad de Panamá

Ciudad de Panamá, Panamá

Día 3: Llegamos al aeropuerto de Tocumen después de 6 horas de viaje, pero nos encontramos con una diferencia horaria a favor de 2 horas. Salimos del aeropuerto cuando ya era de día, y nos dirigimos a tomar el MetroBus. Consultamos a las personas que estaban en la parada cuál de todos los metrobuses nos llevaba para tomar el Metro (subterráneo) a la ciudad de Panamá. Habíamos reservado una noche en el Hotel dos Mares que estaba a 2 cuadras de la estación de metro "Lotería". Nos indicaron que debíamos tomar el metrobús con dirección a Albrook, (gracias a las indicaciones del viajero marcoriffo, sabía como viajar a la ciudad)

Como el bus estaba lleno, nos dejaron subir por la puerta trasera, no teníamos tarjeta por lo que viajamos gratis. Como había mucho tráfico nos bajamos en San Miguelito y tomamos el metro hasta "Lotería". El metro es hermoso, con aire acondicionado, limpio y moderno. Compramos la tarjeta para viajar en las máquinas expendedoras donde se recarga la misma para viajar. Cada pasaje sale u\$d 0,35. Las maquinas toman billetes de 1 dolar. Recomiendo llevar algunos billetes pequeños de dólar. Llegamos al hotel, y nos dieron la habitación en el momento, pese que faltaba bastante para el horario de checkin. Nos dormimos un par de horas y salimos a desayunar recorriendo la costanera. Desayunamos en Pio Pio a una cuadra del Hotel. Por la tarde fuimos caminando hasta el mercado de Mariscos donde tomamos una cervecita con camarones empanados todo por u\$d 14.

Llame a la agencia Lamtur, reserve para ir a Isla Diablo al otro día y también los pasajes para Almirante en Bus para el día de regreso de San Blas.

Como estábamos a dos estaciones de metro decidimos ir a conocer el Mall de Albrook. Como ya contaron otros viajeros, es inmenso y se necesita de varias horas para recorrerlo, nosotros estuvimos 2 horas y no llegamos ni a recorrer la mitad. Encontramos excelentes precios con respecto a los que tenemos en Argentina. Sobre todo, en electrónica, ropa, zapatos y TV. Por supuesto que volveríamos al final de nuestro viaje.

Día 4, 5 y 6:

San Blas, Isla Diablo

[Archipiélago de San Blas, Panamá](#)

Una camioneta 4x4 nos pasó a buscar a las 5am, nos llevaron a la agencia para abonar nuestra reserva. En el mismo edificio donde se encuentra la agencia también hay un supermercado donde pueden comprar agua, algunos snaks o lo que deseen llevar.

La agencia estaba repleta, por lo que nos demoramos en salir. Pagamos por los 2 u\$d 585 en total por traslados, comidas, impuestos, excursiones, alojándonos en cabaña privada, más los pasajes a Almirante (en la tarifa se incluyó un recargo de 7% por abonar con tarjeta visa). Los pasajes hacia Almirante, se pueden comprar directamente en la terminal de ALBROOK, pero como queríamos asegurarnos nuestros boletos, los reservamos con la agencia. Salimos rumbo a San Blas, junto a 5 turistas más que iban a la isla Iguana y Chichime. San Blas es una comarca llamada Kuna Yala que se extiende a lo largo de la costa caribeña de Panamá. Es un archipiélago de aproximadamente 365 islas que son en su mayoría deshabitadas, e inexplorado.

Luego de salir de la ciudad nos encontramos con un camino hermosos con muchas curvas, subidas y bajadas, así que para los que son propensos a descomponerse fácilmente, desayunen liviano. Por suerte, nosotros solo habíamos tomado café, en un momento determinado nos detuvieron en una simple construcción donde autoridades de la comunidad Kuna chequearon nuestros pasaportes y cobraron la tasa de ingreso a la Comarca. Al final del camino se llega a un parador utilizado como puerto de salida llamado "Carti TUIPILE", donde están los lancheros que llevan a cada turista a la isla que contrato. Cada isla es propiedad de una familia Kuna. Nosotros nos embarcamos a Isla Diablo, con turistas que iban solo a pasar el día.

La embarcación salió desde el parador, pasando por unos manglares hacia el mar, el agua era oscura y se iba aclarando a medida que avanzábamos. Antes de llegar a nuestro destino pasamos por una gran isla, bastante poblada, con mucha basura en sus orillas, pero como había leído el diario del viajero Gabrielinsua, sabía que esa no era nuestra isla. Subieron a la embarcación una joven y continuamos el viaje, luego de veinte minutos aproximadamente y de pasar por otras islas, por fin llegamos a la nuestra. Un Paraiso!!!!

En la isla nos recibieron muy amablemente, y nos indicaron que el almuerzo estaría listo en una hora y que nuestra cabaña se desocupaba después de las 15:00hs. Dejamos las mochilas y nos fuimos directo a darnos un chapuzón Calor, cielo despejado, brisa suave, agua tibia y cristalina, cervecita fría (las venden allí a u\$d 2) y hamaca paraguaya, que más se puede pedir!

Nos saludamos con los turistas que estaban allí alojándose y para nuestra sorpresa había argentinos!!! Támara y Juan, una pareja adorable!, con la que compartimos

charlas amenas y divertidas. Pronto nos pusieron al tanto de como era la rutina en la isla y nos recomendaron que islas visitar

Llego el almuerzo, que se componía de arroz blanco con un condimento suave que no pude descifrar, un poco de ensalada de lechuga y tomate, y pescado. Como a mí no me gustaba el pescado me dieron a elegir entre mariscos y pollo, elegí pollo y Diego mariscos. Esta comida era siempre la misma, salvo que variaban el arroz por mandioca. El día que llegamos nos llevaron a la isla Coco Blanco los días posteriores, conocimos Isla perro con su barco hundido, que estaba enfrente y la piscinita, un área de agua transparente de muy poca profundidad, ideal para hacer snorkel, lamentablemente el día que fuimos no había muchos peces, si vimos algunas estrellas de mar.

Por la tarde nos dieron nuestra cabaña, era estilo Kuna, con paredes de caña y techo de penca de palma, piso de arena, dos camas: una de una plaza y otra matrimonial pequeña con colchón, sábanas y cubrecama liviano, una mesita y había sogas para colgar nuestra ropa. La choza tenía un plástico enorme debajo del techo, supongo que sería para protección por si llovía y también en las paredes para que no se vieran nada desde afuera. Teníamos luz alimentada por unos generadores que funcionaban con combustible. Esa noche pensamos que no dormiríamos por el ruido del mar o los bicho que pudieran haber, pero la verdad nos dormimos en pocos minutos con el ruido del mar tenue y hermoso. Tampoco sentimos frio en la noche.

Al día siguiente nos ofrecieron un desayuno compuesto por arepas, huevos fritos, salchichas y café, yo solo tome café con leche y compre unas galletas similares a las galletas Rex en la tienda donde vendían las bebidas.

El ultimo día dimos la vuelta a la isla que tendrá una dimensión como de media manzana de cualquier barrio de nuestra ciudad, nos enteramos que en la isla habitaban 2 familias, la otra familia poseía cabañas en alquiler, y ofrecían un barcito con comida, tragos y minutas. ¡Lo primero que pedimos fue una porción de papas fritas!! Al chico que atendía el barcito lo llamaban Eli, ¡como a mí!!

Trabajo Final Integrador

Consigna del Trabajo Final Integrador (TFI)

- **Para modalidad presencial. Entrega escrita y grupal (entre 2 y 4 estudiantes)**

El TFI consistirá de 2 actividades grupales y una individual.

Por un lado, la realización de un **Glosario** que contenga al menos 15 conceptos a desarrollar, los mismos deben estar relacionados con la actividad turística y deben estar ordenados alfabéticamente.

A su vez, y a partir de este glosario deben elegir 10 conceptos y realizar una **Red Conceptual**, con el objetivo de vincularlos y relacionarlos.

Por otro lado, la **actividad individual** se relaciona con **escribir una carta al "yo futuro"**. Es una buena manera de reflexionar sobre el aprendizaje y proyectar el futuro.

Deberán escribir una carta a tu "yo futuro", aquel que se encuentra a punto de iniciar su carrera profesional en Turismo. En la carta, debes reflexionar sobre la experiencia de aprendizaje que has tenido en el trayecto "Principios Turísticos y Recreativos", relatar las cosas que más te han llamado la atención, las habilidades que has desarrollado y las expectativas que tienes para el futuro.

Contenido:

- Saluda a tu "yo futuro" y preséntate como el/la estudiante que eres hoy.
- Cuenta sobre los objetivos que tenía el curso en general (compartidos en la primera clase) y comparte en qué medida crees haberlos alcanzado, destacando lo que más te ha sorprendido, disgustado durante el trayecto.
- Describe las habilidades que piensas has desarrollado en el curso (trabajo en equipo, comunicación, análisis, creatividad, etc.).
- Menciona los temas que has aprendido, describiendo algunos de los que más te han interesado y los que te han hecho plantearte nuevos retos u objetivos.
- Comparte tu visión del futuro en el turismo, tus aspiraciones profesionales y cómo crees que este trayecto te ha preparado para el camino que te espera.
- Despídase de su "yo futuro" con una frase motivadora y un mensaje de esperanza para el camino que se inicia.
- Pueden incluir elementos multimedia (fotos, ilustraciones, etc.) para acompañar la carta.
- Extensión: entre 700 y 1000 palabras.

Pautas de entrega: impreso (tanto el trabajo grupal como el individual) en hoja A4; debe contener portada (con nombre de integrantes y dni, fecha de entrega, nombre del docente) y bibliografía; en letra Time New Roman/Arial/Calibri en tamaño 11/12, justificado e interlineado sencillo.

- **TFI para modalidad virtual. Entrega individual y virtual**

Las actividades propuestas para el TFI, son exactamente las mismas. Solamente varía que es individual y el formato de entrega es virtual

Pautas de entrega: en formato PDF en hoja A4 vertical; debe contener portada (con nombre de integrante y dni, fecha de entrega, nombre del docente) y bibliografía; en letra Time New Roman/Arial/Calibri en tamaño 11/12, justificado e interlineado sencillo.