



**Planificación turística I:
Formulación**
Reflexiones desde el oeste argentino

Diego Navarro-Drazich



UNIVERSIDAD DEL
ACONCAGUA

Planificación turística I: Formulación
Reflexiones desde el oeste argentino

Diego Navarro-Drazich

***Planificación turística I:
Formulación***

Reflexiones desde el oeste argentino



**UNIVERSIDAD DEL
ACONCAGUA**

Navarro-Drazich, Diego

Planificación turística I: Formulación. Reflexiones desde el oeste argentino / Diego

Navarro-Drazich. - 1ª ed. - Mendoza : Universidad del Aconcagua, 2020.

197 p. ; 21 x 16 cm.

ISBN 978-987-4971-15-9

1. Turismo. 2. Planificación Estratégica. I. Título.

CDD 918.2

Diagramación y diseño de tapa: Arq. Gustavo Cadile.

La imagen que ilustra la portada pertenece a Prettysleepy1 y ha sido descargada de Pixabay.

Copyright by Editorial de la Universidad del Aconcagua.

Catamarca 147(M5500CKC) Mendoza.

Teléfono (0261) 5201681.

e-mail: editorial@uda.edu.ar.

Queda hecho el depósito que marca la ley 11723.

Impreso en Mendoza – Argentina.

Primera edición: octubre de 2020.

I.S.B.N.: 978-987-4971-15-9.

Miembro de



Reservados todos los derechos. No está permitido reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir ninguna parte de esta publicación, cualquiera sea el medio empleado –electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc.–, sin el permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual.

A mis sobrinos Julieta, Darko y Paloma

Índice

Prólogo.....	11
PARTE I: Reflexiones.....	13
Capítulo I: El diagnóstico de los destinos turísticos.....	15
Capítulo II: Los planes provinciales de turismo de Mendoza (2000-2024).....	31
Capítulo III: La competitividad como valor social. La gestión pública de turismo en la Argentina del siglo XXI.....	57
PARTE II: Formulaciones	75
Capítulo IV: Plan de turismo de Iglesia, San Juan.....	83
Capítulo V: Plan de turismo de Dina Huapi, Río Negro.....	123
Capítulo VI: Plan de turismo de General Alvear, Mendoza	151

Prólogo

Dos décadas de reflexiones alrededor del tema de la Planificación Turística dan origen a esa publicación. Los capítulos siguientes se nutren de la experiencia de participar y/o dirigir formulaciones, evaluaciones e implementaciones de planes, así como en la elaboración de artículos científicos, informes técnicos, ponencias en reuniones científicas y ejercicios de cátedra.

El primer capítulo presenta una versión remozada de sistema turístico como instrumento para orientar el diagnóstico de un destino turístico. En el capítulo siguiente se comparan los cuatro planes de turismo confeccionados hasta la fecha para la Provincia de Mendoza. Luego, el tercer capítulo ofrece reflexiones acerca de la idea de *competitividad* como valor social en los planes argentinos de turismo. Finalmente, se incluyen tres versiones resumidas de planes municipales de turismo para los destinos emergentes de Iglesia (San Juan), Dina Huapi (Río Negro) y General Alvear (Mendoza).

Se trata de productos intelectuales sobre el fenómeno de la Planificación Turística que abordan diferentes planos del Estado (nacional, provincial y municipal), a la vez que revisten distintos formatos: ensayo, informe técnico, escrito teórico y planes.

Acaso el valor principal de esta obra radique en dejar registro de reflexiones y acciones que con mayor o menor trascendencia han configurado los conocimientos y las prácticas sobre la concepción y la gestión del turismo en nuestros días y en nuestra geografía: una serie de fotografías sobre razonamientos y decisiones que con el tiempo ayuden a comprendernos.

Además de los autores y coautores de los capítulos de este libro, caminamos este recorrido con amigos de perennes tertulias y profesionales referentes del medio y del exterior: Mirtha Barroso, Gustavo Bassotti, Mauricio Echegaray, Roberto Francese, Diana Moreno, Marcelo Reynoso, Eugenio Sepúlveda (*in memoriam*), Plácido Sierra y Gabriela Testa. Mi abrazo agradecido para ellos. Y otro igual de fuerte para Andrea Enríquez: amiga entrañable la Negra, que una tarde de tos en Tamandaré tiró del hilo y me sacó un par de libros.

PARTE I: Reflexiones

Capítulo I: El diagnóstico de los destinos turísticos¹

Diego Navarro-Drazich

Los metafísicos de Tlön... Saben que un sistema no es otra cosa que la subordinación de todos los aspectos del universo a uno cualquiera de ellos.

Jorge Luis Borges,
Tlön, Uqbar, Orbis Tertius en
“El jardín de los senderos que se bifurcan”,
1941 (“Ficciones”, 1944)

1. Introducción

Este planteo de sistema turístico constituye una versión mejorada de aquella que publicamos en el segundo plan de desarrollo turístico de la Provincia de Mendoza. Aunque ampliamente remozado, el único agregado consistente es el detalle de variables características para la descripción y análisis de cada subsistema.

Dado que un plan no es una publicación científica, y que los primeros planes mendocinos de turismo sostuvieron cierta finalidad de divulgación, se procuró el formato de ensayo para el texto original: redacción accesible y sin

¹ Este capítulo tiene base en la sección denominada “El sistema turístico mendocino” redactado por el Dr. Diego Navarro y publicada en el “TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de Mendoza 2007-2011”, 2007, Mendoza: Gobierno de Mendoza, Ministerio de Turismo y Cultura, Subsecretaría de Turismo y Consejo Federal de Inversiones, pp. 48-52.

referencias bibliográficas. Esta versión mantiene ese formato en virtud de los óptimos resultados obtenidos en numerosos ejercicios intelectuales en los que fue aplicado (paradójicamente, no organizó la estructura de aquel segundo plan). Los casos presentados en los capítulos IV, V y VI dan cuenta de su efectividad como guía metodológica, no solo para el caso mendocino. Por cierto, el gentilicio de *mendocino* en el título de aquella primera versión respondía (y responde) a la preferencia por ejemplos provinciales. Pero también a la adhesión por la producción de *conocimiento situado*, aún antes de tomar contacto con esa corriente intelectual, y sabiendo que el modelo era aplicable a otras latitudes. O precisamente por eso.

Con los años y el uso, se observa que la ventaja de esta propuesta radica en los siguientes aportes:

- Se concibe al turismo como un fenómeno que resulta del encuentro entre dos componentes sistémicos (el actor turista y el Subsistema Receptor) antes que del clásico influjo de uno sobre otro (visitantes sobre el destino). Esto afecta incluso la conceptualización de turismo y también permite identificar impactos no sólo sobre el Subsistema Receptor, sino también sobre el Subsistema Emisor.
- Se visualiza al destino turístico como un constructo complejo pero analizable en virtud de un conjunto de subsistemas diferenciados (aunque con límites difusos) e interrelacionados, basados en elementos precisos y variables claras. La principal ventaja en este sentido es que los subsistemas previstos resultan suficientes para describir cabalmente al destino.
- La idea de que todos los subsistemas del destino turístico incluyen recursos y atractivos turísticos facilita la identificación de estos.
- Se visualiza al turista como un actor con marco en un Subsistema Emisor antes que un elemento exógeno aislado.

La transformación de este planteo a texto científico originaría un producto intelectual diferente, seguramente más preciso respecto de las fuentes y necesario para fundamentar esta propuesta. A fin de comenzar a saldar esa deuda, apuntamos que aquel “Sistema Turístico Mendocino” redactado en 2006 re-

sultó de diversos insumos incorporados entre 1999 y 2002. Por una parte, de los postulados originales de la Teoría General de Sistemas de Ludwig von Bertalanffy.² Por otra parte, de la revisión de otros sistemas turísticos, particularmente la veintena de propuestas sistémicas aplicadas al turismo y relevadas por Alberto Sessa a fines de los 80.³ Finalmente, de propuestas sistémicas de otras disciplinas, tanto de la Planificación Urbana y Regional, en especial de autores como John Friedmann o Jay Forrester (el “padre de la dinámica de sistemas”)⁴ como de la Teoría Política, fundamentalmente de sistemas políticos como el de David Easton.⁵

Tales búsquedas surgieron de preguntas en el contexto de la flamante cátedra de Planificación Turística II (cuarto y último año de la Licenciatura en Turismo, Universidad Champagnat, primer curso dictado en 1998): espacio curricular de un nuevo plan de estudio para una carrera que ya había superado las dos décadas. Un paréntesis: el nombre de la cátedra indica que había una Planificación Turística I: decisión que denota la preocupación por el tema en esos años. A eso agreguemos que hasta la actualidad, Mendoza cuenta con cinco planes de turismo en un cuarto de siglo (contando incluso al Plan Bicentenario como plan y al plan confeccionado y financiado pero no concluido ni publicado durante la gestión 2016-2019). En suma, he aquí un correlato entre la relevancia que se daba a esta formación y a su aplicación efectiva. Un día deberemos analizar las causalidades de esta tendencia mendocina a planificar al turismo desde el gobierno (a diferencia de la práctica en otras áreas de gestión pública) y a formar profesionales con fuerte impronta en Planificación Turística (desde universidades privadas).

2 VON BERTALANFFY, Ludwig, 1976 [1968], “Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollos, aplicaciones”, México: Fondo de Cultura Económica.

3 SESSA, Alberto, 1988, “Il sistema turistico nazionale”, Roma: Collana della Scuola Internazionale di Scienze Turistiche. Master di Specializzazione in Turismo, OMT Organización Mundial del Turismo y SIST Scuola Internazionale di Scienze Turistiche (Roma), curso 2000.

4 Cátedra “Planificación Urbana y Regional”, Licenciatura en Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, adscripción 1999.

5 Cátedra “Teoría Política I”, Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, adscripción 2002.

En esa cátedra se formaba a los futuros profesionales sobre teoría, historia, casos y metodología. El examen final equivalía a la elaboración grupal (hasta tres estudiantes) del plan de desarrollo de un área, zona, centro o corredor turístico, preferentemente de la provincia. En aquellos días germinales a la Sociedad de la Información y el Conocimiento los productos intelectuales dependían de su soporte material. Así, la literatura vinculada a la Planificación Turística disponible en una ciudad secundaria de un país periférico consistía en algunos libros, planes y *escritos*, todos ellos impresos.

Por una parte, los libros de Turismo eran publicados y distribuidos en Hispanoamérica por un par de editoriales, con la mejicana Trillas a la cabeza. Este *monopolio* facilitó la llegada de bibliografía técnica al subcontinente a la vez que consagró a unas pocas obras y autores como canónicos. En este sentido, la “Planificación del Espacio Turístico” de Boullón y los dos tomos de “Administración del Turismo” de Acerenza resultaron (y siguen siendo) bíblicos.⁶ Por otra parte, los casos de planes de desarrollo turístico que se venían sucediendo en el país desde la década de 60 llegaban con cuentagotas, si bien muchos de ellos se encontraban (y se encuentran) en la biblioteca del Consejo Federal de Inversiones en Buenos Aires.⁷ Cabe agregar que otros planes no turísticos también sirvieron como referencia metodológico-pedagógica y que los casos de planes turísticos extranjeros resultaban aún más inaccesibles que los de factura nacional. Finalmente, circulaban ciertos escritos que equivalían a reflexiones, informes y estudios relacionados con la Planificación Turística. No necesariamente fueron publicados en medios sostenidos en el tiempo ni con los avales propios de una publicación con rigor científico, aunque extendidamente fueron producidos desde cátedras, universidades y organismos públicos, nacionales y aún internacionales.

6 ACERENZA, Miguel Angel, 1995 [1984], “Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización”, México: Trillas. ACERENZA, Miguel Angel, 1996 [1985], “Administración del Turismo-vol. 2. Planificación y Dirección”, México: Trillas. BOULLÓN, Roberto, 1991 [1985], Planificación del espacio turístico. México: Trillas.

7 GEMELLI, Alicia, 1988, “Antecedentes de la Planificación Turística en la Argentina”, Buenos Aires: CFI.

En todo caso, interesa aquí destacar que ese material disponible sobre planificación turística no ofrecía insumos consistentes para la elaboración del diagnóstico de un destino turístico. De la historia de la planificación (no necesariamente turística) y de insumos teóricos multidisciplinarios aislados, se saltaba al enunciado de estrategias y acciones para casos específicos. En ciertos planes, se presentaba una síntesis de diagnóstico o bien diagnósticos completos organizados en títulos cuya selección y sucesión no era evidente ni explicitada.

Esto último ocurría, de hecho, con la estructura de diagnóstico que originalmente seguimos en aquella cátedra durante, al menos, el primer lustro. Se trataba de la descripción y síntesis del destino turístico mediante cuatro *situaciones* (se indica entre paréntesis la equivalencia aproximada con la propuesta actual): Físico-espacial (Natural), Humana (Social y Cultural), Organizacional (Política) y Turística (Artificial, Económico y Político). Esa organización en cuatro *situaciones* tenía origen en un plan de turismo para el Centro Histórico de Mendoza formulado un año antes, en 1997.⁸

Es así como los requerimientos de la cátedra (y de la realidad), sumados a la insuficiencia del material intelectual disponible invitaron a desarrollar un intento de guía racional para organizar el diagnóstico de un destino turístico.

2. Una propuesta de sistema turístico

El hombre, en tanto ser dotado de movilidad, desde sus primeros días hizo uso de esta facultad (la desarrolló, perfeccionó y complementó) para satisfacer diversas necesidades: alimento y abrigo, salud y seguridad, socialización y reproducción, incluso más tarde comercio y dominación. Extendidamente, los grupos cazadores-reproductores nómadas dejaron lugar a los agro-alfareros sedentarios; estos continuaron con la práctica de los traslados pero ahora con

8 NAVARRO, Diego, 1997, "Plan de turismo para el Centro Histórico" (trabajo final), cátedra de Planificación Turística II, Licenciatura en Turismo, Universidad Champagnat, Mendoza, s/p.

regreso a sus viviendas. Algunos de aquellos motivos desaparecieron con el tiempo, pero la mayoría sobrevivió, unos tantos se transformaron y aún surgieron otros nuevos, en respuesta a los requerimientos de las sucesivas generaciones.

A diferencia de aquellos primigenios viajes, el turismo actual reviste un par de características distintivas: por una parte, traslados masivos y reiterados; por otra parte, búsqueda de satisfacer necesidades sofisticadas, principalmente sensoriales, intelectuales y vivenciales. La historia de los viajes originados por estos motivos se pierde en el tiempo: ver las Maravillas del Mundo Antiguo, aprender en bibliotecas y templos o participar en celebraciones calendáricas, cívicas o devocionales, son algunos ejemplos. Pero esos viajes eran protagonizados por individuos o grupos humanos y en forma ocasional: el turismo de masas, en cambio, es un acontecimiento propio del siglo XX.

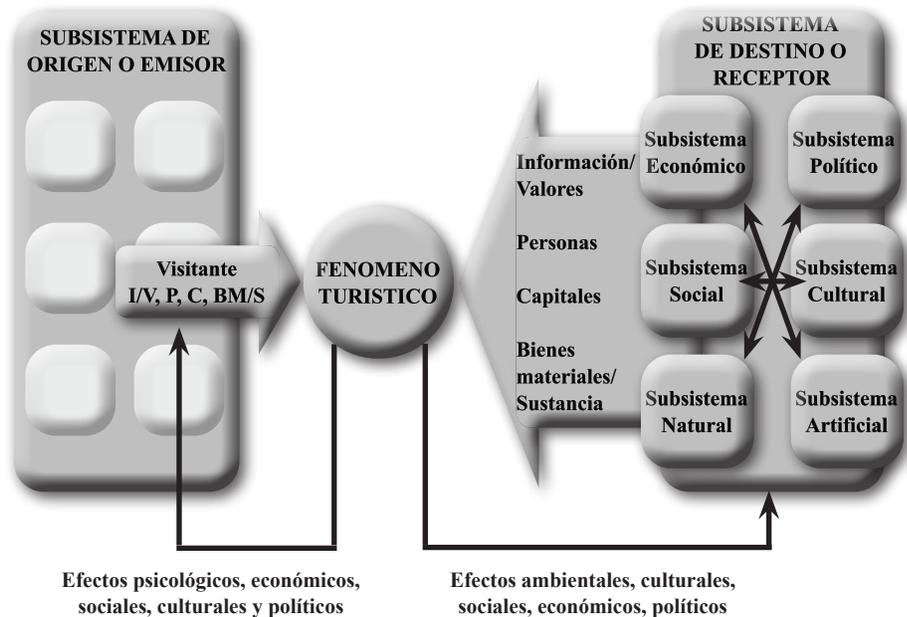
Diversos eventos tecnológicos y socioeconómicos acontecieron entre la Revolución Industrial y las Guerras Mundiales y provocaron que cada vez más personas se sumaran a la práctica de los viajes. En efecto, la modernización de los medios de transporte y comunicación, el surgimiento de la clase media y la figura de las vacaciones pagas, entre muchos otros factores, devinieron en la masificación de los viajes durante el siglo pasado. El flamante fenómeno entonces toma el nombre de Turismo y se formaliza: florecen empresas especializadas en todo el mundo, se crean burocracias gubernamentales *ad hoc*, las comunidades anfitrionas se capacitan y se comienzan a investigar causas y efectos; la existencia del Turismo entre nosotros, en suma, se naturaliza.

La dinámica del fenómeno incluye numerosos actores, elementos, antes que se vinculan entre sí e intercambian información, bienes, capital, valores: el foráneo se relaciona con el residente, el gobierno con los prestadores, el medio natural con el medio construido, etc. Se trata de una red profusa de relaciones cuya comprensión puede ser despejada desde una mirada sistémica; esto es, desde la concepción del conjunto de elementos vinculados que conforman la realidad del fenómeno.

Efectivamente, el turismo consiste en un fenómeno social: *fenómeno* porque se trata de una manifestación perceptible por el hombre; *social* porque es pro-

tagonizado por el hombre, a diferencia de los fenómenos naturales. Es decir que el turismo es objeto de estudio de las ciencias sociales, a diferencia de los fenómenos de la naturaleza que son explicados por las ciencias naturales (Geología, Biología, Química, Botánica, Astronomía, etc.). Como objeto de estudio social fue abordado inicialmente por la Geografía y la Economía, pero también más tarde por otras ciencias sociales (Sociología, Historia, Antropología, Psicología, Comunicación, Ciencia Política, etc.). En los últimos años, la creciente producción de conocimientos científicos sobre el fenómeno turístico se orienta a la conformación de un *corpus* teórico propio que permite concebir una ciencia específica: la Turismología.

La presente propuesta sistémica parte de la idea de que el fenómeno del turismo consiste en la interacción material e inmaterial entre los visitantes y un destino turístico. Esto incluye las relaciones, efectos, procesos, impactos que ambas partes experimentan durante la estancia (encuentro material e inmaterial), pero también antes del viaje, durante los traslados y con posterioridad al



viaje: contactos inmateriales previos y posteriores al encuentro material (ej.: información sobre el destino, pago diferido de gastos). Por cierto, se prefiere la referencia a subsistemas Emisor y Receptor o subsistemas de origen y de destino dada la alta capacidad descriptiva de los términos y debido que evitan connotaciones sesgadas, como ocurre con el binomio oferta-demanda.

2.1. Subsistema Receptor

El ejercicio de simplificar la realidad en sistemas sirve para describirla, explicarla o interpretarla, predecirla e intervenirla. El enfoque sistémico permite concebir sistemas a partir de los elementos constitutivos identificados y las interacciones entre ellos. O bien, desagregar sistemas en subsistemas vinculados, hasta la identificación de elementos y sus relaciones en un ejercicio intelectual que se extenderá según el nivel de análisis pretendido. En esta ocasión, solo se desarrollan los seis subsistemas del Subsistema Receptor (sus elementos constitutivos y componentes turísticos: Natural, Artificial, Cultural, Social, Económico y Político. Al final de cada subsistema se ofrecen las variables de descripción y análisis de cada subsistema, en una lista no exhaustiva ni obligatoria.

SUBSISTEMA NATURAL: El medio natural constituye la porción de la realidad tangible de existencia independiente y anterior al hombre. A diferencia de los demás subsistemas, la naturaleza es la protagonista y el hombre es un elemento biológico más: con la intervención humana, los elementos naturales dejan de serlo y se transforman en elementos adaptados, artificiales, antrópicos, culturales. La eventual imposibilidad o inconveniencia de modificar algunos fenómenos del mundo natural deja la alternativa de aprovecharlos y disfrutar de sus beneficios como se manifiestan, o bien prever sus costos, adaptarse a ellos y mitigar su impacto. Estas características y opciones son las que corresponde identificar al momento de conocer y actuar sobre este subsistema. Forman parte de este subsistema las diversas manifestaciones del aire, el agua y la tierra, tanto como la flora y la fauna. El ambiente natural da

lugar material al acontecimiento de los fenómenos sociales, provee al turismo de escenario y bienes para utilizar, sea transformados o en su estado original.

Ahora bien, no todo el entorno natural del destino está involucrado en el acontecimiento del fenómeno turístico sino determinados elementos, individuos, comunidades y poblaciones, ecosistemas y espacios; conjunto que denominamos *subsistema natural del turismo*. Así, el clima generalmente extremo de la Cordillera de Los Andes decide que no siempre esté habilitado el cruce terrestre entre Argentina-Chile en el Paso Los Libertadores (3.200 msnm); las bondades de los chivos malargüinos distingue la gastronomía vernácula; la inconmensurable y agreste Llanura de la Travesía no reúne condiciones para el desarrollo de centros turísticos; y las escasas precipitaciones invitan a visitar Mendoza todo el año.

- Recursos turísticos naturales: Aconcagua, viento Zonda, cóndores, guanacos, algarrobos del secano.
- Variables: Relieve, Hidrografía, Clima, Flora, Fauna, Situación ambiental y áreas/especies protegidas, Análisis del paisaje natural.

SUBSISTEMA ARTIFICIAL: El medio artificial constituye la porción de la realidad tangible construida, dispuesta o modificada por el hombre, es decir la transformación cultural del medio natural. El ambiente convertido da lugar material al acontecimiento de los fenómenos sociales, provee al turismo de escenario o soporte físico y bienes acondicionados. Forman parte de este subsistema tanto los espacios adaptados como las estructuras, las instalaciones, la infraestructura y los artefactos.

Para la resolver diversas necesidades (funcionales, estéticas, fisiológicas, espirituales, intelectuales, afectivas, etc.) el ingenio del hombre, principalmente desde el diseño y la arquitectura, ha producido *artefactos*, *instalaciones* y *estructuras*. Los primeros son bienes muebles (ej.: computadora, herramienta, ropa), las otras son bienes inmuebles (ej.: miradores, pasarelas, muelle) y las últimas son bienes inmuebles que además dan abrigo (ej.: casa, edificio, establecimiento); estas últimas también pueden ser referidas como *equipamiento*. Por su parte, la *infraestructura* son los canales y sus redes que albergan flujos de elementos naturales, artificiales (sean tangibles o intangibles) y personas

(ej.: acueducto, ruta, cableado); la infraestructura articula estructuras y espacios. Finalmente, los *espacios adaptados* son las porciones de la superficie terrestre que han experimentado modificaciones antrópicas (ej.: ciudad, campo, parque industrial); en turismo se suelen identificar ciertos formatos específicos: zonas, áreas, centros, complejos, núcleos, conjuntos, barrios, sectores⁹.

Ahora bien, no todo el entorno artificial del destino está involucrado en el acontecimiento del fenómeno turístico, sino determinados artefactos, estructuras, instalaciones, flujos y espacios; conjunto que denominamos *subsistema artificial del turismo*. Así, se requieren binoculares para el avistaje de aves en Llançanelo y determinadas instalaciones para el aprovechamiento de las aguas termales de Cacheuta, una ruta específica para acceder al centro de esquí de Las Leñas y el complejo en sí mismo resulta un conjunto de construcciones con características particulares.

- Recursos turísticos artificiales: pinturas de Fernando Fader, edificio Gómez, sistema de irrigación, Barrio Cano.
- Variables: Identificación de tipo de espacio que supone el destino (zonas, áreas, centros); Identificación de elementos del espacio turístico urbano; Relevamiento de estructura/equipamiento, instalaciones, infraestructura (transporte: accesibilidad y movilidad interna, comunicaciones: vial y telefonía/internet, sanidad: agua y cloaca, energía: electricidad y gas natural); Análisis del paisaje rural y urbano.

SUBSISTEMA CULTURAL: El medio cultural constituye la porción de la realidad intangible construida por el hombre en forma colectiva y a lo largo del tiempo. En este sentido, se puede decir que todos los subsistemas, excepto el Natural, son culturales (aunque incluso la concepción de un subsistema natural es un producto intelectual; es decir cultural).

El marco cultural provee al turismo de los fundamentos del fenómeno (causalidades e intencionalidades). Forman parte de este subsistema numerosos productos resultantes de todo aquello que la sociedad es (identidad) o parece (imágenes); lo que quiere (valores) y espera (expectativas) o rechaza (nega-

9 BOULLÓN, Roberto, 1991 [1985], "Planificación del espacio turístico", México: Trillas.

ciones) y aún oculta (omisiones) o resta importancia (indiferencias); aquello que la sociedad hace (prácticas) y la forma en que lo hace (procesos), sus posibilidades (capacidades) y limitaciones (restricciones); se incluyen las producciones intelectuales (conocimientos); lo que se dice (juicios) y lo que se censura (tabúes); tanto aquello que la sociedad cree (ideologías) como lo que descrea (dudas); aquello que cambia (evoluciones) y aquello que continúa (permanencias).

Ahora bien, no todo el entorno cultural del destino está involucrado en el acontecimiento del fenómeno turístico, sino particularmente determinados constructos; conjunto que denominamos *subsistema cultural del turismo*. Así, el extendido culto católico funde en la Fiesta de la Vendimia celebraciones cívicas y turísticas con religiosas; la conciencia de “Cuna de la Libertad” impregna de referencias a la Campaña Libertadora todo relato turístico de city-tours y excursiones a la Alta Montaña de Mendoza; de la misma forma que los valores de “cultura del trabajo” y “culto al agua” estructuran los guiones de las visitas a las bodegas; y las asociaciones mentales de secano-atraso y oasis-progreso han definido desarrollos turísticos asimétricos para esos ambientes y dispares presencias en el material promocional.

- Recursos turísticos culturales: Fiesta de la Virgen del Rosario, tonada, historia sanmartiniana, pronunciación y acento mendocino.
- Variables: Historia y arqueología, Técnicas constructivas, Técnicas artesanales, Tecnología y manufacturas, Indumentaria y atavíos, Gastronomía, Medicina popular, Literatura y leyendas, Música, Danza y coreografía, Juegos y actividades lúdicas, Fiestas y celebraciones, Cosmovisión, Usos y costumbres.¹⁰

SUBSISTEMA SOCIAL: El medio social está conformado por hombres, sean individuos o grupos humanos, reales o ficticios, y sus instituciones. El marco social provee al turismo de los actores del fenómeno. Forman parte de este subsistema numerosos grupos (formales e informales) de la sociedad civil e individuos en función de su rol: organismos u organizaciones, entidades o

10 BOSQUET, Diego, 2005, “Patrimonio cultural intangible”, en: María Cristina Ruiz (comp.), *Patrimonio Cultural*”, Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza, Subsecretaría de Cultura, Gobierno de Mendoza. pp. 62-67.

instituciones, asociaciones o sociedades, universidades y terciarios, institutos y centros, gremios y sindicatos, cooperativas y mutuales, asociaciones vecinales y barriales, cámaras y corporaciones, clusters y clubes, profesionales e investigadores, docentes y alumnos, agentes y prestadores, guías y técnicos. También funcionarios gubernamentales y empresarios, aunque el Estado y el mercado son comprendidos por subsistemas propios, en virtud de la relevancia que poseen.

Ahora bien, no todo el entorno social del destino está involucrado en el acontecimiento del fenómeno turístico, sino determinados personajes, colectivos e instituciones; conjunto que denominamos *subsistema social del turismo*. Así, parte de la imagen de la Provincia de Mendoza está en manos de los informadores de Centros de Información Turística; también los recepcionistas dan cara al destino turístico; este mismo texto resulta de especulaciones intelectuales de turismólogos; y los porteadores del Aconcagua constituyen un actor específico del turismo mendocino.

- Recursos turísticos sociales: Reina de la Vendimia, Quino, comunidad boliviana de Ugarteche, Club Gimnasia y Esgrima, momia incaica del Aconcagua.
- Variables: Datos demográficos; Grupos formales (instituciones) e informales; Personalidades destacadas (actuales/históricas); Educación, salud, empleo, vivienda, seguridad, deporte, religión, comunicación (medios).

SUBSISTEMA ECONÓMICO: El medio económico constituye la porción de la realidad intangible construida por el hombre a partir de sus transacciones mercantiles en la esfera privada. El marco económico provee al turismo de los elementos de intercambio comercial. Forman parte de este subsistema constructos y procedimientos como bienes y servicios, paquetes y productos, compra y venta.

Dado que el núcleo de las interacciones económicas en turismo intercambian productos turísticos, y que el producto turístico resulta de la combinación de recursos/atractivos más servicios turísticos, es central la identificación de tales servicios y de los paquetes resultantes. En este sentido, las prestaciones

de servicios turísticos pueden ser básicas (alojamiento, gastronomía y transporte), complementarias (esparcimiento, comercialización, información) y específicas del destino.

Ahora bien, no todo el entorno económico del destino está involucrado en el acontecimiento del fenómeno turístico, sino determinados elementos; conjunto que denominamos *subsistema económico del turismo*. Así, hay un transporte público, que también usan los turistas, y un transporte turístico específico, con su normativa propia; también las agencias de turismo, a diferencia de otros comercios, responden a regulaciones particulares; asimismo, la medición del impacto del turismo en la economía supone una *cuenta* específica; y las transacciones comerciales de los operadores observan prácticas, comisiones, sistemas de reservas y lenguajes propios.

- Recursos turísticos económicos: pago en fichas durante la cosecha, proceso de elaboración del aceite de oliva, intermediación responsable del Mercado Artesanal, tour de compras por la Feria de Guaymallén, el Mercado Central o el Green Market.
- Variables: Actividades económicas relevantes del destino; Participación del turismo en la economía del destino; Relevamiento y análisis de prestadores de servicios básicos y complementarios; Relevamiento y análisis de paquetes receptivos; Análisis de la publicidad privada.

SUBSISTEMA POLÍTICO: El medio político constituye la porción de la realidad intangible construida por el hombre a partir de sus relaciones de poder en la esfera pública. El marco político provee al turismo de decisiones públicas obligatorias. Forman parte de este subsistema numerosos procesos y productos gubernamentales y demandas sociales: planes, programas, acciones, normas.

Ahora bien, no todo el entorno político del destino está involucrado en el acontecimiento del fenómeno turístico, sino determinados elementos; conjunto que denominamos *subsistema político del turismo*. Así, el turismo de aventura en Mendoza está regulado por normas de vanguardia; el desarrollo turístico provincial se relaciona con los sucesivos planes *ad hoc*; las direc-

ciones municipales de turismo ejecutan a diario acciones que configuran políticas departamentales; y las comisiones de turismo de la Legislatura provincial legislan sobre el fenómeno.

- Recursos turísticos políticos: Ley de Aguas, estado de paz histórico, lucha antiminera, alternancia partidaria en el gobierno provincial.
- Variables: Descripción del Ente de Turismo: año de creación, jerarquía, estructura, presupuesto, formación de líderes y empleados; Digesto normativo; Planes, programas y acciones previstas y realizadas en el área de Turismo y en ámbitos relacionados; Previsiones sobre uso del suelo, zonificación, ordenamiento territorial; Análisis de la imagen turística oficial; Análisis de macroproductos turísticos oficiales.

2.2. Subsistema Emisor

Los turistas provienen del Subsistema Emisor, particularmente de su Subsistema Social. En el marco de este se vincula con sus pares, así como con elementos de los demás subsistemas de su ámbito de residencia habitual: naturales, artificiales, culturales, económicos, políticos. Esto significa que, aunque el destino turístico toma contacto solo con los turistas, a través de éstos se vincula con todo el Subsistema Emisor. Dado que los turistas son personas que portan bienes tangibles e intangibles de sus ámbitos de residencia habitual, las relaciones que establezcan con el destino turístico estarán condicionadas por tales características y elementos.

En suma, desde una perspectiva social, los turistas son un grupo informal particular; desde el punto de vista económico, constituyen la demanda; desde la óptica política, los turistas son ciudadanos temporarios; desde un enfoque cultural, constituyen agentes exógenos portadores de construcciones inmateriales (valores, información, prácticas); desde la mirada artificial, serían los usuarios de una cultura material particular y, en perspectiva natural, son individuos de ecosistemas alóctonos.

- Variables: Cantidad; Evolución; Distribución anual y espacial; Origen; Edad; Motivo del viaje; Forma de viaje; Conocimiento previo del destino; Servicios usados: alojamiento, transporte, gastronomía.

Un par de advertencias más a los efectos del uso diagnóstico de este planteo. Por una parte, la realidad que conforma el universo viene dada (subsistema natural) o ha sido construida por el hombre (en este sentido, los demás subsistemas son todos culturales), puede ser tangible (subsistema natural, artificial y social) o intangible (demás subsistemas, también el social). Por otra parte, en los seis subsistemas hay recursos turísticos que permiten satisfacer las necesidades que motivaron el viaje, por lo que su registro es central. Al final de cada subsistema, se indicaron ejemplos de recursos turísticos.

Cabe señalar que esta propuesta, facilitadora del diagnóstico del destino turístico (DDT), debe ser complementada con un diagnóstico de recursos turísticos (DRT) y un diagnóstico de atractivos turísticos (DAT) (ver Capítulos IV, V y VI). En este sentido, nuestra propuesta de diagnóstico para recursos y atractivos¹¹ parte de la clasificación de recursos turísticos en naturales, culturales y humanos. Es evidente que los naturales son identificados en el subsistema homónimo, los humanos en el Subsistema Social y los culturales en los demás: los recursos tangibles en el Subsistema Artificial y los intangibles en los subsistemas Cultural, Económico y Político.

11 NAVARRO, Diego, 2015, “Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”, en: *Cuadernos de Turismo*, nº 35, Universidad de Murcia, Murcia, España, pp. 335-357.