

”Tesouro de Turismo”

por: Antonio Torrejón

Introducción:

Orígenes y fines de estas herramientas:

La Real Academia Española se fundó en 1713 por iniciativa de Juan Manuel Fernández Pacheco, marqués de Villena. Felipe V aprobó su constitución el 3 de octubre de 1714 y la colocó bajo su «amparo y Real Protección».

Su propósito fue el de «fijar las voces y vocablos de la lengua castellana en su mayor propiedad, elegancia y pureza». Se representó tal finalidad con un emblema formado por un crisol en el fuego con la leyenda Limpia, fija y da esplendor, obediente al propósito enunciado de combatir cuanto alterara la elegancia y pureza del idioma, y de fijarlo en el estado de plenitud alcanzado en el siglo XVI.

El correcto conocimiento de la significación de las palabras y la información son elementos determinantes también en turismo ya que permite entenderse, tomar decisiones políticas encaminadas a asegurar el desarrollo sostenible del sector.

La Secretaria de Turismo de la Nación y el Instituto de Normalización y Certificación- IRAM, han firmado acuerdos no solo para el avance marco de garantizar calidades certificadas, sino también para simplificar -dentro de los principios de Identidad Nacional e Iberoamericana-, el “glosario sectorial”.

A lo largo de los últimos diez años, hemos asistido a un considerable crecimiento mundial de la información sobre la actividad turística, a una multiplicación de los sistemas informatizados de documentación sobre turismo y, en consecuencia, a una necesidad cada vez mayor para los usuarios de tener la adecuada definición de lo que significa, cada palabra. Para corregir esta situación y ofrecer a los agentes del turismo a escala internacional un lenguaje común que les permita tratar e intercambiar esos datos, la Organización Mundial del Turismo (OMT) se ha fijado el objetivo de crear un instrumento estructurado y plurilingüe que facilite la identificación y la búsqueda de información documental y bibliográfica sobre el turismo. Con ese mismo propósito, y con el fin de concretar su voluntad de aportar una colaboración activa y eficaz en la realización del proyecto de la OMT, la Dirección de Turismo de Francia, valiéndose de la experiencia de su Centro de Recursos Documentales, ha elaborado la versión bilingüe en francés e inglés de la primera edición llamada: Tesouro de Turismo y Ocio, en estrecha cooperación con el Centro de la OMT. Por su parte, la Secretaría de la OMT se encarga de

preparar la versión española de este instrumento lingüístico normalizado, al que conferirá así su dimensión plurilingüe.

En la creación de esta herramienta de gestión de la información documental, la OMT se ha beneficiado asimismo de la valiosa aportación técnica de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). En efecto, ambos organismos internacionales han puesto a disposición de la Organización Mundial del Turismo sus conocimientos especializados en los ámbitos del tratamiento de la información documental y del establecimiento y la gestión de sistemas automatizados de información.

Posteriormente, y para ajustarla a la inevitable evolución de la terminología aplicable a las actividades recreativas, a los viajes y al turismo, la presente edición del Tesoro de Turismo y Ocio será objeto de revisiones y actualizaciones periódicas.

OBJETIVOS y ANTECEDENTES

El Tesoro de Turismo y Ocio se ha realizado en el marco de un convenio entre la Dirección de Turismo de Francia y la Organización Mundial del Turismo. Está basado en el tesoro monolingüe publicado en 1992 por la Administración de Turismo de Francia, y no es fruto por tanto de una simple traducción al español.

La tarea metodológica ha consistido precisamente en evitar la simple traducción de los términos franceses al español, sino en crear las bases de un auténtico tesoro plurilingüe que facilite sin esfuerzos particulares ni “modificaciones estructurales” la transcripción ulterior en otros idiomas. Por esta razón, el tesoro inicial ha sido reestructurado enteramente con un objetivo multilingüista. En su origen, el Tesoro francés fue elaborado para identificar y localizar información en las bases de datos informatizados del Centro de recursos documentales de la Dirección de Turismo. Este proyecto, al igual que el de la informatización de ese Centro sería un modelo a seguir por la OMT en el sector de la información y la documentación. Desde el principio, el trabajo se ha realizado bajo los auspicios de la OMT y en estrecha colaboración con esta Organización. Sólo después de haber ensayado este tesoro monolingüe durante tres años (de 1993 a 1995), la OMT y la Dirección de Turismo previeron conjuntamente su versión bilingüe, en la que se trabajó durante dos años (1996-1997) antes de llegar a la presente edición. Este trabajo incidió sobre la reestructuración del tesoro inicial monolingüe y su adaptación al

multilingüismo, que definen las directrices para preparar y desarrollar este tipo de publicaciones.

La preparación del presente trabajo se ha realizado con la ayuda del Sistema de gestión de Tesoro Multilingüe y de Búsqueda de Términos (MTM-Versión 3.0) que el Centro de Desarrollo de la OCDE ha puesto -a título gratuito- a disposición de la Secretaría de la OMT .

Se han creado asimismo dos nuevos campos: uno geográfico, extraído del tesoro de la UNESCO y otro relativo a la documentación y a las ciencias de la información relacionadas con el turismo. Cabe observar igualmente que el vocabulario utilizado se ha establecido de conformidad con las recomendaciones metodológicas de la OMT y EUROSTAT referentes a la terminología estadística, y se ha enriquecido con el conjunto de indicadores de desarrollo sostenible recientemente definidos por la OMT. También se han definido ampliamente los términos específicos del vocabulario turístico, a fin de que las personas no acostumbradas a este vocabulario puedan también utilizarlo.

Este Tesoro es un instrumento de trabajo destinado a todos aquellos (profesionales o no) que deseen indicar y recuperar documentos, que en el sector del turismo son cada vez más numerosas en lo que se refiere a la informatización y utilización de programas especialmente concebidos para las bases de datos bibliográficas y documentales.

Por último, este Tesoro y los campos que abarca son el resultado de 20 años de esfuerzos para crear un lenguaje documental específico con objeto de facilitar la búsqueda de información relacionada con las actividades turísticas. En este sentido, puede utilizarse también como guía terminológica para la estandarización y normalización de un lenguaje común de indexación y búsqueda a escala internacional, mejorando así la promoción de los intercambios de información entre los Estados y entre los organismos interesados en el sector del turismo.

CAMPOS CUBIERTOS

En general, la primera dificultad que se presenta en la elaboración de un lenguaje descriptivo de una actividad determinada incide sobre el establecimiento de límites del campo considerado, porque va a ser dentro de estos límites donde se extraerán las palabras y expresiones de un lenguaje documental.

En lo que se refiere a actividades técnicas especializadas, esta dificultad es menor por estar circunscripta a un campo cuyos contornos son relativamente fáciles de identificar y porque el vocabulario está bien definido. Por el contrario la actividad turística es, desde el principio, más difícil de delimitar ya que las facetas y rúbricas que abarca son más extensas que el propio campo del turismo. En efecto, la actividad turística sólo se da a modo de ósmosis con otras actividades sociales, con frecuencia de alcance más extenso, y restringir la definición del turismo al ocio y a las vacaciones reduciría en gran medida su sentido.

A la inversa, estas mismas actividades sociales y otras disciplinas pueden no interesarnos en sí mismas, sino únicamente en la medida en que participan en la constitución de este moderno fenómeno que es el turismo.

Puede explicarse esta dificultad mediante la opción siguiente:

¿Debe adoptarse una concepción estrecha, pero rigurosa, de la esfera turística, apartando sistemáticamente todo lo que no es específico de esta esfera?

¿O ha de optarse por una visión mucho más amplia, que integre el turismo en campos tan extensos como la economía, el patrimonio, la cultura, la sociología, el derecho, la política, etc., representando entonces el turismo sólo una "faceta" o "sección" de estos campos de conocimientos y actividades?

En el sector turístico Oficial Argentino se planteó en la reunión de Esquel (Chubut, 1988) la oficialización de este Glosario Turístico cuya redacción asumieron el suscrito y el Lic. Jorge Defino, que luego dejó su lugar en las recopilaciones al Arq. Luis Grunewald y a otros funcionarios federales. Este documento que adjuntamos se ha ido construyendo por consenso desde el Consejo Federal de Turismo, el que me tocó presidir 5 años y acompañar hasta el año 2009.

Antonio Torrejón

A

Accesibilidad: Calidad de accesible. Propendiendo a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.

Acampada: Acción y efecto de acampar. Campamento, lugar al aire libre, dispuesto para alojar turistas, viajeros, etc. || de ~. loc. adv. En un campamento con fines recreativos y deportivos. Actividad que consiste en permanecer alojado en carpas o casas rodantes al aire libre, durante un período de tiempo determinado.

Actividad turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

Aculturación turística:

Fenómeno sociológico que consiste en el intercambio de pautas de conducta, formas de vida y hábitos, debido al contacto y a la comunicación entre personas de diversas culturas y sociedades. Cuando debido a la afluencia de turistas, se produce el choque de dos culturas, dan lugar a una tercera resultante de ambas y con características propias.

Actitud: Predisposición y acción psíquica y nerviosa organizada por la experiencia, que ejerce una influencia orientadora o dinámica sobre las reacciones del turista frente a otras personas, objetos o situaciones con los que se relaciona. Es la suma de inclinaciones. La actitud puede ser real o imaginaria. Por ejemplo, la actitud que puede tener un prestador de servicios o un turista, con las personas que atiende o el turista, para quienes lo reciben.

Agencia de viajes: Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios organizados (fortait, viajes todo incluido, etc.), o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole. Tienen tres funciones fundamentales: Asesoramiento, Organización y Mediación.

Jurídicamente, la agencia de viajes se constituye como una sociedad mercantil, anónima o limitada, que en posesión del título-licencia correspondiente (aportado por el Organismo Nacional de Turismo, por tratarse de una actividad esencialmente interjurisdiccional), se dedica de forma profesional y comercial en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos. Puede utilizar medios propios o contratados. Las agencias de viajes pueden ser de distintos tipos: emisora, emisora-receptiva, especializada, mayorista-minorista, minorista-receptiva.

Agente de viajes: Persona cuya actividad profesional se basa en el asesoramiento e información de la clientela acerca de los servicios ofrecidos por la agencia de viajes en la que opera. En la mayoría de los casos actúa indistintamente como organizador de viajes a la demanda, como agente de mostrador, o bien como acompañante. El agente de viajes toma contacto directo con el futuro turista, lo que le exige una buena dosis de tacto, diplomacia y, sobre todo, un excelente conocimiento de geografía y del mercado del turismo. Por otro lado, es el responsable directo ante el cliente del producto o servicio que ofrece, por lo que deberá tener un gran espíritu crítico sobre la calidad de los mismos, ya que es la persona que realmente ejecuta todas las acciones necesarias para la organización, contratación y confirmación de un viaje.

Agente general de ventas. Representante o corresponsal de las agencias de viajes que establece un sistema de relaciones comerciales con los transportistas, principalmente con compañías aéreas a las que representa u otras empresas proveedoras, previo contrato donde se estipulan las cláusulas de reservas y ventas de billetes, liquidaciones de las ventas, comisiones, etc. Este tipo de representante existe principalmente en Estados Unidos y otros países americanos.

Agregados Oficiales de turismo. Funcionario dependiente de la embajada de un país determinado, que representa los intereses turísticos del mismo y lleva a cabo funciones de promoción, marketing, propaganda, publicidad y relaciones públicas turísticas de su país a otro, generalmente emisor de turismo, a través de una oficina nacional de turismo de la que suele ser el responsable directo. Argentina posee más de 7 oficinas nacionales de turismo en el extranjero, localizadas en los principales países emisores de turismo del mundo.

Alojamiento hotelero. Empresa mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso con el ofrecimiento de otros servicios complementarios, tales como manutención, instalaciones deportivas y recreativas, salones para reuniones, etc. Se consideran alojamientos hoteleros: hoteles, apart-hoteles, moteles, pensiones, hoteles-apartamentos, teniendo cada uno de ellos una clasificación diferente según sus instalaciones y servicios.

Alojamiento extrahotelero. Establecimiento turístico no hotelero destinado a proporcionar habitación o residencia a las personas en épocas, zonas o situa-

ciones turísticas, con modalidades diversas de habitación. Son alojamientos extrahoteleros: los establecimientos de “alquiler temporario”, camping, bungalow, villas, chalets, apartamentos, casas rurales, albergues juveniles o alojamientos similares.

Apart-Hotel: Establecimiento integrado por unidades de más de un ambiente organizado con el concepto de hotel. Modalidad de alojamiento que surge en el mundo en la década de los años sesenta. Establecimiento mercantil que por su estructura y servicios dispone instalaciones para que los hospedados puedan elaborar y consumir sus alimentos dentro de las unidades de alojamiento.

Alojamiento turístico: Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso, un mínimo de una noche. Toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) dispone de camas para que el turista pueda pernoctar.

Alpinismo: (De alpino). Deporte que consiste en la ascensión a las altas montañas.

Antropología: Estudio de la realidad humana. Ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre. Es una ciencia cuya doctrina, extremadamente vasta, abarca todas las cuestiones que se refieren al presente o al pasado de la humanidad.

Animación turística: Todo aquello que contribuye a hacer agradable una estancia en un destino. Se encuentra en relación directa con las funciones atribuidas al descanso: relajación, diversión y desarrollo activo del ser humano. Ocupación positiva del tiempo libre del turista.

Artesanía: Arte u obra realizada manualmente por artesanos, que resulta por originalidad e identificación con lo local o regional, de interés en la composición del “producto turístico” .

Áreas recreativas: Las áreas específicamente adaptadas para la recreación al aire libre en general. Para esta finalidad pueden utilizarse los rasgos del paisaje original y la flora y fauna autóctonas, o se pueden introducir nuevos elementos, como ser diques y lagos artificiales, forestación, plantas y animales exóticos, etc.

Área Turística: Partes en las que se puede dividir una zona o comarca turística, por lo tanto su superficie es menor que la de todo lo que contiene. Ver por concentración de servicios, cluster.

Artesanía Turística: Objeto típico producido en el lugar visitado por el turista, realizados a mano por la población local, empleando materia prima del lugar, que constituye la prueba del viaje, la referencia del lugar conocido y la evocación de los días de vacaciones pasados. Algunas son en piedra, madera, plata, alfarería, cestería, cuero, cobre, hueso, plumas, tejidos, etc.

Asiento (ver butaca): (De asentar). m. Mueble para sentarse. Plaza en un vehículo, en un espectáculo público, etc. También en inglés: seat.

Asistencia al viajero: Seguro de viaje, de diferentes precios según la duración, la cobertura y los pasajeros que viajen, que cubre enfermedades, internaciones, asistencia jurídica, pérdida de equipajes, traslado por fallecimiento, hotel por convalecencias, gastos odontológicos de urgencia, farmacéuticos, traslado médico, etc. Son ofrecidos por diferentes empresas. Muy conocida en Argentina es: "Assist-Card", entre otras.

Atractivos turísticos: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que se suma o adicionan a los principales que hacen a un lugar o zona turística.

Activos: m. Econ. Conjunto de todos los bienes y derechos con valor monetario que son propiedad de una empresa, institución o individuo, y que se reflejan en su contabilidad.

B

Biodiversidad: Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente. Doctrina que considera importantes a todas las especies y variedades genéticas de seres vivos que habitan la Tierra.

Bioma: Conjunto de comunidades animales y vegetales interdependientes, una especial constitución biótica y equilibrio con el tipo climático del biotipo donde se formaron.

Biosfera: . Conjunto de los medios donde se desarrollan los seres vivos. Ocupa los 5 primeros Km. de la capa inferior de la atmósfera (troposfera), la superficie terrestre, algunos mts. debajo de ésta y los espacios oceánicos en su totalidad.

Bird watching: Tours para visitar áreas específicas con la finalidad de avistar aves.

Bistró: Término del francés “bistrot” que significa restaurante informal que poseen algunos alojamientos.

Buceo Deportivo (turismo activo): Modalidad de buceo que se practica con luneta o visor, aletas o pata de rana, cinturón de plomo, snorkel y tubo de aire. Sus modalidades pueden ser: buceo nocturno, buceo de profundidad, buceo en pecios (barcos hundidos), buceo en bosques sumergidos, buceo bajo hielo y otros.

Budget hotels: Denominación que reciben antiguos hoteles económicos en los EE.UU. de Norte América.

Bugeros: Personas que practican surf, windsurf , bodyboard y katesurf.

Bungalow: Edificación que incluye materiales y diseños del lugar de sencilla calidad, por lo general ubicados en el atractivo turístico que ofrece una o

varias habitaciones separadas del resto de las áreas de servicios del complejo de alojamiento. (ver cabañas).

C

Cadena hotelera: Integración de un conjunto de hoteles que bajo la misma dirección, participan de un proceso productivo común, orientados a alcanzar idénticos objetivos. Pueden ser grandes, medianas o pequeñas; de lujo, de categoría intermedia, o popular Tener contratos de franquicia, de gestión u operación, de conducción o de arrendamiento. Se distribuyen en diferentes países o pueden ser sólo nacionales, garantizando en cada uno de ellos una similar calidad. Ver además contrato de cadena hotelera.

Cadena de valor: Concepto que se enfoca en la identificación de los procesos y operaciones que aportan valor al producto o servicio desde la creación de la demanda hasta que ésta es entregada como producto final.

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Se parte de la prioridad de las actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementales estándares, respondiendo a costumbres, usos y culturas.

Capacidad ecológica (de carga): Es el nivel de visitas por encima del cual se registrarán impactos ambientales inaceptables, provenientes de los turistas mismos o de sus requerimientos.

Capacidad turístico-social: Es el nivel por encima del cual la satisfacción del visitante desciende inaceptablemente como consecuencia del excesivo número de personas en el lugar en cuestión.

Capacidad social de recepción: Es el nivel por encima del cual se producirán cambios inaceptables en la estabilidad cultural local y en la actitud ante los turistas.

Centro turístico: Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.

Centro turístico de distribución: Estos centros son los que poseen atractivos de influencia, actuando como centro de servicios y esparcimiento. La estadía promedio varía de dos a cinco noches.

Centro turístico de escala: Estos centros pueden carecer de atractivos turísticos, pero por estar ubicados estratégicamente en camino hacia destinos turísticos, se convierten en prestadores de servicios, de atención al visitante, que se detiene en ellos.

Centro turístico de excursión: Es aquel que recibe turistas originados en otro centro turístico, por menos de 24 horas.

Centro turístico de permanencia: Constituye el centro turístico típicamente de vacaciones, con mercado repetitivo y con estadías promedio superiores a cinco noches.

Centro recreacional: Es aquel que desde un centro urbano de residencia permanente, es visitado por el día, sin pernoctar en él.

Ciclo de vida: Distintas etapas que presenta la evolución del producto, durante su permanencia en el mercado turístico.

Comarca turística: Es la unidad menor del planeamiento turístico. Unidad turística homogénea de extensión generalmente reducida y enclavada en una región natural, que por tener alguna o algunas peculiaridades (ríos, flora, cultivos, etc.) se diferencia de los territorios colindantes. Ej. Viedma (Río Negro), Carmen de Patagones (Buenos Aires), Comarca Andina del Paralelo 42° (Chubut, Río Negro), Comarca de la Península Valdés-Chubut, Comarca de la Sierra de la Ventana, etc.

Cliente: Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

Cluster turístico: (ver Área) Ámbito urbano, unidad menor de una comarca, donde se concentran hoteles y servicios, con personalidad industrial de un Destino Turístico.

Centro de informes turístico: Recinto equipado para asistir con orientación e información al turista.

Centro de Visitantes: Unidad con servicios integrales de orientación, interpretación e información al turista, con venta de material informativo, suvenires, kiosco de provisiones elementales, ubicado en lugares con mucha demanda de viajeros.

Centro de interpretación: Unidad con todo lo concerniente para proveer las elementales informaciones que posibiliten "entender" y "vivir con un adicional aporte cultural", el área especial visitada.

Circuitos Productivos: El desplazamiento de personas hacia un destino turístico puede tener como objeto conocer distintas producciones regionales y/o degustar la gastronomía típica de un lugar visitado.

Comunicación turística: Transmisión de mensajes informativos, comerciales, publicitarios y propagandísticos que emite un emisor (empresa, institución u organización turística) a un receptor (cliente, turista, usuario), a través de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión, cine, vallas publicitarias, etc.). Mediante publicidad directa, información directa y relaciones públicas (folletos y catálogos, correo, buzoneo, entrevistas, conferencias, internet, etc.). La comunicación turística es la base en la que se apoya el marketing para dar a conocer y promocionar los productos y servicios turísticos.

Comunicación integrada: Es la instancia que engloba todos los mecanismos de comunicación, promoción y RR.PP a través de sus múltiples formatos.

Competitividad: Capacidad de competir. || 2. Rivalidad para la consecución de un fin. Condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de productos turísticos competitivos desde los órdenes locales, a los internacionales.

Compras: La adquisición de bienes, que respondan a intereses especiales de los turistas, que les incrementa el deseo de hacer turismo (ropa, joyería de diseño, obras de arte, artesanías) o la compra de artículos comunes con precios muy convenientes.

Conciencia turística: Conjunto de actitudes positivas de los prestadores de servicio, comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción a través de la hospitalidad y comprensión.

Conservación: Acción y efecto de conservar. Es un término usado tanto en referencia al patrimonio natural como al cultural, aunque en cada circunstancia tenga distinta acepción.

Cuando la conservación se refiere al patrimonio natural, dado que la forma de intervención es menos directa, a los bienes no se los puede proteger directamente sino a través de la buena administración de los recursos naturales con la intención de producir el mayor beneficio posible para las generaciones actuales, manteniendo su capacidad para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras.

En el caso del patrimonio cultural, se utiliza para identificar al conjunto de procedimientos que permiten la protección del bien, evitar su deterioro y mantener en lo posible y en el tiempo, las características originales.

Al conjunto de acciones que tienden a la protección y administración se las reconoce como estrategias de preservación y se distinguen en ellas dos aspectos:

a) La combinación de políticas, comunicaciones, informaciones, planes y acciones consensuadas entre especialistas que le permiten a la sociedad conservar su patrimonio o capital natural y cultural. Se la conoce como estrategia de conservación.

b) Tan importante como lo anterior es que los logros alcanzados por la estrategia de conservación perduren en el tiempo, y por eso, a las acciones que tienden a integrar el desarrollo económico con la conservación del patrimonio se las diferencia con el nombre de “estrategia de sustentabilidad”.

Para que un plan de preservación sea efectivo debe contemplar las dos opciones de conservación y sustentabilidad. Como complemento véase preservación y protección.

Consumidor, ra: Que consume. Término con el cual se identifica a la persona que compra o hace uso de bienes y servicios.

Consumidor final: Es el cliente potencial del turismo al que hay que llegar con difusión sostenida para despertar el elemental interés que origina el viaje turístico. Destinatario principal de las estrategias del Estado en comunicación integrada.

Corredor turístico: (Subregión turística) es un espacio homogéneo, en el que por la cercana distancia de los atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad. Por lo general, se agrega que rutas troncales efectivizan su integración y la jerarquía de los atractivos y productos determinan el rango de convocatoria de dicho espacio. Por lo general, son integrados por Comarcas Turísticas (caso: Viedma-Patagones- Bahía Blanca) en la Region Norte Argentino, el tramo del Corredor del "Camino Real", Santiago-Termas).

Corrientes turísticas: (Flujos). Conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro formando un canal continuo de características especiales para la realización de actividades ajenas a las rutinas, generalmente para el viaje "redondo" y en muy pocas ocasiones se concede al pasajero reservar solo porciones entre puertos intermedios.

Congresos y Convenciones: Es el turismo motivado por encuentros temáticos relevantes, por el que se incentivan presencias turísticas interesadas en los temas de la convocatoria.

Cruceros: Viaje de recreo o turístico en barco, en servicio discrecional e itinerario circular cerrado, aunque puede haber otras modalidades en combinación con otros medios de transporte. El viaje en barco realiza distintas escalas y durante su travesía se organizan actividades de animación sociocultural. Los cruceros pueden ser marítimos, fluviales y lacustre. Los cruceros pueden durar desde unas horas hasta meses (vuelta al mundo, etc.), ofertándose también viajes de una o dos semanas o menos días. Este tipo de servicio conlleva el carácter de servicio todo incluido (all inclusive).

Cuentas Satélites del turismo: Conjunto de información estadística que parte de los conceptos de contabilidad nacional. Proporciona una imagen de la

situación que ocupa el turismo en la economía nacional. A estas cuentas se las denomina en ocasiones cuentas “Satélite” ya que se elaboran y se amplían a partir de los datos coyunturales de un país.

Desarrollo: Econ. Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida. Progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente las comunidades humanas.

Desarrollo sostenible o sustentable: Tal como aparece en el Informe Bruntland, es el desarrollo económico a largo plazo que debe tener en cuenta las repercusiones ambientales. El consumo de recursos necesarios para el desarrollo debe ser inferior al de su capacidad de regenerarse para no comprometer las necesidades legítimas de las generaciones futuras. Igualmente, profundiza en el replanteamiento ético y social del significado del desarrollo y en la inclusión de los activos ambientales en los cálculos económicos.

Demanda turística: Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Esta constituida por el conjunto de consumidores -o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos.

Destino: Meta, punto de llegada. Núcleo receptor de los flujos o de las corrientes turísticas, dotado de oferta, recursos y servicios que le confieren productos para la demanda. Es un lugar objetivo del viaje del turista. Lugar que dispone de infraestructura y de equipamiento turístico y que es frecuentado por turistas o visitantes, ya sea por cuenta propia o de manera organizada.

Diagnóstico: Determinar qué ocurre en un determinado sitio indicando sus características y problemas, así como las causas que determinan unos y otros. Es una interpretación de la realidad que lleva en sí misma las pautas preliminares de las posibles soluciones a encarar.

Difusión sostenida: Se denomina la acción de comunicar en forma organizada y permanente, noticias e información que -llegando al consumidor final- despierten el adecuado interés y deseo por conocer determinados atractivos y productos. Se integra en el contexto de las estrategias de comunicación integrada del Estado.

Ecología: Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su entorno. Parte de la sociología que estudia la relación entre los grupos humanos y su ambiente, tanto físico como social. Defensa y protección de la naturaleza y del medio ambiente.

La actividad turística vinculada directamente con el patrimonio natural, cultural y social tiene un impacto sobre esos medios naturales, patrimoniales, culturales y sociales. El *turismo sostenible* intenta estudiar, armonizar y equilibrar esa interacción e impacto de los flujos turísticos sobre los recursos naturales, culturales y humanos como atractivo turístico. Al constituir la materia prima del turismo, hoy el sector toma total conciencia de sus responsabilidades sobre el tema.

Ecoturismo: Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

Es una forma de turismo que respeta y revaloriza el patrimonio natural y cultural. Ceballos-Lascuráin sostiene que es “aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales”. Modalidad turística cuyo objetivo principal es la visita de espacios naturales y protegidos con finalidad científica, de contemplación de la naturaleza y contacto con los grupos humanos nativos, que minimiza el impacto ambiental y socioeconómico y que revierte directamente en la conservación de los lugares visitados.

Eficacia: Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

Eficiencia: Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

Efectos socioculturales del turismo: Influencias (positivas o negativas) que ejerce el turismo sobre el comportamiento social del individuo en las comu-

nidades, sociedades o mercados, tanto emisores como receptores. Las principales consecuencias socioculturales son las siguientes:

Sobre el emisor: a) permite una mejor calidad de vida física y mental, tanto por el descanso físico como intelectual; b) puede permitir un mejor conocimiento de otras culturas y sociedades, estrechando los lazos de comunicación y entendimiento entre los pueblos, o, por el contrario, ocasionar problemas de prejuicios raciales y xenofobia, y c) genera una actividad socioeconómica sobre el mercado receptor, pero también, puede causar fenómenos de repetición: vuelta a los mercados receptores, por trato, amabilidad, comprensión, acogimiento, precios, etc. 2. *Sobre el receptor:* a) efecto de aculturación, es decir, cambios en las pautas y hábitos de la cultura de la sociedad receptiva; b) en el ámbito laboral proporciona aumento social del empleo por la creación de nuevos puestos de trabajo, y c) modificación de la sociología rural y urbana al recibir de forma regular corrientes turísticas masivas.

Equipamiento turístico: Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistema necesario para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.

Estacionalidad turística: Concentración de viajeros en ciertos meses del año coincidente por lo común con las épocas de vacaciones estudiantiles imperantes en el país, generando lo que se ha llamado saturación y sobre demanda en alta estación.

Es un fenómeno que consiste en la concentración de la demanda en determinados períodos. Hoy se consideran **inviabiles turisticamente** las comarcas que no puedan captar clientes, un mínimo de 100 días al año, ya que el incremento de los –costos fijos- y las exigencias y necesidades sociales del personal obligan estar activos con especial demanda, gran parte del año. **Romper la estacionalidad**, es el desafío actual y futuro de los destinos turísticos. Es uno de los mayores inconvenientes que sufren los mismos.

Estrategia: Conjunto de decisiones coordinadas que vinculan los objetivos de desarrollo con las acciones necesarias para lograrlos. Medio para cumplir las recomendaciones de la política de desarrollo que constan en el plan. Incluye un programa de acción destinado a materializar la política y el plan propuestos.

Escenario: Simulación *etapa a etapa* que conduce un sistema territorial a una situación futura representada por una imagen de conjunto. Se realiza sobre la base de conocimientos científicos, información ambiental y socio-económica de conjunto (diagnóstico) y evaluación de tipos de tendencias en los procesos territoriales.

Evaluación: Es el proceso de crítica por medio del cual se determina si los objetivos estipulados fueron o no conseguidos y en caso negativo, por qué. Debería realizarse en cada paso del proceso de planeamiento.

Excursión: . Viaje organizado por una agencia de viajes, con tarifas especiales a condición de ser colectivas, paseo, sin cambio del lugar de pernocte.

Excursionista: Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él menos de 24 horas.

Facilitación Turística: Reconoce la condición interdisciplinaria del

turismo, posibilitar la coordinación e integración normativa eliminando las barreras jurídicas y administrativas a través de la cooperación de los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, persiguiendo el desarrollo armónico de las políticas turísticas.

Factor recursos de un espacio: A nivel comarcal tiene como objetivo conocer su distribución, su concentración espacial, su valor jerárquico y su valor turístico, cuyo resultado se alcanza al multiplicar el valor jerárquico por el valor de ponderación.

Factor accesibilidad: Se constituye en un factor clave en el proceso de evaluación del potencial turístico, ya que en definitiva el turismo es desplazamiento entre un centro emisor y otro receptor.

Factor equipamiento: Es importante para la configuración del producto turístico del área de estudio. Está compuesto por el alojamiento, la restauración y las actividades complementarias.

FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.): Método de análisis y evaluación de los puntos fuertes y débiles de un territorio, de una ciudad o de una empresa. El objetivo es crear una gráfica o tabla matriz resumen en la que consten todos los puntos fuertes y débiles internos para valorar el ambiente competitivo del entorno y la capacidad propia de generar y sostener las ventajas competitivas, así como las amenazas y oportunidades externas para valorar la posición competitiva con respecto al exterior. En idioma inglés: SWOT (strengths, weakness, oportunities and threats).

Franquicia: (De franco). F. Sistema mercantil por el que una entidad (franquiciadora) cede, a cambio de un canon o derecho, la explotación de un producto, servicio o marca, generalmente de reconocida solvencia, a otra entidad franquiciada (caso Sheraton Hotel, y otros).

Gasto turístico: Gasto total del consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante para su viaje o durante él y durante la estancia en su lugar de destino.

Gestión de Procesos: Conjunto de actividades mediante las cuales la empresa identifica, opera, evalúa, asegura y mejora en forma continua sus procesos.

Guía de turismo: Profesional turístico cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico. Según las normas legales argentinas, la actividad propia del guía es aquella que va encaminada a la prestación de manera habitual y retribuida, de servicios de orientación, información y asistencia al turista.

Guardaparque: Personal responsable de la administración de campo en las Áreas Protegidas (Parques Nacionales, Reservas, etc.), en Chubut ídem: Guardafauna.

Hospedaje: Lugar donde alojarse. Alojamiento y asistencia que se presta a una persona en un establecimiento hotelero.

Hábitat: Lugar de condiciones apropiadas para que viva un organismo, especie o comunidad animal o vegetal.

Hidroterapia: Tratamiento curativo de algunas enfermedades a través de baños con aguas mineralizadas; muy utilizadas en los SPA.

Hotel: Establecimiento mercantil que facilita alojamiento con o sin servicios complementarios (manutención, bar, tiendas, instalaciones deportivas, etc.), que ocupa la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo, y que reúne los requisitos mínimos establecidos en las reglamentaciones específicas. Los hoteles se clasifican en cinco categorías (de 1 a 5 estrellas), según las características de sus instalaciones, comunicaciones, zonas de clientes, servicios generales, zonas reservadas al personal, calidad de sus servicios, etc. El distintivo que lo identifica es una placa rectangular de metal, de tamaño estándar, con fondo azul turquesa y la letra H en blanco; a pie de la placa el número de estrellas doradas, según la categoría. Cuando por sus características especiales se le otorga la clasificación de cinco estrellas, "gran lujo", se especifica en el distintivo mediante las letras GL.

Los departamentos de un hotel son los siguientes: central de reservas, comunicación, recepción, conserjería, pisos, cocina, comedor, economato y bodega, mantenimiento y seguridad, lencería y lavandería, y administración.

Por su ubicación, los hoteles pueden ser *de esquí, de sierra o montaña, urbano* o *de playa*, aunque también les cabe la segmentación, en el caso de ser de temporada.

Hotelero, ra: adj. Denominase al profesional que se dedica al rubro de prestar alojamiento. En turismo es sinónimo de empresario hotelero.

Hotelbus: Unidad rodante con características similares a las de los ómnibus o gran camión, que posee además de los asientos tradicionales, alojamientos tipo literas de tren y opciones de bar y campamento anexo.

Hotel Residencia o Residencial: Establecimiento hotelero que solamente ofrece servicios de alojamiento.

Hotel boutique: Establecimiento que responde a estándares de calidad de tres y cuatro estrellas. Por su tamaño y detalles, su diferencial está en sus servicios.

Hostería: Casa donde se da comida y alojamiento mediante pago. Tradicionalmente se denomina hostería a los establecimientos de menos de 20 habitaciones con o sin servicios complementarios y un perfil de atención familiar.

Hostería y Hoteles de Campo: Ver establecimientos de alojamiento y restauración adaptados en el espacio rural.

Hosteling o Albergue juvenil: Establecimiento mercantil de alojamiento público o privado destinado a la prestación de servicios para el turismo juvenil y caracterizado por sus precios económicos. Por extensión, edificio que de forma permanente o temporal se destina a servir de cobijo y estancia para niños, jóvenes y todas aquellas personas provistas de carné de albergues, en grupos o individualmente, que deseen utilizarlo para dormir una o más noches como lugar de paso en su itinerario, o bien como marco de una actividad determinada. En inglés, *youth hostel*.

Huésped: Persona alojada en casa ajena. Cliente, que se aloja en un establecimiento hotelero o similar.

Hub: Término inglés que designa al aeropuerto donde una compañía aérea tiene establecido un centro de conexión de vuelos.

Hunting: Término inglés que significa caza.

Información Turística: Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada, en este caso el turismo.

Idea Fuerza: Idea o concepto representativo sobre un tema, capaz de actuar como disparador de nuevos conocimientos.

Imagen de Marca: Representación mental de un conjunto de ideas, creencias e impresiones, reales o psíquicas, que el consumidor considera que tiene una marca determinada para satisfacer sus deseos y necesidades.

Impacto ambiental: Toda alteración en el ambiente que afecte negativamente la calidad de vida, o que repercuta sobre las opciones de desarrollo sustentable.

Impacto turístico: Consecuencia del desarrollo turístico sobre diferentes ámbitos: económico, social, medioambiental o político. Los impactos turísticos pueden ser positivos o negativos (crecimiento del empleo, aumento de los ingresos, inflación, desplazamiento funcional, deterioro medioambiental, recuperación del patrimonio, masificación, contaminación, etc.).

Infraestructura turística:

Es toda construcción con arraigo al suelo que hace posible los servicios turísticos. Ej.: aeropuertos, puertos, rutas, obras sanitarias, etc.

Interpretación: Programa que permite valorar un recorrido o visita turística, quién valora lo que ve, mira y entiende, se persuade, degusta la calidad adicional que se le agrega a los productos turístico naturales o culturales. De allí que incrementa el efecto socio económico. Es una actividad educacional que aspira revelar los significados y las relaciones por medio del uso de objetos originales, o a través de experiencias de primera mano, por medios ilustrativos en lugar de simplemente comunicar información visual o literal. SAM Ham. Interpretación Ambiental “una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños”.

Instalaciones: Todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades turísticas. Ej.: para la práctica de ski (actividad) los medios de elevación son las instalaciones que lo facilitan.

Itinerario: Recorrido a seguir para llegar de un punto a otro. Documento escrito o impreso que describe el recorrido indicando las distancias. Es el detalle de actividades y prestaciones incluidas en los programas de actividades.

Integración: Desde los productos, que estando en una geografía cercana y homogénea están en distintas jurisdicciones políticas a la estrategia que utilizan las empresas con la finalidad de desarrollo, crecimiento, fusión, etc. Existen varias formas. a) horizontal, donde la relación es entre empresas del mismo nivel Ej. : Dos hoteles de la misma categoría; b) complementaria, donde la relación es entre empresas diferentes Ej.: hotel con línea aérea; c) regresiva, donde la relación es entre una o varias empresas y sus proveedores Ej. línea aérea y abastecedor de línea aérea; d) vertical, donde la relación es entre una empresa grande y una o varias pequeña-" Ej.: línea aérea y agencia-" de viaje.

Inventario de recursos turísticos: Consiste en la delimitación y cuantificación de los recursos a través de los siguientes métodos: a) enumeración de los mismos; b) creación de modelos de computadora donde se combinen variables descriptivas; c) técnicas desaglomerativas; d) técnicas aglomerativas. Catálogo ordenado de los lugares, accidentes naturales y atractivos culturales, así como la enumeración de los acontecimientos que son o pueden ser, mediante una adecuación, de interés para la demanda turística. La estructuración de este inventario implica recopilar los datos en forma directa.

Inventario de servicios turísticos: Catálogo ordenado de los productores de servicios relacionados directamente con el turista (Ej. agencia de viajes, hotel), como de las ocasionales empresas que proporcionan servicios indirectos al turista (Ej.: fábrica de ropa de esquí, empresas de catering para aviones).

Investigación de mercado: Diseño, obtención, análisis y comunicación sistemática de los datos y resultados pertinentes para una situación específica de un mercado que afronta la empresa (Kotler). En una actividad esencialmente "de pequeña empresa" como la turística, el Estado debe procurar asistirle, desde lo esencial, lo poco asumible individualmente, ***la información e investigación de las posibles demandas del mercado.***

Jerarquía de atractivos turísticos: Existen varios tipos de jerarquías, a saber: jerarquía 1: atractivos sin méritos suficientes para considerarlos, pero

que igualmente forman parte del patrimonio turístico pudiendo integrarse a otros de mayor jerarquía; b) jerarquía 2: atractivo con algún rango llamativo capaz de interesar a visitantes de zonas distantes que hubiesen llegado al lugar por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales; c) jerarquía 3: atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente importante actual o potencial de visitantes nacionales, por sí solo.

Know-how (saber cómo hacerlo): Indicador en idioma inglés, que sintetiza los conocimientos que se deben poseer sobre el manejo de situaciones o negocios para tener éxito.

Legislación turística: Conjunto de normas tendientes a crear un marco de ordenamiento jurídico que regule ciertas actividades y favorezca la libre competencia a través de la mejora de la calidad de los servicios. Por ser el turismo un fenómeno interjurisdiccional, en muchos casos las normas son de competencia nacional y en otros de alcance provincial o municipal.

Licencia turística: Certificado de habilitación que da la Autoridad competente para brindar determinados servicios (ver legislación turística en lo jurisdiccional).

Lobby: Palabra inglesa que significa **gestión**. En hotelería recepción de hotel, punto de ingreso o de encuentro.

Lodge: Alojamiento por lo general en lugares turísticos de pesca deportiva, y otras alternativas de campo y aventura.

Lugar de origen: . M. Patria, país donde alguien ha nacido o tuvo principio la familia o de donde algo proviene. Punto de origen del viaje, lugar o país de residencia habitual (OMT)

Marketing directo: Publicidad que se efectúa enviando material impreso al domicilio del consumidor potencial, por medio del servicio del correo o algún medio sustituto.

Marketing turístico: Conjunto de políticas y técnicas sistematizadas y coordinadas que llevan a cabo empresas y organismos públicos y privados sobre el plano local, comarcal, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y motivaciones turísticas de los consumidores, y lograr de esta forma un beneficio apropiado. El marketing turístico se distingue del marketing de productos por la naturaleza de la demanda y por las características operativas de los suministradores de los servicios turísticos. También las formas de promoción y distribución tienen sus características específicas. En el producto turístico hay tres tipos de ofertas que son complementarias: la *original*, la *derivada* y la *complementaria*. La primera se refiere al entorno físico, climatológico, histórico y humano, también se le denomina recursos turísticos; la segunda comprende la infraestructura de transporte, hotelera, extrahotelera, organizadora de viajes, etc.; y la tercera, a las instalaciones deportivas, recreativas y de esparcimiento. **La planificación en el marketing turístico se basa fundamentalmente en el análisis de la demanda, en la selección de los mercados objetivo y en la definición del producto a ofrecer, considerando las características de los suministradores, así como los sistemas de distribución y los medios de promoción a utilizar.**

Medio de transporte: Es el que utiliza el visitante para su desplazamiento entre el lugar de residencia habitual y los lugares visitados. Se clasifican en aéreo, acuáticos y terrestres.

Medio ambiente: Conjunto de condiciones internas o externas, o de ambas a la vez, en las cuales un organismo o una comunidad se desarrollan.

Medios de elevación: Alternativas de transporte por cable que permite el traslado de pasajeros y turistas en la montaña.

Mercado: Lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen mercaderías o servicios y en donde se transfiere la propiedad de un título. Un mercado puede definirse también, como el conjunto de la demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio, o simplemente como la confluencia de la oferta y la demanda.

Mercado turístico: Lugar o situación donde se comercia entre compradores (turistas /empresas) y vendedores. Sitio donde existe capacidad de gasto,

donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).

Meta: Cuantifica el objetivo y establece un plazo para alcanzarlo. Es concreta y sirve inmediatamente para la acción. Ej.: objetivo es incrementar las visitas guiadas en la Ciudad de Salta de cinco a diez mensuales en los próximos tres (3) años.

Motivación: Conjuntos de elementos o factores que determinan el desplazamiento de los individuos, predisposición de una o grupo de personas para actuar de una determinada manera. Estadísticamente, es el motivo principal de la visita, es el motivo sin el cual el viaje no se hubiera realizado. Prestigio, estatus, moda, religión, interés científico o político, relajación, descanso, curación, practica de deportes, juegos de azar, placer, diversión, espíritu de aventura, visita o descubrimiento. Contacto con familiares y amigos, son algunas de ellas.

Multiplicador de transacciones del turismo: Índice que identifica el aumento de la actividad empresarial en otros rubros de la economía debido al ingreso de divisas de los turistas, relacionando el volumen de las ventas en todos los rubros con el gasto inicial del turismo.

Multiplicador del empleo del turismo: Índice que muestra el aumento del empleo por el ingreso de divisas generado por el turismo. Los empleos generados por empresas relacionadas con la actividad turística serán directos; los generados por empresas y/ o actividades que brindan productos o servicios a las primeras o a los turistas serán indirectos.

Multiplicadores del ingreso por turismo: Indicadores que muestran cómo se reproduce el dinero en la economía de un lugar originados por el ingreso de divisas de turistas, que serán distribuidos en sueldos, utilidades, alquileres, pagos de impuestos, servicios y otros insumos. El ingreso que reciben las empresas turísticas es ingreso directo; el que reciben las empresas que le brindan bienes y servicios a éstas o al turista es indirecto; y tales desembolsos generan a su vez toda una serie de efectos inducidos porque quienes los reciben los destinan a la compra de otros productos y servicios. Los multiplicadores del ingreso de su voz generan los multiplicadores del empleo, de transiciones y del out-put o tablas in-put / out-put.

Management: Según Peter Drucker consiste en definir la misión y objetivos de la empresa, organizar y motivar a los recursos y energías humanas, para cumplir con lo definido.

Monumento Natural: Son áreas, especies (vegetales o animales) u objetos que poseen protección absoluta por su valor natural o cultural. Puede ser monumento natural una selva, un lago o hasta una especie, como en nuestro medio la **ballena franca austral** (las del mar Patagónico-Argentino). Un monumento natural puede formar parte de una reserva (cualquiera sea su jurisdicción) en cuyo caso, además de las tareas de control y administración del conjunto recibe una atención especial por poseer interés más extenso que los propios del área que lo contiene. Dado que los motivos de creación son asegurar la conservación de un objeto o una especie, en los monumentos naturales, se prohíbe cualquier tipo de manipulación sobre el mismo, regulando incluso las investigaciones científicas y las inspecciones. Trata de llegar al último grado de protección o monumento inviolable.

Negocio sustentable: Es aquel que sea capaz de integrarse a las demás actividades económicas y sociales y que provoque los mínimos daños ambientales posibles. Ver además turismo sostenible.

Nicho de mercado: Segmento específico de consumidores, no atendido por empresas de productos y/o servicios. Existe una estrategia llamada especialización a través: de la cual se logran conocimientos habilidades para generar productos o servicios que los satisfagan.

Nieve: (Del lat. nix, nivis). f. Agua helada que se desprende de las nubes en cristales sumamente pequeños, los cuales, agrupándose al caer, llegan al suelo en copos blancos.

Nieve compacta: Aquella nieve prensada por la acción del tiempo y las diferentes capas que ha recibido. Cuando más compacta está, más durabilidad tiene.

Nieve en polvo: Es la nieve deseada por los esquiadores, aquella que facilita los giros y brinda rapidez, sin perder adherencia. También llamada nieve seca.

Nieve artificial: Nieve fabricada a través de un sistema de elaboración mediante un proceso en el cual se agrega agua y aire a altísima presión, y como resultado unos cañones lanzan copos que cubren una superficie esquiabile. Para que la misma se mantenga firme el piso debe estar cubierto por una capa de nieve natural: que es aquella que cae por acción de la temperatura y presión ambiental reinante en una zona.

No Show: Huésped que tenía la reserva confirmada y no se presenta (aéreo). Pasajero que habiendo confirmado el vuelo no se presenta a embarcar. En ambos casos puede corresponderle una multa por ello.

Noche polar: Tiempo durante el cual no sale el sol en las zonas cercanas a los círculos polares. Se vende como un acontecimiento turístico programado, ya que se celebran fiestas especiales y coincide con la iniciación del invierno en cada hemisferio.

Nodos: Ubicación de un recurso turístico o población. Representan la interacción entre la oferta y la demanda. Pueden ser de origen o de destino.

Normas ISO: Las normas ISO 9000 son normas de "calidad" y "gestión continua de calidad", establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad sistemática orientada a la producción de bienes o servicios. Se componen de estándares y guías relacionados con sistemas de gestión y de herramientas específicas, como los métodos de auditoría.

Objetivo: Es la imagen de un estado de cosas, futuro que interesa obtener y hacia cuya consecuencia se orienta la acción.

Ocio, o tiempo libre: Es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo o de recuperación (sueño, comidas, etc.) es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna. El ocio permite mediante la evasión reparar los desgastes psicofísicos. Tiempo del que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo u obligaciones generales. Ver Tiempo Libre.

Oasis: Paraje o sitio aislado en medio de un desierto cuya importancia se debe a la existencia de agua de manantial, de pozo artesiano y/o de un curso fluvial temporario que permite el crecimiento de determinadas especies vegetales y el asentamiento humano.

Oferta turística: Conjunto integrado por bienes, prestaciones y atractivos turísticos de diferentes tipos que permiten satisfacer las necesidades de los turistas.

Oferta turística principal: Conjunto de atractivos turísticos que producen aquellas motivaciones que dan origen a los desplazamientos y que determinan la producción de servicios. Este conjunto de atractivos que debe considerarse, integra a su vez el patrimonio turístico del lugar, de una región o país. También denominada oferta turística primordial.

Oferta turística secundaria: Consecuencia de la oferta principal, se refiere a los diversos factores que hacen posible y facilitan el traslado y la permanencia de los individuos en viajes turísticos. Incluye la infraestructura, la estructura y la superestructura turística.

Oferta turística tradicional: Es aquella que integra las "modalidades tradicionales de turismo". Ej. : Turismo de sol y playa en Mar del Plata, sierras en Córdoba.

Oficina de pasajes: Punto de venta de una empresa de transporte (aéreo, terrestre, marítimo), donde se comercializa directamente al público.

Organización: Conjunto de personas e instalaciones con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones.

Organismo Oficial de Turismo: Organización estructurada por el Estado con responsabilidades en materia turística, cuyo principal propósito es optimizar el crecimiento del turismo, para maximizar de este modo, su contribución al

desarrollo económico y social, de un lugar o de una jurisdicción. Según su jerarquía puede ser: Ministerio, Secretaría, Dirección, etc.

Oferta turística: Es el conjunto de atractivos y servicios puestos a disposición del mercado.

Origen: Es el lugar en el que el visitante tiene su residencia habitual en el momento de realizar un viaje.

Paisaje: Parte de un espacio geográfico que puede captarse de una sola mirada y que posee unidad en su conjunto. Está integrado por la combinación de elementos inorgánicos y orgánicos en continua evolución. Estructura y distribución espacial de todos los componentes bióticos y abióticos, de un determinado lugar (OMT). Espacio cambiante, diferenciado y localizable por su emplazamiento, posición, altitud y coordenadas; diferenciado por su historia, que lo convierte en único y cambiante, por las modificaciones físicas a las que constantemente está expuesto.

Potencialidades : Fortalezas y oportunidades existentes. Alternativas de utilidad para la solución de los conflictos o el desarrollo de nuevas oportunidades.

Paquete turístico: Conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

Parque Temático: Es el turismo que tiene como motivación la visita de algunos destinos que cuentan con atracciones especiales sobre temas concretos, caso "Disneyworld", atractivos convocantes creados por el hombre.

Participación: (Del lat. participāre). intr. Dicho de una persona: Tomar parte en algo. Proceso de dialogo creativo que posibilita transformar a los actores de los trabajos de programación o planificación, en autores y por convicciones incorporadas fiscalizadores de procesos proyéctales.

Plan: Proceso integrado de actuaciones que abarca todas las facetas de la materia a planificar (*en este caso el turismo*), y que orienta el alcance de sus metas tanto en el corto, como en el mediano y el largo plazo. Se trata de un proceso planificado que se prepara para incorporar las altas incertidumbres de todo proceso complejo (cambios políticos, económicos, sociales, naturales, etc.) pero que por esa misma plasticidad no prepotente, pueda mantenerse sustentable en un lapso de tiempo mucho mayor. (caso, Plan Federal de Turismo, 2005-2016).

Premisa: Deseabilidad de los distintos actores que redactaron un Plan respecto de la iniciativa a desarrollar en cada campo de actuación.

Producto Turístico: Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o la expectativas de los turistas.

Producto Sol y Playa: Es la modalidad de turismo que aprovecha las ventajas de la naturaleza (litoral costero en mares, ríos y lagos) y las buenas condiciones climáticas.

Producto Fiestas Populares/ Artesanías: Las artesanías, las ceremonias y festividades típicas, como así también los trajes tradicionales, suelen despertar especial interés en muchos turistas convirtiéndose en una fuente importante de ingresos para los residentes de una comarca o zona turística.

Parque de atracciones: Instalación deportiva y de entretenimiento dotado de un importante equipamiento en espacios cubiertos y al aire libre, en general apto para todo público, cuya finalidad es el entretenimiento y la diversión. Ej.: Disneyworld en USA.

Parque Nacional: Áreas a conservar en su estado natural que sean representativas de una región fitoogeográfica y tengan gran atractivo en bellezas escénicas o interés científico, las que serán mantenidas sin otras alteraciones que las necesarias para asegurar su control, la atención del visitante y aquellas que correspondan a medidas de defensa.

Pueden ser también Provinciales o Municipales según creación y Estado que las crea y administra. La mayor parte de los países del mundo tienen esta figura organizada en sistemas Nacionales de Parques y Reservas Equivalentes.

Pasajero /passenger /Pax: Persona que pagó un pasaje para ser transportado en un medio de transporte con el consentimiento de la empresa, según las condiciones que estipule el contrato correspondiente.

Parque Temático: Son los espacios orientados a desarrollar todas las actividades que permitan comprender un tema en profundidad. Las temáticas de estas instituciones pueden ser tan variadas como lo son las actividades del hombre aunque generalmente se materializan en episodios históricos o del estudio de las ciencias naturales. Coexisten en un parque temático además de la observación del tema que los motiva, dramatizaciones, realización de artesanías, actividades artísticas o científicas con participación dinámica de los visitantes.

Parque paleontológico: Variante de parque temático que ofrece a los visitantes la posibilidad de experimentar paleontología de campo, o sea de tener la chance de observar el origen y la presencia de los fósiles en su entorno natural. Ej.: el parque paleontológico Bryn Gwyn en la Provincia de Chubut, Argentina.

Patrimonio: El patrimonio (natural y cultural) comprende los bienes muebles e inmuebles, tangibles o intangibles cuyos valores intrínsecos los convierten en únicos e irremplazables.

En contraposición con otras épocas, forman parte del patrimonio, tanto los bienes que poseen características históricas como los de producción contemporánea si responden a la idea de revalorizar el presente y la historia que en ellos se *desarrolla*. Existe la tendencia a referenciar un patrimonio vivo que tenga en cuenta las necesidades de la gente y que permita *establecer* claramente que es lo que tiene valor para la sociedad hoy. Las reflexiones sobre el patrimonio generaron, y generan, permanentemente, documentos que contemplan diversos aspectos.

Patrimonio turístico: Se define por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura

(dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).

Patrimonios Mundial / Sitio: Son áreas protegidas que han sido categorizadas como tales por la convención del Patrimonio Mundial de la UNESCO. La denominación de Sitio de Patrimonio Mundial, por lo expuesto, implica exclusivamente un compromiso en la jerarquía de preservación que supera el interés Nacional. Estos sitios son considerados los más importantes del planeta, además de ser -en todos los casos- representativos de algunas de las áreas naturales o culturales exclusivas. Una motivación importante en el turismo es la visita a los sitios naturales y culturales incorporados a la Lista del Patrimonio Mundial por la UNESCO, los cuales son considerados de valor excepcional y exclusivo para la humanidad. Se trata de formaciones físicas, biológicas y geológicas, y especies de flora y fauna con valor científico o para la conservación. Asimismo, incluye monumentos o grupos de edificios con alto valor histórico, estético, arqueológico, científico, étnico o antropológico. En Argentina: Cataratas del Iguazú, Los Glaciares y Península Valdés, entre otros.

Pesca Deportiva: Modalidad que consiste en realizar excursiones para pescar en ríos, mares o lagos. En general es una actividad reglamentada con períodos de veda, especies y peces de poco tamaño (prohibidos para capturar). Algunas formas, como la pesca con red, están prohibidas en algunos lugares. Existen varias modalidades: trolling, spinning, fly casting, pesca desde la playa.

Pistas de ski: Área preparada en la ladera de la montaña antes de la nevada, a los efectos de sacar árboles, grandes piedras, para que al caer la nieve natural, tenga suficiente altura y pueda utilizarse para el deslizamiento de los esquiadores. Según los grados de dificultad, las mismas pueden ser a) muy difíciles, marcada en mapas con color negro; b) difícil, color rojo; c) intermedio, color azul; d) fácil, color verde; y otras pistas para motos de nieve o principiantes.

Plan de desarrollo: Estudio que analiza varias áreas a desarrollar en conjunto, ya a través de una serie de etapas (fijación de objetivos, metas, diagnóstico, estudio de la oferta y demanda, etc.) cuya finalidad principal es la de coordinar la "acciones de los sectores de la economía que influirán en el proceso. Si participan todas las áreas de la economía de un país se denomina plan global de desarrollo.

Plan de manejo: Proceso que parte del análisis de las condiciones y recursos de los territorios para determinar los objetivos de uso turístico y protección ambiental. Ver: además, zonificación y zonas de manejo.

Planta turística: Es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones.

Política pública: Los Gobiernos son conjuntos de organizaciones (Ministerios, Secretarías, Direcciones, Empresas Públicas, Juzgados, Escuelas, Hospitales, etc., que combinan recursos –normativos, humanos, financieros y tecnológicos- y los transforman en políticas para atender los problemas de los ciudadanos, controlar sus comportamientos, satisfacer sus demandas y lograr impactos favorables en lo social, político y económico.

Política turística: Es un modelo de planificación organizado por una esfera administrativa (nacional, provincial o municipal). Contiene las pautas para el desenvolvimiento del área en un tiempo predeterminado. Es el conjunto de decisiones en materia turística que integrados armoniosamente en el contexto de una política de desarrollo, orientan la conducción del sector y norman las acciones a seguir, las cuales se traducen en estrategias, y cursos de acción, dentro del sector.

Presupuesto: Es el cálculo de los costos de las distintas acciones que intervienen en el programa de acción y o promoción. Constituye la concreción financiera del programa.

Programa: Conjunto ordenado y sistematizado de acciones desarrolladas en un tiempo determinado.

Programa Turístico: Descripción pormenorizada presentada en un folleto promocional, el cual contiene el itinerario, las excursiones, las tarifas y todo lo concerniente a las actividades del viaje.

Promoción: Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

Propaganda: Intento deliberado de un individuo o grupo para formar, controlar o alterar las actitudes de otros grupos mediante el uso de instrumentos de comunicación, con la intención de que en cualquier situación, la reacción de aquellos este influenciada por la deseada por el propagandista.

Planificación: Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.

Proyecto: (Del lat. proiectus). Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva. Constituye uno de los elementos o partes de un programa.

Publicidad: Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc. Los canales utilizados son los medios de comunicación de masas.

Público objeto: Persona o grupo de personas hacia quienes van dirigidas todas las acciones de comunicación y comercialización.

Puesta en valor: Acondicionamiento, reparación y/o restauración de la infraestructura, atractivo o servicio turístico de una ciudad.

Puesta en mercado: Adecuación de un lugar, comarca o corredor para poder ser comercializado turísticamente.

Recreación: Conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia, con el objeto de divertirse, alegrarse o deleitarse. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o

en espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva (balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).

Recreacionista: Quien efectúa su recreación a menos de 300 Km. de su residencia habitual.

Rally: Competencia de automóviles o motocicletas que se realizan por lugares con dificultades. Ej.: Sierras de Córdoba,

De jerarquía internacional. *Camel Trophy* que se lleva a cabo cada año en un país diferente. Dakar, en 2009, 2010 en Argentina y Chile.

Raid: Expediciones o viajes largos con fines deportivos. Pueden ser por agua, aire o tierra.

Rafting: Deporte que se practica descendiendo por caudalosos ríos de montaña de corrientes rápidas en botes neumáticos o balsas de goma y donde los pasajeros se ubican en los bordes y en algunos casos utiliza remos. Van acompañados por guías especializados y se realizan en trayectos previamente probados para brindar al turista la máxima seguridad. Hay de diferentes niveles de acuerdo al grado de peligrosidad y acción. Si el grado es I ó II se llama floating, si es de III a VI se denomina rafting. Ej.: rafting en el río Futaleufú, límite y sinuosidades en Palena- Chile.

Región turística: Es el espacio mayor para el planeamiento o la integración que lleve al desarrollo turístico. Conjunto de provincias cuya composición espacial se estructura de acuerdo a una oferta turística, homogénea, por productos, que permita coordinar políticas y estrategias para un mejor desarrollo. Ej. Norte, Litoral, Cuyo, Centro, Patagonia, en Argentina.

Reserva natural: Es un área físicamente poco transformada por la explotación humana, donde las autoridades han adoptado medidas adecuadas para proteger los rasgos ecológicos o estéticos que hayan motivado la creación de la reserva.

Reserva especial: Es un área donde las autoridades han adoptado medidas para asegurar la continuidad de una especie o una categoría de organismos por medio de protección o manejo adecuado (reservas de fauna, flora, cotos de caza, santuarios ornitológicos, reserva geológica, reserva forestal, etc.).

Reserva Nacional : Es una región establecida para la conservación de las riquezas naturales bajo el control oficial nacional, en las cuales reciben prioridad la conservación de la fauna, de la flora y de las principales características fisiológicas y bellezas escénicas y de las asociaciones bióticas y del equilibrio ecológico.

Ruta turística: Se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos.

Ruta o Sendero de interpretación peatonal: Vía de circulación peatonal que posee señalización, carteles informativos e indicadores de comportamiento hacia el ambiente, cuyo objetivo es favorecer la vivencia directa con el medio, y con ello lograr su conservación.

Ranchomovilismo: Modalidad de desplazamiento turístico que ofrece la combinación de medio de transporte y alojamiento posibilitando el pernocte en áreas delimitadas para el campamentismo permitiendo un mayor acercamiento a la naturaleza. Pablo García Sigüero fue su propiciador Argentino. Ej.: el empleo de casas rodantes.

Rapel: Maniobra en escalada que consiste en deslizarse hacia abajo colgando de una cuerda doble atada a un arnés.

Ratio de equipamiento: Índice que se calcula sobre la base de una fórmula donde se divide el área de un lugar sobre las plazas (o camas) por la cantidad de turistas que concurren al mismo, e indica si la localidad está lo suficientemente preparada para recibir cierta cantidad de turistas.

Regata: Carrera de velocidad o regularidad para veleros u otro tipo de embarcaciones. Ej.: la regata BUE-Río y regreso que navega en las costas de la Argentina y Brasil.

Región Tursitica (En Argentina, Brasil, EE.UU., Canada y grandes países del planeta : Partes del territorio homogéneos en sus principales partes que poseen similares indicadores económicos (comercio, industria, agricultura, etc.) y de desarrollo social (alfabetización, salud, salarios, etc.). En Argentina: Litoral, Norte, Cuyo, Centro, Bonaerense y Patagonia.

Refugios: Construcción muy sencilla que posee servicios elementales como cocina a leña y en algunos casos camas, destinada a proporcionar resguardo a personas que se ven obligadas a protegerse en forma inmediata de las inclemencias del tiempo por períodos cortos (por lo general no más de un día). Usualmente, se ubican en las áreas naturales donde se realizan travesías por ejemplo dentro de un parque nacional. Los mismos pueden ser privados o públicos, estos últimos suelen ser gratuitos. Cualquier tipo de construcción, especialmente en zonas inhóspitas, utilizada para protegerse de toda inclemencia. Ej.: refugios de alta montaña.

Refugio de interpretación: Carteleras de informes, con algún tipo de cubierta incorporada que se emplazan en lugares relevantes, por lo general en puntos panorámicos, dentro del atractivo natural. La finalidad es que el transeúnte no sólo vea, sino que mire, observe y lea sobre el atractivo presente.

Sectores (productivos) : Parte de un sistema. En el sentido económico más estricto, normalmente se distinguen los siguientes: **primario** (agricultura, ganadería, pesca, minería), **secundario** (empresas industriales y de transformación), y **terciario** (servicios). Este principalmente abarcaría el conjunto de actividades que están dirigidas a satisfacer las nuevas demandas de una sociedad con posibilidades crecientes de tiempo libre u ocio, las que en el mayor índice multiplicador se encuentran las que se integran en el turismo (los espectáculos, la gastronomía, los viajes, la información, etc.).

Sector Terciario: Parte de la economía de un país constituido por las **empresas de servicios**, tales como: turismo, transportes, servicios bancarios, seguros, comercio, etc. Debido a la importancia que va adquiriendo el tiempo libre en las sociedades contemporáneas y las empresas dedicadas a facilitararlo el sector ha pasado a liderar los volúmenes de

generación de riqueza del mundo en lo Global, y la actividad turística en lo particular al valorizarse sus efectos multiplicadores con incidencia en la creación de puestos de trabajo y riqueza.

SUITA: Sistema unificado de información turística argentina, responsable de relevar y organizar este servicio turístico (antes SINDIT en Argentina).

SITA: Unidades de información turística

Seguridad Turística: Entendemos por seguridad turística, la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.

Servicios: Cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada. Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de algo. Su producción puede o no estar ligada a un producto físico.

Safari: Vocablo de origen árabe, que significa viajar. En la actualidad, se asocia a safari de caza.

Safari 4x4: Travesía en vehículos con tracción en las cuatro ruedas.

Safari acuático: Expedición submarina, que tiene como objetivo la caza de peces de mediano y gran tamaño, en zonas de arrecifes coralinos con la utilización de arpones.

Safari de caza: Expedición que tiene como objetivo la caza de animales. Los mismos pueden ser de caza mayor (grandes animales), o de caza menor (pequeños animales y aves).

Safari fotográfico: Expedición que tiene como objetivo un sano acercamiento e interpretación de la flora y la fauna con la finalidad de tomar fotografías. Se desarrolla a partir de la toma de conciencia de la desaparición de especies animales en manos de cazadores.

Salones: Propio de los hoteles de mediana y alta categoría, aptos para reuniones, conferencias y banquetes, con capacidades variables.

Salones de Hoteles de usos múltiples: Aquellos espacios que disponen los hoteles y cruceros para la realización de congresos y convenciones u otros eventos. Algunos hoteles incluyen servicios de traducción simultánea, equipamiento audiovisual y proyecciones, servicio de secretaria y de computación, etc. Los hoteles que pretenden vender este producto, deben contar con varios de ellos, de diferentes tamaños y equipamientos.

Samoterapia: Tratamientos de algunas enfermedades por medio de la aplicación de arena seca a determinada temperatura sobre el cuerpo humano.

Sandboard: Surf sobre la arena, especialmente en playas con dunas utilizando una tabla similar a la de skate, pero sin ruedas. Según la superficie existen tres variables: a) arena polvo, en médanos móviles cercanos al mar. Es la mejor calidad y permite el deslizamiento; b) arena en terrón, con mayores irregularidades duras en la bajada y c) arena piedra, es la más difícil. Ej.: la práctica en la ciudad de Iquique, Chile, consideradas las mejores dunas de arena en polvo de América del Sur.

Sistema turístico: Sistema abierto de cinco elementos interactuando en un amplio medio ambiente físico, social, cultural, político, económico y tecnológico. Conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos. Dentro del gran conjunto se encuentran los subconjuntos transporte, alojamiento, alimentación, amenidades, establecimientos comerciales y los servicios complementarios.

Sitios: Las localizaciones naturales, culturales o recreativas, en un pequeño ámbito que se registran para la conservación y/o se habilitan en los programas de uso turístico. Considerados como tales, las obras humanas u obras

conjuntas del hombre y de la naturaleza, así como las zonas arqueológicas que poseen un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

Sitio histórico cultural: Lugar de significación histórica y cultural de importancia en el ámbito local, regional o nacional. La utilización turística se basa en la protección e interpretación de su significado. Puede ser un sitio en donde se libró una batalla, la casa de un prócer, etc.

Skeeper: Huésped que se retira del hotel sin abonar su cuenta.

Ski alpino: Práctica turístico-deportiva competitiva o recreativa, que consiste en deslizarse con esquíes más cortos que para otras modalidades, fijos en su totalidad a los pies y bastones, por terrenos montañosos de pendiente pronunciada, de descenso rápido, cubiertos de nieve. En competiciones, adopta las categorías: slalom, slalom gigante, slalom súper gigante, ski paralelo, saltos, y descenso.

Ski back country: Ver ski nórdico.

Ski de arena: Deporte sobre skates, esquíes o tablas de surf a vela, que se practica en la playa.

Ski de fondo: Ver ski nórdico.

Ski de nieve: Deporte de invierno que consiste en deslizarse por la nieve sobre esquíes y tiene variantes como las de tipo nórdico y alpino.

Ski de travesía: Práctica deportiva, similar al ski nórdico, pero donde los esquíes llevan una piel similar a la de foca, para evitar el retroceso del mismo en una subida muy pronunciada.

Ski náutico: Deporte que se practica sobre el agua, donde la persona va parada sobre una o dos tablas de fibra o madera, fijadas a los pies, que es tirado a través de una soga y un manillar, por una lancha o medios mecánicos aéreos como el cable ski. Muy desarrollado en zona de ríos o lagos.

Ski nórdico: Práctica deportiva de carácter competitivo o recreativo, sobre un terreno plano o semiplano, cubierto de nieve. Se usan esquíes más finos y más largos que para otras modalidades, y los pies quedan móviles. Ej.: centro de ski Tierra Mayor, Ushuaia, Argentina. También denominado de fondo.

Sküng driving: Deporte que se practica en motos de nieve sobre pistas de ski habilitadas.

Skiweek: Paquete de siete noches que incluye clases de ski, equipos, medios de elevación, etc.

Sled dog week: Paquete vacacional que incluye además de todos los componentes de un paquete de una semana, travesías en la nieve en trineos tirados por perros Siberian Huskies y actividades de nieve como esquí de fondo, caminatas con raquetas de nieve, etc.

Sleeper seat: Asiento cama, que se reclinan casi a nivel horizontal, que se ofrecen como servicios de lujo de los diferentes medios de transporte.

Sostenible / Sustentable: adj. Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, por ejemplo un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes.

Es ya una meta in cuestionada en el sistema de las Naciones Unidas, que los países deben procurar que su crecimiento económico sea compatible con el aumento de la equidad social y el mantenimiento de sus ecosistemas. El turismo sustentable es el desarrollado en armonía con los recursos Naturales y Culturales a fin de garantizar beneficios perdurables, tanto para las generaciones presentes, como para las futuras.

Superestructura turística: Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

Segmento de mercado: Conjunto homogéneo de clientes agrupado en base a una o varias variables socioeconómicas.

Sitios Ramsar: Estas áreas naturales protegidas toman su nombre de la Convención sobre los humedales realizada en Ramsar, Irán, en el año 1971. Los sitios RAMSAR incluyen una gran variedad de ambientes, marismas, pantanos, turberas y la costa marina hasta una profundidad de 6 metros con marea baja, en los que la presencia del agua como elemento característico los diferencia de otros ecosistemas terrestres, a la vez que juega un rol fundamental en la determinación de su estructura y funciones fundamentales. Pese a que la importancia de los humedales resulta hoy esencial para el desarrollo y bienestar de la humanidad, durante siglos fueron considerados tierras marginales, las que debían ser drenadas o «recuperadas» para mejorar las condiciones sanitarias, o bien para afectarlos a la producción. La toma de conciencia con respecto a la importancia del agua como elemento vital pero escaso refuerza la necesidad de conservar estos sitios que actúan como reguladores de los excesos y deficiencias hídricas, independientemente del valor turístico, cultural y económico que supone el conservarlos. En la Argentina son Sitios Ramsar: Esteros del Iberá en Corrientes, Bahía de Samborombón, Bahía de San Antonio Oeste, Playa Fracaso en Península Valdés y Costa Norte de Tierra del Fuego, entre otros.

Sendero de interpretación: Vía de circulación que posee señalización, carteles informativos e indicadores de comportamiento hacia el ambiente, cuyo objetivo es favorecer la vivencia directa con el medio, y con ello lograr su conservación. Los rasgos culturales e históricos pueden agregar dimensiones al diseño, para optimizar el valor su localización.

Turismo: (Del ingl. tourism). Es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos, recursos que no provienen del lugar visitado.

Turista: Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual, pernocta y permanece en él más de 24 horas.

Turismo activo: Es una modalidad mayoritaria hoy de turismo cuya motivación principal es que el turista sea protagonista en la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales del lugar, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la protección del patrimonio natural y cultural del sitio visitado.

Turismo social: Tipo de turismo que realizan los segmentos de la población que tienen una situación especial en cuanto a edad, poder adquisitivo, posición social, etc. Entre estos segmentos se encuentran los jóvenes, las familias trabajadoras y la tercera edad. El turismo social se constituye también como un instrumento de política social, contribuyendo de este modo a una mejor calidad de vida e, indirectamente, al mantenimiento de la actividad empresarial en temporada baja. La Administración pública es el principal agente impulsor y facilitador del turismo social pero no el único; porque en el mismo sentido actúan empresas e instituciones tanto de carácter gremial, comercial o lucrativo como de carácter benéfico o religioso privados, sin finalidad lucrativa.

Turismo de sol y playa: . Actividad turística que consiste en el descanso acompañado de buen clima con zonas o comarcas turísticas marítimas, donde los elementos esenciales son el sol, la playa y los baños de mar.

Turismo tradicional: Con este nombre se referencia al turismo histórico predominantemente, estático, que fue desplazado en la demanda del mundo, particularmente desde la década de los años ochenta por el turismo activo en que el viajero busca participación y protagonismo.

Turismo Responsable: El turismo responsable tiene su marco en los siguientes criterios: Responsable en el uso y el manejo de atractivos y de los recursos de un país, región, comarca y con la comunidad. Respetuoso de las formas de vida de cada comunidad y de sus formas de producción y organización. Honesto al presentar el producto siempre en su mayor autenticidad. Educativo, ya que propicia información, transparente y permanente. Interactivo, por la experiencia viva en el contacto con culturas y ambientes. Democrático, ya que los beneficios se distribuyen en todos los niveles de prestaciones.

Turismo emisor: Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.

Turismo fronterizo: Forma de turismo que se realiza en ambos sentidos en una frontera.

Turismo internacional o receptivo: Se compone del turismo de extranjeros que llegan al país.

Turismo interno: Es el que realizan los habitantes de un país sin salir de su propio territorio.

Turismo itinerante: Es aquel en que la estancia durante el tiempo vacacional se realiza en distintos centros turísticos.

Turismo Arqueológico: Es la modalidad de turismo que tiene por objeto conocer, interpretar y reflexionar sobre el presente de una zona o región a través de los restos materiales que legaron los habitantes del pasado.

Turismo Científico: Es una modalidad de turismo que conjuga la ciencia académica y la educación ambiental con el fin de satisfacer necesidades culturales, educativas y recreativas de los turistas. Asimismo tiene la particularidad de que los turistas comparten el trabajo de investigadores de campo con el propósito de aprender de ellos.

Turismo Cultural : Es aquella modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y/o participación en forma activa de las manifestaciones culturales de los pueblos a través de un contacto directo con sus costumbres, su folklore, su arte, su ideología, su lengua, su modo de ver el mundo y su desarrollo.

Turismo de Aventura: Viaje o excursión con el propósito específico de participar en actividades en un medioambiente natural, para explorar y vivir una nueva experiencia, suponiendo generalmente el factor riesgo y cierto grado de destreza o esfuerzo físico asociado a desafíos personales.

Turismo Deportivo: Es la modalidad de turismo cuya principal motivación es la práctica de algún deporte, o la participación como espectador motivado en una determinada competencia deportiva.

Turismo de Incentivos: Es una de las modalidades de *premios* con los que son reconocidos los empleados de empresas que alcanzan por propia voluntad determinados objetivos, obteniendo mejores resultados en su trabajo.

Turismo Salud: Es la modalidad de turismo cuya motivación principal es la búsqueda del bienestar humano. Se da en forma genuina en los lugares que posean recursos termales. Por ejemplo: Termas de Río Hondo, Termas de Reyes, Rosario de la Frontera, Cacheuta, Copahue, o sur de la Región Litoral. Esta variable puede estar combinado con otras motivaciones (*descanso, gastronomía, naturaleza*). También se entiende como Turismo Salud al viaje cuyo objetivo es acceder a servicios médicos que por varios motivos no se encuentran en el lugar de residencia.

Turismo Étnico: Es el tipo de turismo que tiene por objeto tomar contacto con los pueblos originarios y/o de inmigrantes que habitaron el territorio nacional, a fin de conocer sus costumbres, tradiciones y creencias, gastronomía. Esta modalidad también comprende la visita a la tierra de los antepasados buscando vivir la cultura de los ancestros.

Turismo Geológico Es aquel que tiende a revalorizar, difundir y obtener conocimiento de zonas y regiones geológicas, mediante la exploración del territorio a pie, o utilizando los medios de transporte que se adecuen a las características de dichos itinerarios.

Turismo Idiomático y Educativo: Los programas de estudio e intercambio cultural encuadran a personas o *pequeños grupos de personas* que tienen interés por visitar otros países, y reunirse con residentes del lugar, con el objeto de ampliar sus conocimientos de cultura general e idiomas.

Turismo Minero: Es aquella modalidad de turismo que tiende a revalorizar, difundir conocimiento de los sitios, zonas y regiones mineras y geológicas. El atractivo es la exploración de minas activas e inactivas, a pie o utilizando los medios de transporte que se adecuen a las características del lugar.

Turismo Religioso: Es el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual con el objeto de visitar lugares santos, centros de peregrinaje, basílicas, iglesias, catedrales, monasterios y/o asistir a encuentros y festividades religiosas.

Turismo Rural o Agroturismo: Modalidad de turismo que se desarrolla en un medio rural, combinando el descanso con el contacto próximo al entorno natural. Con frecuencia, la prestación del servicio tiene lugar en antiguas pero remodeladas casas de Campo, Estancias o Granjas, emplazadas en lugares rurales. Desde un punto de vista económico supone la promoción y el desarrollo de espacios rurales.

Turismo Urbano: Se desarrolla principalmente en aquellos núcleos urbanos considerados puntos de entrada a las regiones o zonas turísticas, base para las giras o paradas esporádicas. Son lugares de concentración de servicios, cuentan con sus propias atracciones y suelen ser sede de importantes negocios, congresos y convenciones.

Trenes Turísticos : Es la modalidad que utiliza el servicio ferroviario que funciona como un atractivo turístico en sí mismo, debido a su valor histórico y su recorrido paisajístico.

Temporada Turística: Período de tiempo habitual para el desarrollo de actividades turísticas. En ese período se produce un mayor o menor flujo o visita de turistas hacia un destino determinado (dependiendo de la temporada, alta o baja, en la que se desarrolle), motivado por factores climáticos (verano o invierno) sociales (períodos vacacionales), etc.; ver Estacionalidad.

Tiempo Compartido (Multipropiedad o time-sharring): Sistema de propiedad que supone la obtención de un derecho de uso y goce sobre un bien inmueble, por un tiempo determinado cada año (una semana, una quincena, un mes). Derecho que se ejercita por turnos entre los diversos titulares del mismo. Este derecho de uso adquiere sobre un mismo inmueble por diferente personas que tienen limitado el derecho de utilización de forma temporal. En Argentina se introdujo el sistema en el transcurso de los años ochenta.

Transeúnte: Una persona que entra en las tierras o aguas de un parque o área protegida con cualquier propósito. Quién está de paso por un lugar.

Travesía: Término utilizado en el turismo de la aventura que significa camino transversal que une cerros con refugios.

Trekking: Viajes a pie por diferentes lugares o regiones, llevando al turista a experimentar variadas emociones. Se denomina back country cuando se realizan por sendas de larga duración con dificultad media y alta. También caminatas.

Valor Agregado del destino turístico: Son las ventajas competitivas determinadas por aquellos elementos incorporados (valor agregado) al destino turístico.

Ventajas Comparativas: Factores favorables al crecimiento económico y el desarrollo social de un territorio, en un momento dado.

Ventajas Competitivas: Elementos o formas de organización territorial que hacen a la habilidad o capacidad de un país, región o territorio para alcanzar la prosperidad y el progreso en forma sustentable. En este sentido, la competitividad no se limita al crecimiento del producto o del ingreso, sino que incorpora también mejoras en la equidad, entendidas como la reducción de la pobreza, la desigualdad social y la sustentabilidad ambiental.

Viajes de familiarización (fam tour): Viajes de cortesía preparados especialmente para agentes de viaje y/o empleados de líneas aéreas, a los efectos de familiarizarlos con un determinado destino turístico. También se emplean para facilitar el contacto de los agentes de viaje con los prestadores de servicios locales y estimular de esta forma las negociaciones destinadas a incorporar la oferta del lugar, en la programación de venta de los agentes de viaje.

Viajes de inversión con RR.PP. (fam press): Viajes de cortesía preparados especialmente para periodistas y escritores de turismo, con el propósito de que en su visita al destino turístico, surjan notas y reportajes periodísticos en los medios de difusión a los cuales representan.

Viajero: Toda persona que está de viaje entre dos o más localidades.

Visitante: (Del ant. part. act. de visitar). adj. Que visita. Una persona que visita las tierras o las aguas de un parque o área protegida con los propósitos dictados para esa área. El visitante no recibe una remuneración por estar en el parque ni vive permanentemente en él. Ver Turista.

VIP: Sigla en inglés que significa “Very Important People” que se utiliza para designar en el argot turístico a un cliente importante.

Visita guiada: Visita a una ciudad, lugar de interés, monumentos, etc., comentada y conducida por un guía.

Yield Managment: Proceso que consiste en aplicar diferentes tipos de tarifas según sea el tipo de demanda en cuestión atendiendo a sus características y comportamiento, con el objetivo de maximizar las tarifas cuando la demanda excede a la oferta o maximizar la ocupación cuando la oferta excede la demanda.

Yate: Embarcación deportiva de recreo, importante, utilizada en los deportes, turísticos náuticos.

Yatching: Navegación en pequeños barcos de entre 8 y 25 metros de eslora, a vela o motor, que se utilizan para realizar cruceros privados, recreativos o turísticos. Este tipo de embarcaciones están acondicionadas para embarcar hasta 15 personas.

Zonificación: Definición en forma científica del uso de la tierra en áreas naturales en las siguientes zonas: 1) superficies intangibles; 2) superficies de uso especial, 3) superficies de amortización, 4) de uso extensivo, 5) de uso intensivo. Técnica de la planificación territorial que permite organizar racionalmente el uso del espacio y representa el resultado final del inventario y evaluación de los recursos turísticos. La zonificación divide un área natural en partes donde puede circular el turismo y otra donde no lo puede hacer o lo hace parcialmente, dependiendo del estado del bioma que se protege.

Zona de Amortiguación: Es uno de los tipos de zona en los que se dividen las Áreas Protegidas. Las zonas de amortiguación circundan y protegen al

resto de las zonas previstas para el cuidado y manejo. En estas zonas en particular es donde pueden evaluarse los efectos del manejo del paisaje sobre la estructura y función de los ecosistemas.

Zona de Uso Especial: Es una forma de diseño de una parte de las áreas naturales protegidas. Por sus características casi escapan a los motivos de fundación de las áreas protegidas y en lo posible es conveniente que se instrumenten cerca de ellas pero fuera de su ámbito. En estas zonas se incluyen actividades e instalaciones que sin desnaturalizar los objetivos del área sean imprescindibles para su funcionamiento (hoteles, restaurantes, etc.).

Zona de Uso Extensivo: Es una forma de diseño de una parte de las áreas naturales protegidas. La función de las zonas de uso extensivo es la de conservar el medio natural con un mínimo de impacto humano. Dentro de las áreas protegidas, las zonas de uso extensivo procuran instrumentar actividades educativas y recreativas de baja concentración. A diferencia de las zonas primitivas (que no admiten ninguna instalación) las de uso extensivo pueden estar dotadas de accesos y ciertos servicios públicos esenciales.

Zona de uso intensivo: Es una forma de diseño de una parte de las áreas naturales protegidas. La función de las zonas de uso intensivo es especialmente educativa y por ello requiere de instalaciones que la faciliten a la par que fomenten el esparcimiento. Son seguramente las zonas que requieren mayor diseño porque en ellas se debe armonizar la educación con la preservación del ambiente en el mayor equilibrio, dentro de lo posible. Respetando lo anterior, las opciones son múltiples y contemplan el desarrollo de actividades de esparcimiento, recreativas, deportivas, comerciales o forestales entre otras.

Zona Intangible: Se conoce con este nombre a las partes de las áreas protegidas destinadas a fines científicos como investigación y educación. En las zonas intangibles no se admiten actividades destructivas o deteriorantes, son las «zonas que no se pueden tocar» y se relacionan en las reservas de usos múltiples con las zonas de amortización y las experimentales, a la vez que en los parques pueden coexistir con las zonas de uso especial, de uso intensivo, de uso extensivo y las llamadas primitivas.

Fuentes utilizadas:

- TESAURO OFICIAL DEL MINISTERIO ARGENTINO DE TURISMO
- Diccionario de la "Real Academia de la lengua Española
- Diccionario de Turismo de: Montejano, Corgos y Simón- Ed. Síntesis
 - Aportes desde 1991-2005 de los integrantes del Consejo Federal de Turismo de la República Argentina.
 - BARROSO JORGE , Publicaciones Turísticas, AMSCA y otros títulos, Univ. Nac. de Mar del Plata
 - BOULLÓN, Roberto. Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas,1997.y otras publicaciones
 - Boechat Ariel, Apuntes Doc. Turísticos de la Univ. Nac. de Morón
 - Buchinger Maria, sus libros de naturaleza y ecología.
 - COLOMBO Carlos, documentos de la Secretaria de Turismo de la Nación, y Ministerio de Turismo de Río Negro, elaborados entre 1975 y 1996
 - Figueroa Palomo Manuel. Libro de Economía Turística, Madrid 1979
 - Grunewald Luis, Prof. Univ. Nac. de Quilmes. Presidente Fundación "Turismo para Todos", revista y publicaciones turísticas.
 - Gutierrez Carlos, Director Capitulo de las Ameritas, O.M.T. (2000-2006)
 - Giacardi Maricel: Doc.. Turismo Chubut (1996-2001)
 - Neiff Pedro Arnoldo, publicaciones de la S.N.T.
 - Natalia Leske-Doc. De Turismo y Areas Protegidas de Chubut (1999-2006
 - MERLO Angel, revistas "Turismo y Ambiente", La Plata, 1996-2003
 - OMT. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo. Manual Técnico Nº1. Organización Mundial del Turismo. Madrid, Noviembre del 2005.

- PANTANO Eduardo, Revistas Especializadas de Turismo, 1990 al 2008
- SCHLÜTER, Regina –Publicaciones de Turismo, LIBROS Ed. Ciet.
- Spinelli Sara, libros y escritos desde el Inst. Sup. Perito Moreno
- Secretaría de Turismo de la Nación.
- TORREJON ANTONIO, Consejo Federal de Turismo: 1982-2006 – 1.240 artículos Diario del Viajero (1988-2016)
- TORREJON Cecilia, publicaciones Secretaria de Turismo de Puerto Madryn y Plan Fundación Patagonia Natural costa Patagónica (1994-2008-2016-Mintur-Chjubut))