

Programa de Educación a Distancia

Secundario de Jóvenes y Adultos



Módulo 9 Turismo

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Juan Schiaretti

VICE – GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Martín Llaryora

MINISTRO DE EDUCACIÓN DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Walter Mario Grahovac

SECRETARIA DE EDUCACIÓN

Delia María Provinciali

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN DE JÓVENES Y ADULTOS

Carlos Omar Brene

INSPECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN DE JÓVENES Y ADULTOS

Mercedes Carignano

SECRETARIA DE EQUIDAD Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

Laura Jure

SECRETARIO DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO

Miguel Pedro Civallero

**SUBSECRETARIA DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y CAPACITACIÓN
LABORAL**

Soledad Ferraro

Equipo de Producción de Materiales

Coordinación General:

Prof. Parrello María Ángela

Área de Matemática:

Prof. Perales Raquel Alejandra

Área de Producción e Interpretación de Texto: Lengua y Literatura:

Prof. Martínez María

Área de Producción e Interpretación de Texto: Lengua Extranjera – Inglés:

Prof. Pereyra Gabriela Lorena

Área de Ciencias Naturales:

Lic. Garrone Florencia

Área de Ciencias Sociales:

Lic. Trucco Dalmas Ana Belén Maravillas

Área de Ciencias Sociales – Psicología Social:

Lic. Herranz Silvana Melisa

Área Técnico Profesional – Módulo 8:

Prof. Molina Mariana Noé

Dra. Carbonell Patricia Alejandra

Área Técnico Profesional – Módulo 9:

Lic. Bañuelos María Elina

Lic. Gonzalez Lara

Colaboradoras:

Prof. y Lic. Gianola Mercedes

Prof. Martínez María

Diseño y Diagramación:

Ing. Martín Salinas, Jesús

Prof. Rocha Kermolj Ana Bárbara

Un especial agradecimiento al **Sindicato Regional de Luz y Fuerza - SiReLyF** por su acompañamiento en toda la producción realizada.

Programa de Educación a Distancia

Secundario de jóvenes y Adultos

ÍNDICE:

¿Por qué un ciclo de orientación en turismo en Córdoba?.....	Pág. 5
Capítulo 1: Turismo, concepto y evolución del sector	Pág. 9
Capítulo 2: El turismo como servicio	Pág. 14
Capítulo 3: El sistema turístico	Pág. 29
Capítulo 4: Argentina en el mundo	Pág. 45
Capítulo 5: Córdoba como destino turístico	Pág. 53
Capítulo 6: Las regiones turísticas de Córdoba	Pág. 75
Capítulo 7: Productos turísticos de Córdoba	Pág. 105
Capítulo 8: El rol del estado en el mercado del turismo	Pág. 126
TPI	Pág. 133
Bibliografía	Pág. 135



Módulo 9

¿Por qué un ciclo de orientación de turismo en Córdoba?

Los/as habitantes de las localidades turísticas de la provincia de Córdoba, en su mayoría solemos trabajar en actividades relacionadas con el sector turismo durante la temporada estival y las vacaciones de invierno. Algunos trabajamos brindando servicios en forma independiente, otros produciendo y comercializando productos artesanales, gastronomía, etc., o bien en relación de dependencia, en forma temporal como mozas/os, mucamas/os, informantes turísticos, etc.

Es así como nos convertimos en **personal de contacto**, principales actores de la actividad, y temos a nuestro cargo la importante responsabilidad no sólo de recibir y atender sino también –y cada vez más- de informar a las y los visitantes. Lo orientamos en sus paseos, en relación al estado de las rutas de acceso, sobre acciones puntuales como bancos que funcionan en el lugar, tarjetas de débito que se utilizan o la ubicación de las estaciones de servicios; y también por supuesto las actividades que pueden desarrollarse en la localidad y en localidades vecinas junto a las precauciones que deben tomarse, entre otras informaciones fundamentales para el bienestar y comodidad del turista y el cuidado del medioambiente. Si el visitante se siente satisfecho por la atención recibida por parte de los prestatarios de bienes y servicios de un determinado lugar, regresa o lo recomienda, lo cual genera potenciales nuevos visitantes. Esto se traduce en más demanda, influyendo positivamente en el ritmo económico de la localidad.

Por este motivo es de fundamental relevancia que nosotros como mucamas/os, mozas/os, recepcionistas, comerciantes, hoteleros/as, funcionarios/as, y también habitantes en general, descubramos y asumamos nuestro rol como informantes de turista, especialmente quienes tenemos contacto cotidiano con ellas y ellos.

De esta manera, en el módulo desarrollaremos los principales conceptos de la actividad turística para acceder a un panorama global que nos permita internalizar su funcionamiento y aprehender el rol de informante turístico.



Servicios: Es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el visitante, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria.

Servicios Turísticos: Servicios proporcionados a viajeros y turistas.

Personal calificado: Persona que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia demostrada para atender, asesorar y orientar a los/las turistas que soliciten la prestación de servicios de la Agencia de Viajes y Turismo.

Visitante: Toda persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, recibe un servicio y cancela una cifra previamente pactada a cambio del mismo. Es la razón de ser del servicio.

Estival: (adjetivo) Perteneciente a la época de estío o verano.

Para comenzar, vamos a leer las palabras del Presidente de la Agencia Córdoba Turismo sobre el sector:

Córdoba se consolida como destino turístico internacional



En Córdoba concebimos al turismo como una verdadera política de estado. Por eso, a la gestión turística la desarrollamos trabajando en forma conjunta entre el sector público y privado. Esta concepción es la que ha permitido convertir al turismo en una de las principales actividades productivas de la provincia, que ha generado más de 145 mil puestos de trabajo, cifra que ratifica la importancia vital del sector para la economía cordobesa.

Además, el auge global del turismo se refleja en el sostenido crecimiento de la infraestructura hotelera y de servicios. En los últimos años, se incorporaron 45 mil nuevas plazas, todas ellas de calidad, en distintos puntos de la provincia.

Córdoba es el gran hub aéreo del centro del país, tanto a nivel de cabotaje como internacional. El Aeropuerto Ambrosio Taravella se ha convertido en el de mayor movimiento aerocomercial del interior de la Argentina, que comunica a la ciudad de Córdoba Capital con 14 destinos nacionales y 11 internacionales, con sus respectivas conexiones a diversos lugares del mundo. En este sentido, celebramos el nuevo vuelo “Madrid – Asunción – Córdoba”, que nos conecta estratégicamente con Europa. Además, quienes lleguen a Córdoba, pueden recorrer con total facilidad y seguridad sus valles turísticos, los cuales están comunicados por rutas, autovías y caminos pavimentados.

Sabemos que el turista del siglo XXI es un viajero independiente, que gestiona sus reservas a través de Internet y los medios digitales. Y en este sentido, la provincia de Córdoba ha generado múltiples acciones y herramientas puestas a disposición de los visitantes: aplicaciones para dispositivos móviles, página web, redes sociales y plataformas específicas para los productos turísticos, posibilitando que Córdoba esté posicionada como uno de los destinos de Argentina con mayor presencia en Internet.

Y ello es apenas una parte de la inagotable oferta que esta provincia ofrece a quienes la visitan, reconocida por su valioso patrimonio cultural y religioso, tierra en la que vivió el Santo José Gabriel Brochero y en la que es posible recorrer la Manzana Jesuítica y las cinco Estancias Jesuíticas, declaradas Patrimonio Mundial por la UNESCO, visitar el antiguo Camino Real de la Historia y disfrutar de la inmensidad de la Laguna Mar Chiquita o Mar de Ansenúza.

Además, Córdoba ofrece sus sierras y ríos de belleza inigualable, sus estancias rurales, campos de golf, circuitos gastronómicos, caminos del vino y sus centros de compras y divertimentos, combinando el ritmo vibrante de sus grandes ciudades con la tranquilidad de los pueblos serranos. Aquí, se llevan a cabo más de 400 fiestas y festivales populares a lo largo de todo el año, que convocan a miles de turistas.

Por todas estas razones y muchas más, los invito a vivir y descubrir Córdoba.

Cr. Julio Bañuelos – Presidente Agencia Córdoba Turismo S.E.M.

¿Qué vamos a estudiar?

La actividad turística se complejiza cada vez más junto al ritmo de su crecimiento. Por ello elegimos y desarrollamos en este módulo los conceptos básicos que nos permitirán comprender el funcionamiento de la actividad, especialmente en la provincia de Córdoba, para poder asumir nuestro rol de informante turístico.



Hub Aereo: “Hub” es una palabra inglesa que significa “cubo”, pieza a la que llegan y de la que parten los radios de una rueda. En el lenguaje aeroportuario define a un aeropuerto en el que una o varias compañías aéreas tienen establecido un centro de conexión o distribución de vuelos.

Los temas que vamos a ver...

En primer lugar, abordaremos el concepto de turismo. Veremos cómo fue evolucionando el sector y los puestos de trabajo que genera; el lugar que ocupa la información fiable para un visitante que conoce el lugar a través de las personas que brindan el servicio, quiénes dan información en destino y quiénes se consideran personal de contacto dentro de la actividad. Veremos que el servicio turístico posee características que lo distinguen, ya que es intangible, variable y perecedero.

Luego estudiaremos qué personas físicas y qué organizaciones locales, provinciales, nacionales e internacionales actúan dentro del sistema, incluyendo agentes estatales. Descubriremos qué elementos conforman el sistema turístico de un destino: los atractivos, la planta turística, la infraestructura y la superestructura turística.



Productos Turísticos: Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

Después de esto, haremos un paneo general de los principales atractivos turísticos naturales y culturales de Argentina reconocidos internacionalmente. Luego, de Córdoba como provincia. Hablaremos sobre el turismo con predominio del componente natural y con predominio del componente cultural, especificando qué tipos de actividades pueden practicarse en cada caso. También profundizaremos sobre los productos turísticos: Córdoba Natural y Activa, Córdoba Auténtica, Córdoba Gourmet y Córdoba Reuniones, dentro de cada uno sus especificaciones y productos; y diferenciaremos qué categorías pueden practicarse tanto en ambientes culturales como naturales. Finalmente veremos qué actividades turísticas pueden practicarse en cada una de las regiones de la provincia de Córdoba.

Por último, el rol gubernamental en la actividad, el objetivo de las políticas públicas y los nuevos desafíos y tendencias en el mercado.

Lo que esperamos aprender como informantes turísticos...

El área de turismo de cada localidad tiene, entre otras, la finalidad de estimular el desarrollo de la actividad turística como medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social, conservar el patrimonio natural y cultural, las formas de vida, costumbres e identidad de los pueblos y pobladores.

Un servicio de calidad alcanza su nivel de excelencia cuando supera las expectativas que trae la demanda del público. En el caso del sector turístico un ejemplo sería el recuerdo de lo percibido, de lo vivido, la experiencia vivida desde el momento en el que decide el lugar a donde quiere ir.

El enfoque de nuestro trayecto de orientación se basa en el abordaje de estrategias que nos permitan, como **Informantes Turísticos**, interactuar de forma fluida con el visitante, adecuando la oferta a sus necesidades y a la oferta disponible en la localidad, área o región. Asimismo, en este proceso de interacción deberemos poner en juego la descripción de servicios al visitante tanto de la localidad y región en donde nos encontramos, las normas de protocolo y ceremonial, como la secuenciación y el control de tareas para prever necesidades posibles en relación a los servicios disponibles.

Para lograr optimizar la relación con el visitante es imprescindible que seleccionemos la información a transmitir en cada ocasión y que sepamos detectar los indicadores orales, visuales o gestuales que demuestren una actitud de conocimiento del servicio. Para ello debemos contar con la capacidad permanente de escucha y atención, además del conocimiento profundo de cada servicio y de los alternativos como así también de los de las demás localidades vecinas, del área valle o región.

¡Vamos a comenzar este camino de muchos aprendizajes!



Calidad: Capacidad que posee una empresa para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de sus visitantes por un precio determinado. Se mide mediante el grado o nivel de satisfacción del consumidor.

Capítulo 1: Turismo: concepto y evolución del sector



A trabajar...

Actividad 1.

Proponemos que, antes de continuar leyendo, pensemos una definición de turismo y la escribamos.

.....

.....

.....

.....



¿Qué significado le damos al término Turismo?

Existen varias definiciones de “Turismo”: en su conjunto, aportan, la importancia necesaria que remite esta actividad hoy incorporada a la economía de cada país.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) define al TURISMO como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros”.

Según Neil Leiper (1981), “el Turismo es atendido como un sistema abierto, compuesto por cinco elementos que interactúan en un amplio medio ambiente, siendo estos elementos: uno dinámico: el turista, tres elementos geográficos (la región de origen, las vías de tránsito y las regiones de destino) y finalmente un elemento económico, la industria turística”.

Mientras que para otro autor, Beni (1998), el turismo es una actividad que resulta de la suma de recursos naturales, culturales, sociales y económicos, y es por eso que su campo de estudio es amplio, complejo y multicausal. Estos factores son causa y efectos mediadores, y no se pueden afirmar con seguridad cuáles son los que determinan la actividad turística y cuales no la determinan.

Fuente: <https://turismo57.wordpress.com/2010/06/19/sistema-turistico/>

A trabajar...

Actividad 2.

Luego de leer la definición de turismo que está en el recuadro, la comparemos con la que escribimos nosotros y reflexionemos acerca de las semejanzas y diferencias que encontramos entre ambas.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Satisfacción al visitante:
percepción originada en el visitante al comparar su expectativa con el grado de cumplimiento proporcionado por un producto o servicio.

La calidad y la excelencia en la atención a las y los turistas, a través de la satisfacción o la superación de sus deseos, es el desafío más importante en relación a la mediación de la calidad en el servicio. Esto sucede porque -como mencionamos antes- este servicio turístico que en suma con otros conforman **el destino** que los turista han elegido solo puede ser medido a través de la satisfacción que nos demuestran en relación al uso de todos los servicios turísticos, el cumplimiento de sus deseos y sus expectativas en relación a su elección.

Sabemos que al momento de organizar o emprender un viaje tenemos varias decisiones que tomar. Algunos ejemplos fundamentales de ello son el alojamiento, la alimentación y el transporte. Nosotros, al brindar la accesibilidad a la información de las y los turistas, el primer contacto con el visitante, asumimos que esta tarea es un **servicio**.

La **Calidad** podría definirse como el resultado de las expectativas que traen las/los turistas en relación a los servicios que contrató y lo que obtiene después de hacer uso de esos servicios. De allí, de esa ecuación, se logra obtener la excelencia. Es a partir de las expectativas de los visitantes que debemos plantearnos los objetivos principales al momento de reducir la diferencia entre lo esperado y lo percibido o logrado.

La expectativa es aquello que las y los turistas esperan del servicio. Es importante destacar que la calidad se logra cuando esta demanda ha sido satisfecha. Y en el caso de la actividad turística, es el recuerdo que le queda sobre lo vivido y experimentado lo que va a llevar el sello de la satisfacción.

Recordemos que cada turista es la persona más importante en todo el circuito económico turístico: sin ellas, sin ellos, la actividad no tiene valor. Es por ello que como **informantes turísticos**, en nuestro rol de intercomunicadores, somos quienes debemos humanizar esa relación, a través de la transmisión de la información clara y concisa para lograr un resultado óptimo en el entendimiento.

Dentro de este ámbito es importante valorizar no solo la satisfacción de cada visitante sino también el crecimiento de nuestro trabajo, a través del perfeccionamiento y el conocimiento que logren el buen desempeño de la actividad de **informantes turísticos**.

Podríamos definir a un o una **informante turístico/a** como la persona que tiene como objetivo brindar respuesta a datos solicitados por turistas, excursionistas, visitantes, etc. Es importante que conozca los datos que con más probabilidad podrían solicitar quienes visiten nuestro destino, por lo que es de suma utilidad conocer en detalle la región: la información que brindamos será el punto de partida de la relación con las y los turistas, como así también el vocabulario que utilicemos para transmitir esta información.

1. La actividad turística y su desarrollo

La **actividad turística** es consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre, la calidad de los servicios y el desarrollo de los sistemas de transporte.

El crecimiento progresivo de esta actividad tiene un impacto positivo cada vez más importante en el ámbito cultural, social y económico de la Argentina, y en particular, de la provincia de Córdoba. Produce efectos en la balanza de pagos, en las inversiones, en la construcción y en el mejoramiento del transporte, lo que a su vez repercute en el empleo y, en definitiva, en el bienestar de los miembros de una comunidad.

De acuerdo a Francesco Frangialli, Ex Secretario General de la Organización Mundial del Turismo –OMT-, la actividad turística gira esencialmente en torno a personas: encontramos viajeros/as, anfitriones/as y empleados/as que establecen vínculos comunicativos, intercambian valores culturales, se reconocen en la diversidad y practican la tolerancia.

Luego de 50 años de demanda turística creciente a nivel mundial, las regiones que se dedican a la actividad han logrado ingresos más altos, mayor riqueza, mejorar sus accesos e infraestructura, la creación de medios de sustento para quienes menos tienen y mayor aliento para inversiones

empresariales. La fuerte inyección de ingresos a las economías locales refuerza la identidad cultural de las comunidades al tiempo que las y los habitantes comprenden la necesidad de cuidar los recursos disponibles alentando las tradiciones y la conservación de los atractivos. Por otra parte, se produce una importante transferencia de tecnología y conocimientos específicos del sector que permite el desarrollo de las comunidades.

Sostiene, además, que el turismo genera millones de puestos de trabajo y negocios locales, por ejemplo en transporte, restaurantes, alojamiento y empresas de viajes; en la agricultura, el comercio y las manufacturas y en caminos, servicios e instalaciones básicas (concepto que veremos más adelante).

Por último, afirma que representa a una de las principales ramas de la economía mundial, superando a la industria del automóvil, a la agricultura y a la electrónica, y es la mayor economía del sector servicios .

Desde el punto de vista turístico, Córdoba ha desarrollado diferentes políticas públicas con el fin de lograr ser una provincia de excelencia en esta actividad, pudiendo disfrutar de numerosas actividades durante la época de vacaciones.



Recordemos la diferencia entre **productos** y **servicios** que estudiamos en Economía, Módulo 8.

La información turística.

Cuando un grupo de turistas llega a un destino requiere de un servicio básico: **la información**.

La **información turística** es el conjunto de servicios que se ofrecen a las y los turistas con el objetivo de orientarlos, facilitarles su estadía y atenderlos durante su viaje o estancia vacacional, en oficinas de información turística a través de informadores turísticos, guías, intérpretes, folletería, portales de internet, etc.

La **calidad** de la información brindada es de fundamental importancia. Es importante destacar que todo el personal de contacto tiene como misión, además de prestar el servicio turístico, informar, orientar y facilitar la estadía del turista durante su visita.

Con esto queremos decir que no sólo los informantes turísticos que trabajan en una oficina de informes tienen esta misión, sino que también se constituyen como personal de contacto -y por ende en informantes turísticos- las/os mozas/os, el personal de servicio de hosterías, los/as empleados de comercio, vecinos, etc. Estas personas deben estar preparadas para responder a los interrogantes de las y los visitantes y saber orientarlos con certeza respecto de circuitos turísticos, lugares a visitar, hotelería y gastronomía del lugar, líneas de transporte, entretenimientos, ferias y fiestas típicas, festivales provinciales, nacionales e internacionales, etc.

 **A trabajar...**

Actividad 3.

a. Recuperemos nuestras experiencias: ¿Alguna vez hemos tenido que dar información a turistas o visitantes? ¿cuál fue? ¿de dónde la obtuvimos?

.....

.....

.....

.....

b. ¿Consideramos que la información fue de calidad? ¿Generamos un buen vínculo con la o las personas que nos consultaron? ¿En qué podríamos haber mejorado esa información?

.....

.....

.....

.....



Capítulo 2: El turismo como servicio

El producto turístico se encuadra en la categoría “servicios”. Tal como estudiamos en el módulo 8, entre la producción de bienes y la prestación de servicios existen importantes diferencias. En relación a la actividad turística, conocer esas diferencias es fundamental para brindar buena atención e información a los y las visitantes:

Definimos como **servicio**, siguiendo al pensamiento del autor Philip Kotler, a: “**cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra y que es en esencia intangible y no da origen a la propiedad de algo**”. Entonces el desempeño de la o el recepcionista dando la bienvenida a el o la nuevo/a huésped es lo que le ofrece a la otra parte, a los turistas, y ese desempeño es intangible porque estos no saben antes de llegar al lugar cómo los atenderán. Conocen esa realidad sólo cuando llegan y se registran en el hotel o son atendidos en una oficina de informes, negocios, etc.

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

En el caso del turismo nos encontramos ante la prestación de un servicio principal al que se acompañan bienes adicionales y servicios secundarios. Por ejemplo, los pasajeros de una línea de ómnibus compran un servicio de transporte que los traiga a Córdoba, siendo el viaje el servicio principal. Ese viaje incluye también otros bienes tangibles, como alimentos y bebidas, y servicios secundarios como diarios, revistas, wi-fi, música funcional y televisión.

Fuente: Kotler Philip, “Dirección de Marketing”, Ed. Prentice Hall, México, 2001

Como podemos apreciar, en toda prestación de servicios intervienen personas, por lo que la calidad percibida por parte de el o la turista nacerá en buena medida de la dedicación y empeño que ponga el personal en la realización de la tarea (por ejemplo, al servir el desayuno o limpiar la habitación), y de la relación humana que se establezca necesariamente en la interacción.

Podemos apreciar aquí cómo influyen directamente en la experiencia de los visitantes las relaciones humanas que se establecen con las y los habitantes y prestatarios de servicios del lugar visitado.



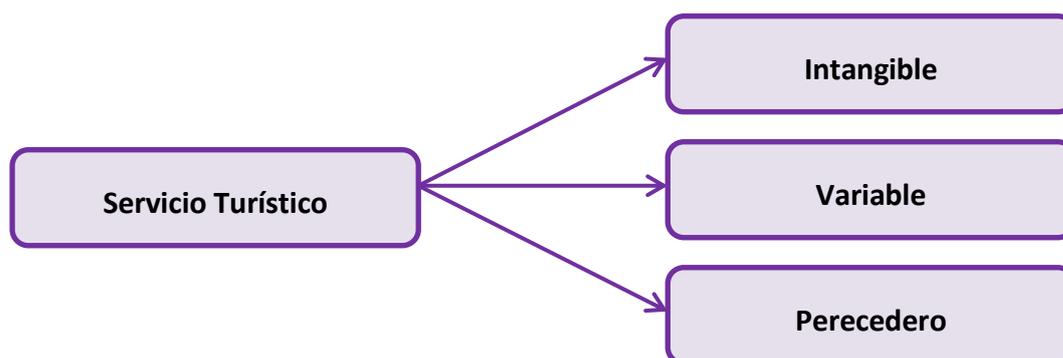
A trabajar...

Actividad 4.

Damos tres ejemplos de bienes tangibles y tres ejemplos de bienes intangibles que se ofrezcan en la localidad donde vivimos.

Bienes tangibles	Bienes intangibles

Características del servicio turístico



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

Es así como un potencial comprador a la hora de seleccionar un servicio tendrá en cuenta los “**indicios**” (o intangibles) que manifiesten la calidad de un producto. Para ello, el/la comprador/a observará el lugar, el personal, el equipo, el tipo de comunicación, los símbolos y las tarifas que se proponen.

Además de basarse en elementos tangibles e intangibles, el servicio turístico puede definirse como **variable** y **perecedero**.

Decimos que es **variable** porque depende de quién lo brinda, es decir, los servicios son diferentes entre sí ya que se encuentran subordinados a quien lo brinda y al momento en que se ofrecen. Esto quiere decir que depende de la buena predisposición para brindar el servicio de parte

del personal de contacto, cuya calidad incidirá directamente en la percepción del visitante y en sus comentarios sobre el destino.

Por último, todo servicio se caracteriza por ser **perecedero** debido a que se vuelve imposible conservarlo en depósito para una distribución física posterior, cosa que sí podemos hacer, por ejemplo, con un par de zapatillas. En cambio, cuando la habitación de un hotel no se alquila una noche, se pierde. Frente a esta situación, en la industria del turismo se trabaja en hotelería en base a un sistema de **reservaciones**, mecanismo que permite que se lleve a cabo el uso directo de los servicios turísticos en las fechas y lugares convenidos. Otra alternativa implica que los prestadores de servicios turísticos actúen sobre la política de precios a los fines de influir sobre la demanda, fundamentalmente ofreciendo importantes descuentos.

 **A trabajar...**

Actividad 5.

Pensamos en el servicio de una visita guiada por alguna atracción turística de la zona en que vivimos y completamos el cuadro, explicando en qué consisten en este caso las características del servicio:

Visita guiada por...	
Elementos tangibles	
Elementos intangibles	

¿En qué es variable?	
¿Es perecedero? ¿De qué manera buscamos que no se pierda?	

Los actores y el sistema turístico



A trabajar...

Actividad 6.

Escribamos una narración donde contemos qué cosas hacemos comúnmente antes de salir de vacaciones (como por ejemplo comprar los pasajes), qué actividades hacemos en el lugar visitado (comemos, compramos, etc.), a dónde vamos, etc.

Luego leamos el texto que se desarrolla a continuación y completemos si hay cosas que hemos olvidado mencionar.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hasta el momento hemos definido al turismo, hablamos sobre la importancia de la información en la prestación del servicio y de sus características distintivas. Ahora conoceremos a quiénes brindan los servicios del sistema turístico.

Definiremos **actores** como “las personas, empresas u organizaciones que forman parte en el sistema o tienen injerencia directa en la actividad turística.” Desarrollaremos un esquema simple de los actores y sus relaciones para adentrarnos progresivamente al concepto de sistema turístico.

El turista elige determinado destino porque lo conoce a través de la publicidad (una de las funciones del Estado en relación a la actividad turística), o mediante recomendaciones, el famoso “boca a boca”, una de las modalidades de difusión con mejores resultados. Le atraen los atractivos naturales (ríos, montañas, lagos), o culturales (fiestas típicas, edificios con valor histórico) del destino elegido.

Para trasladarse al lugar puede solicitar los servicios de una agencia de viajes personalmente o hacerlo vía internet o mediante líneas telefónicas. Esta agencia le ofrece un paquete con transporte, alojamiento, comida y paseos, o bien una de pasajes en el caso de que desee delinear un recorrido propio, no tradicional, y contactar el alojamiento y la comida por separado. También puede el turista dirigirse personalmente a una empresa de transportes y comprar su pasaje.

Al llegar a destino el visitante toma contacto con los prestatarios de servicios: el o la recepcionista que lo recibe, la mucama o el mucamo a quien ve todas las mañanas, la moza, el quiosquero, etc.

Los prestatarios de servicios hacen funcionar la infraestructura de bienes y servicios del destino: el alojamiento, la alimentación, el esparcimiento y otros servicios como información, guías, primeros auxilios, etc. Las empresas de transportes y comunicaciones, por su parte, le facilitan al viajero los medios para trasladarse, comunicarse con sus familiares, hacer extracciones de dinero o hacer cambios de moneda, entre otros.

Paralelamente, el Estado legisla y normatiza la actividad para garantizar su normal desarrollo, por ejemplo mediante leyes hoteleras a cargo de la provincia, o de la construcción y habilitación, a cargo del municipio; por su parte el Estado Nacional posee organismos que controlan el funcionamiento del transporte y los servicios públicos (ERSEP). Y en el marco mundial, la OMT estudia casos, investiga, recolecta índices, organiza congresos, en pos de hacer circular los conocimientos sobre la actividad y concientizar sobre el cuidado de los recursos.



Agencia de Viajes y Turismo: Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al Ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.

Agencia de Viajes y Turismo Minorista: Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas, la Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo.

Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

Es decir que tenemos tres grandes grupos de actores: por un lado, los visitantes o turistas; en segundo lugar, los prestadores de servicios (empresarios, empleados, comerciantes, etc), y por último los organismos estatales que intervienen en el sistema turístico.

1. La cultura turística

Es la comunidad como parte importante de la actividad turística quien le da vida al turismo, ya sea como turista o como anfitrión. Esta participación de las personas implica un compromiso por parte de toda la comunidad.

Este compromiso va desde capacitarse para relacionarse con las y los turistas hasta mostrar, explicar, describir los valores de la cultura y las raíces de su comunidad, es decir, la identidad.

La actitud hacia el visitante por parte de la comunidad es parte de la experiencia que viven los grupos de turistas. Ésta se logra contando con hombres y mujeres con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, que otorgan la calidad que los turistas espera recibir.

Además de la atención, la calidad en el turismo incluye una serie de factores que la determinan: **la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de toda la actividad turística.**

Estos factores son considerados comunes y esenciales para cualquier turista. Si falla alguno de ellos, la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente.

El siguiente cuadro describe el crecimiento y desarrollo como así también los intereses de los turistas desde los años '60 pasando por el actual y proyectando hacia los próximos:

Años	Tipo de acercamiento	Expectativa
1960	Estético	Admirar
1980	Cultural	Saber, conocer
Hoy	Emocional	Vivirlo
Próximos años	Participativo	Compartir

Es importante que tengamos algunas nociones básicas de actitudes importantes que debemos tener, basadas en el estudio de los Recursos Humanos y Relaciones Públicas:



- ✓ Buena predisposición al atender
- ✓ Tono de voz y ritmo de transmisión no tan monótono
- ✓ Capacidad para escuchar
- ✓ Capacidad para realizar preguntas
- ✓ Capacidad para controlar la agresividad
- ✓ Capacidad de sonreír
- ✓ Capacidad de utilizar el idioma de las y los visitantes.

Imagen:

- ✓ Mantener el control visual
- ✓ Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos
- ✓ Asistir regularmente
- ✓ Anotar datos proporcionados por las y los visitantes
- ✓ Priorizar la atención a las y los visitantes

Mencionamos antes que la cultura turística se nutre de lo que brinda la comunidad, por lo que es importante destacar elementos importantes que harán la diferencia al momento en que el turista tenga la posibilidad de elegir nuevamente el destino.

“La **amabilidad** refleja la predisposición a atender de manera inmediata al visitante”

- **Conciencia Turística:** que la comunidad esté orientada a la conservación de los bienes y servicios turísticos y establecer contactos favorables con su entorno (turistas, visitantes, vecinos, compañeros de trabajo). Por ejemplo: es importante que se conozcan los recursos tanto naturales como culturales del lugar de residencia.

- **Conocimiento y Preparación:** Ejecutar Planes de Capacitación para quienes participan en el turismo para que cada día estén mejor calificados y calificadas para interactuar con turistas y brindar servicios de calidad.

- **Valores:** Aplicar principios éticos: compromiso, constancia, disciplina, honradez, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio.

- **Servicio:** Buscando la satisfacción de las y los turistas se brindará un servicio honesto y profesional.

- **Calidad:** Que garantice la satisfacción de las y los turistas, como así también para todos aquellos que tengan relación con el trabajo. Valor agregado.

- **Calidez:** Como anfitriones/as, actuar siempre con cordialidad, amabilidad y hospitalidad a las y los visitantes.

- **Profesionalismo:** que se destaque la calidad y el servicio que prestamos cada vez que trabajamos, por sencillo o simple que parezca o sea y, además, que estos factores sean calificados como óptimos por el turista.

- **Buena dicción.**

- **Formación en servicio de calidad: gente de calidad = servicio de calidad**

- **Servicio de excelencia – Calidad total:**

“Calidad es sorprender a un visitante dándole más de lo que viene buscando o de lo que se le prometió”

Algunas sugerencias para mejorar nuestra relación presencial con las y los visitantes:

- Encontrarnos siempre a la vista de los y las visitantes.
- No les demos la espalda.
- Estemos dispuestos a satisfacer sus demandas inmediatas aunque no sea nuestro rol.
- Hagamos primar la rapidez en la atención.



10 Códigos del Servicio de Calidad

1. Atendamos a las y los visitantes de inmediato.
2. Démosles nuestra total atención.
3. Hagamos que los primeros 30 segundos cuenten.
4. Seamos naturales, no falsos ni mecánicos.
5. Demostremos energía y cordialidad.
6. Seamos agentes de nuestros visitantes, trabajemos para ellas o ellos, estemos de su lado.
7. Pensemos: usemos nuestro sentido común.
8. Algunas veces ajustemos las reglas (seamos flexibles).
9. Hagamos que los últimos 30 segundos cuenten .
10. Mantengámonos en forma.



Las 10 reglas principales.

1. Esforzarnos en conocer a las y los visitantes y sus necesidades, ser capaces de ponernos en su lugar.
2. Considerar nuestra imagen personal como parte del servicio.
3. Mostrar disponibilidad para atender y ayudar a los turistas.
4. Tener una actitud positiva y mostrarnos corteses.
5. No decir NO, buscar una solución.
6. Escuchar con atención y expresarnos con claridad.
7. Convertir las quejas en oportunidades para mejorar.
8. Respetar a nuestros compañeros y compañeras y trabajar en equipo.
9. Interesarnos por aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
10. Conocer bien el destino en el que nos encontramos.

La actitud se expresa antes de decir una palabra. Se refleja en la forma en que miramos, estamos de pie, caminamos o hablamos. Es la manera en que vemos a nuestros/as compañeros/as y a nuestro trabajo. En resumen, la actitud se ve reflejada en aquellos que:

- Disfrutan trabajando con y para otras personas.
- Poseen la capacidad de hacer que los y las turistas se sientan importantes.
- Gozan de un alto nivel de energía.
- Consideran que su trabajo es fundamental.
- Son flexibles y se pueden adaptar a demandas y experiencias nuevas.
- Son capaces de reconocer sus errores, enmendarlos y aprender de ellos.

Todo buen anfitrión debe tener en cuenta que quienes visitan nuestra región eligieron ese destino para disfrutar y colmar sus expectativas, por ello debemos recibirlos bien y hacerlos sentir como si estuvieran en su casa.

Las y los turistas desean una estancia placentera, ser tratados bien. Si reciben todo esto, seguramente regresarán y además, contarán a otros sobre cómo fue su experiencia.

¿Qué entiende el visitante por calidad de atención?

1. Voluntad de atender, cortesía y hospitalidad.
2. Higiene y seguridad.
3. Conocimiento del producto.
4. Gentileza.
5. Presentación personal.
6. Sinceridad y honestidad.
7. Paciencia.
8. Educación
9. Agilidad
10. Solución del problema

El visitante espera ser	El visitante espera tener
Ayudado	Respuestas
Informado	Solución a su problema
Querido	Placer al hacer sus compras
Feliz	Predisposición en quien lo atiende
Respetado	Gente que sepa cómo hacer su trabajo
Reconocido	Limpieza e higiene (personal y del lugar)
	Seguridad y tranquilidad

En base a lo desarrollado podemos decir que existen infinidad de conceptos sobre atención a las y los visitantes. Todos confluyen en un aspecto: **lograr su satisfacción**. Pero para lograr esa excelencia es preciso determinar los tipos de visitante que frecuentan en el círculo comercial.

¿Quiénes son nuestros visitantes?

El temperamento y el carácter son las características más complejas del ser humano. Están integrados por un conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta.

En base a la definición anterior podemos identificar y titular a nuestros futuros visitantes en:

1. Visitante introvertido
2. Visitante duro
3. Visitante extrovertido
4. Visitante condicionado
5. Visitante nervioso
6. Visitante inabordable

Características del visitante introvertido	¿Cómo tratar un visitante introvertido ?
Reservado Cautó Serio Calculador Callado Distante	Un visitante introvertido demuestra interés en obtener confirmaciones concretas, respuestas objetivas y puntuales, analizando puntualmente cada momento de la charla. No realiza opiniones hasta no estar satisfecho de la respuesta que desea obtener.

Características del visitante duro	¿Cómo tratar un visitante duro ?
Seguro Tajante Firme Entendido Absoluto	Un visitante duro busca que se les informe con detalles pero puntualizando en el tema de su interés. Se dirige al resto en tono de voz elevado utilizando gestos y ademanes. Busca poner a prueba a quien esté enfrente de la charla. La palabra NO es su muletilla.

Características del visitante extrovertido	¿Cómo tratar a un visitante extrovertido ?
Amable Amistoso Cordial Simpático Hablador	Un visitante extrovertido demuestra expresión, agrado y protagonismo. Halagarlos y hacerlos sentir importantes le llena el ego. No ignorarlos. Hacer que su comentario sea el más importante. Tiene necesidad de criticar para obtener ventajas.

Características del visitante condicionado	¿Cómo tratar a un visitante condicionado ?
Indeciso Tímido Extranjero Sordo/ciego/mudo Disficultades físicas Anciano	Un visitante condicionado demuestra inseguridad. Teme que rotulen su condición. Son personas desconfiadas, necesitan todo por escrito. No soportan la presión de tomar decisiones en el momento. Necesitan respuestas con profesionalismo.

Características del visitante nervioso	¿Cómo tratar a un visitante nervioso ?
Excitable Agresivo Mal humorado Impaciente Grosero Quisquilloso	Un visitante nervioso demuestra dualidad en su comportamiento, con un trato apabullador y exigente. Se precipita en sus comentarios. Busca un diálogo puntual y concreto ya que se impacienta e irrita con facilidad.

Características del visitante inabordable.	¿Cómo tratar a un visitante inabordable ?
Inaccesible Evasivo Pone barreras No da respuestas	Un visitante unabordable demuestra desinterés por la información solicitada. Es imposible contactarse con él. Preparar un plan de seguimiento adecuado es la manera propicia de obtener nuevamente el contacto. No ser reiterativos.

 **A trabajar...**

Actividad 8.

Pensemos alguna situación en que, como usuarios de algún servicio, no nos hemos sentido satisfechos/as con la atención. Relatemos los aspectos que nos disgustaron, y pensemos maneras en que ese servicio podría mejorarse:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Actividad 9.

a. ¿Qué tipo de visitantes seríamos nosotros/as? ¿Y las personas que conocemos? Pensemos ejemplos de al menos cuatro tipos de visitantes con los cuales nos hayamos encontrado o que conozcamos.

.....

.....

.....

b. ¿Se nos ocurre algo para agregar a la manera de tratar a cada uno de estos perfiles?

.....

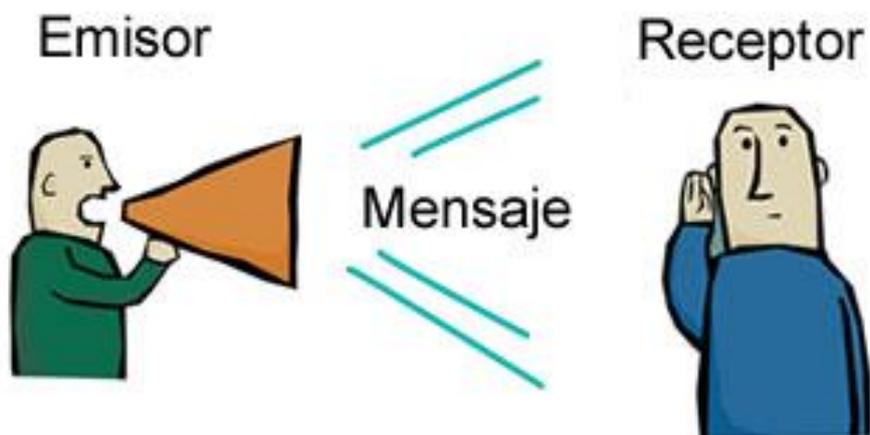
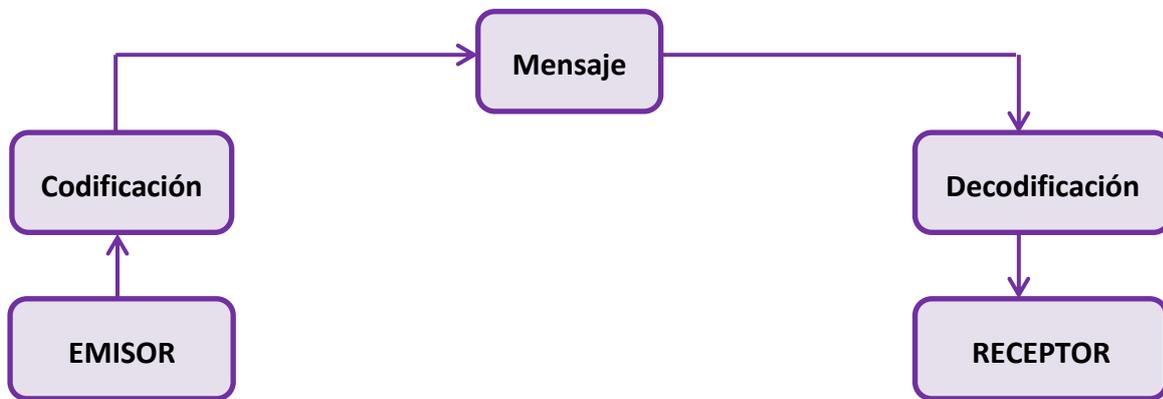
.....

.....



La comunicación efectiva

Tal como hemos estudiado en el área de Interpretación y producción de texto, Las comunicaciones comprenden el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman la demanda turística en el centro u oficinas de informes.



Podemos ver éste tema en el Módulo 1 y Módulo 6 - Área de Producción e Interpretación de Textos: Lengua y Literatura

Capítulo 3: El sistema turístico

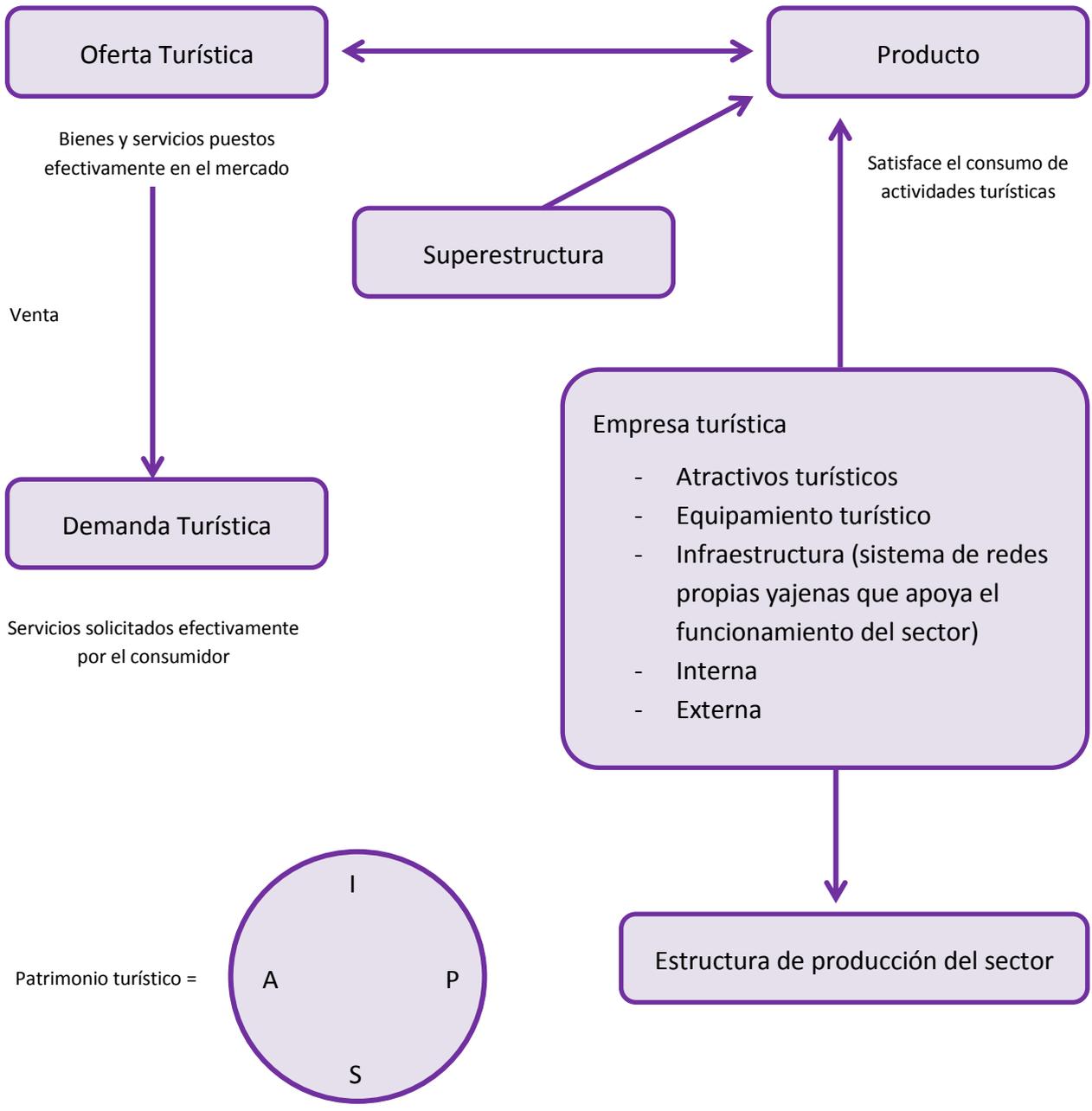


Luego de visualizar este esquema simple, del funcionamiento del sector y sus actores, pasaremos a analizar el concepto de sistema turístico de Roberto Boullón.

Veremos en el esquema que, una vez que una persona decide visitar una localidad turística, se produce un movimiento previo a que la persona llegue a destino (en la agencia de viajes, en la terminal de ómnibus, etc.), durante su estancia (en los hoteles, campings, restaurantes, etc.), y aún después de que se va (cuando el Estado evalúa los días de estadía, el gasto por turista, etc.). Entonces decimos que interactúan varios actores en forma paralela.

Para comprender bien este funcionamiento paralelo de personas y organizaciones vamos a leer el cuadro que desarrollamos a continuación denominado “Funcionamiento del sistema turístico”.

Funcionamiento del sistema turístico



- A = Atractivos turísticos
- P = Planta turística
- I = Infraestructura
- S = Superestructura

¡Una ayudita! Recordemos regresar a este cuadro cada vez que visualicemos un nuevo número en el texto para saber exactamente de qué actor del sistema estamos hablando.

La oferta turística	La oferta turística está conformada por los bienes y servicios que se ofrecen a las y los turistas (alojamiento, alimentación, atractivos, etc.).
La demanda turística	La demanda turística se constituye con los servicios que las y los turistas efectivamente requieren (transporte, pasajes, combustible, información, alojamiento, alimentación, etc.).
La planta turística	<p>Los servicios que se venden a los y las turistas son elaborados por un subsistema al que denominaremos planta turística, integrado por el equipamiento y las instalaciones.</p> <p>El equipamiento incluye a todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios, como por ejemplo información y primeros auxilios.</p>

Equipamiento

Categoría	Tipo
Alojamiento	Hoteles Hosterías y posadas Pensiones Apart – hotels Casas Cabañas Albergues Camping Camas en casa de familia, etc.
Alimentación	Restaurantes Cafeterías Quioscos Comedores típicos (parrillas, etc.)
Esparcimiento	Discotecas Bares Casinos, bingos, etc. Cines y teatros Otros espectáculos públicos (lanzamientos de temporada, desfile de carrozas, fiestas patronales, etc.) Parques temáticos Clubes deportivos, etc.

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

 **A trabajar...**

Actividad 11.

a. Identificamos un destino turístico de Córdoba o de cualquier parte del país donde encontremos ejemplos de instalaciones: sombrillas y reposeras, aerosillas, juegos infantiles, etc.

Especifiquemos el nombre del lugar turístico, mencionemos el nombre del río o del lago, y si nos referimos a sombrillas y reposeras, en el caso de aerosillas, escribamos el nombre del cerro o montaña.



Para realizar esta actividad podemos recuperar conocimientos del módulo 7 de Ciencias Sociales referidos a aspectos geográficos de Córdoba.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ahora regresemos nuevamente al cuadro inicial Funcionamiento del sistema turístico.

Los atractivos turísticos

Para poder operar, la planta turística requiere de materia prima. En la industria, la materia prima se obtiene de los recursos naturales, y en el turismo es aportada por los **atractivos turísticos**. Estos son sitios naturales (ríos, montañas, etc.), museos o lugares históricos, festivales y fiestas típicas, entre otros. A continuación, la clasificación completa de atractivos turísticos.

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

 **A trabajar...**

Actividad 12.

Elegimos una de las categorías de atractivos turísticos e indicamos:

- Localidad a la que pertenece y región geográfica de la provincia
- Si es un acontecimiento programado indique la época del año en que se realiza.
- Si es un sitio natural indique en qué radica su atractivo.



Podemos recuperar conocimientos del módulo 7 de Ciencias Sociales.

.....

.....

.....

Ahora nos ubiquemos nuevamente en el cuadro Funcionamiento del sistema turístico.

La infraestructura

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

- a) vincular entre sí a distintas localidades a través del transporte terrestre, acuático y aéreo.
- b) facilitar las comunicaciones brindando al turista oficinas de correo o cabinas telefónicas para comunicarse con sus familiares.
- c) asegurar la sanidad de una localidad turística haciendo la recolección de residuos o prestando atención en los centros de salud.
- d) prestar la energía necesaria tanto para el alumbrado público como el combustible para el transporte.
- e) brindar seguridad, calles iluminadas y personal de policía resguardando por nuestra seguridad.

Veamos a continuación el cuadro.

Categoría	Tipo	Subtipo
Transporte	Terrestre	Red vial Servicios para el automotor (talleres mecánicos y estaciones de servicio) Servicios para el turista (sanitarios, restaurante, cafetería, etc) Servicios de transporte Terminales de ómnibus Red y terminales ferroviarios
	Aéreo	Servicios aéreos Aeropuertos
	Acuático	Marítimo (servicio de transporte, terminales) Fluvial y lacustre (servicio de transporte, terminales)

 **A trabajar...**

Actividad 13.

Recordemos nuestra experiencia de viaje a algún destino, o interrogamos a algún conocido que haya viajado y contestamos:

a. ¿Qué transporte utilizamos para trasladarnos: terrestre, acuático o aéreo?

.....
.....

b. Una vez en el destino ¿qué medios utilizamos para comunicarnos con familia o amigos?

.....
.....
.....

c. ¿La recolección de residuos se hacía diariamente? ¿Pudimos observar qué pasaba con los desagües?

.....
.....
.....

d. Si utilizamos el sistema de salud describamos la experiencia en relación a la atención y el equipamiento.

.....
.....
.....

e. ¿Había cortes de luz? ¿Qué pasaba con el alumbrado público?

.....
.....
.....

f. ¿Había estaciones de combustible, GNC cercanas?

.....

.....

.....

g. Agreguemos todos aquellos aspectos que consideremos pertinentes a la infraestructura.

.....

.....

.....

.....

.....

Ahora vayamos a ver nuevamente el cuadro inicial Funcionamiento del Sistema Turístico y busquemos la superestructura.

La superestructura

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente requiere del auxilio de un subsistema superior que regule a todo el sistema: la denominada superestructura.

Comprende organismos públicos y privados que optimizan y modifican el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, y armonizan sus relaciones para facilitar la producción y la venta de los múltiples servicios que componen el producto turístico.



Turismo emisor: Es el que realizan los residentes de un país en el resto del mundo.

Turismo interno: Incluye a los residentes que viajan por un periodo de tiempo no superior a doce meses a un lugar dentro de su país de residencia pero distinto de su entorno habitual

Turismo receptivo: Turismo realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

Los organismos públicos son: a nivel nacional MINTUR (Ministerio de Turismo de la Nación); a nivel provincial la Agencia Córdoba Turismo S.E.M., y en los municipios turísticos, la Secretaría o Dirección de Turismo correspondiente.

En el plano internacional encontramos a la OMT (Organización Mundial del Turismo). Entre sus funciones se cuenta la promoción turística, el control de la calidad de los servicios, fijación y control de precios, planificación para el desarrollo, promoción de inversiones de la actividad privada. En el caso del MINTUR, su función es la promoción del turismo interno y la promoción del turismo social, entre otros.

Como ejemplo del funcionamiento de la superestructura podemos decir que muchas de las políticas encaradas en la actualidad por estos organismos especializados se refieren a la capacitación y concientización del personal de contacto. Así, la Agencia Córdoba Turismo S.E.M. brinda capacitación para mozos/as, mucamas/os, comerciantes, etc. en distintas localidades turísticas, regiones y valles de toda la provincia de Córdoba.

Como dijimos al principio la superestructura también comprende a organismos privados creados para compatibilizar y defender sus intereses, por ej., asociaciones de hoteleros o guías turísticos, agentes de viajes, transportistas, etc.



La Agencia Córdoba Turismo S.E.M. del Gobierno de la Provincia de Córdoba es un organismo de economía mixta (público y privado) y está compuesto por los siguientes actores:

- ✓ Autoridades Gobierno de la Provincia de Córdoba
- ✓ Gobernador
- ✓ Vice-Gobernador
- ✓ Autoridades Agencia Córdoba Turismo – Sociedad de Economía Mixta
- ✓ Presidente
- ✓ Director Sector Público (seis)
- ✓ Director Sector Privado (tres)
- ✓ Síndico (tres)

La Agencia Córdoba Turismo S.E.M. (Sociedad de Economía Mixta)

Le corresponde organizar, orientar, promover, coordinar la actividad turística y su desarrollo en la Provincia de Córdoba para conseguir los siguientes objetivos:

- Incrementar su incidencia en el producto bruto provincial;
- Posibilitar la participación en el ejercicio del turismo de todos los sectores sociales;
- Proteger y desarrollar el patrimonio turístico en sus aspectos naturales y culturales;
- Proteger y desarrollar los recursos humanos abocados a la actividad turística, la calidad de los servicios y la infraestructura turística.

A su vez se desprenden cuatro direcciones que dependen directamente del/a presidente/a y tienen a su vez directores/as a cargo:

- a. Dirección Administrativa
- b. Dirección de Promoción, Productos y Marketing



Programa Turístico: Es el itinerario detallado, el cual organiza y describe los atractivos, actividades y servicios contratados por el viajero.

- c. Dirección de Relaciones Institucionales
- d. Dirección de Inversiones y Servicios Turísticos

Vivir y sentir Córdoba implica introducirnos en una sucesión de imágenes, lenguajes y sensaciones únicas, que invitan a los turistas del país y del mundo, a descubrir las bellezas de esta provincia y tomar contacto con su identidad definida.

En la Pagina Web de la Agencia Córdoba Turismo en el Link "Legislación Turística" podrán encontrar: recomendaciones generales, solicitudes de baja, transferencia o recategorización hotelera, declaraciones juradas de campamento turístico, leyes, decretos, declaraciones juradas, legislaciones, entre otras.

Para conocer los diferentes programas turísticos y ofertas de capacitación que realiza cada Área, debemos dirigirnos a la página web institucional de la agencia.

<http://www.cordobaturismo.gov.ar/>



Agencia

Con su impronta cultural e histórica, su perfil tradicional y moderno, su actitud inteligente y contestataria, Córdoba ha ocupado el sitio que le reservó el destino, dentro de un país que siempre reconoció como trascendente lo que por en estas tierras sucedía.

Esta provincia mediterránea, rica en naturaleza e historia, concibe al turismo como una verdadera política de Estado. Una poderosa herramienta para generar trabajo, un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales, revalorizados mediante la ejecución permanente de obra pública. Una labor compartida en forma constante con el sector privado, que con su vital protagonismo, ha posibilitado convertir a esta actividad en una de las principales labores productivas de nuestra Provincia.

Córdoba cuenta con una importante red de conectividad aérea y terrestre, convirtiéndose en el ingreso alternativo a la Argentina y en un natural centro de comunicación con las principales ciudades del país y Latinoamérica. La facilidad de llegada a los diversos sitios de la geografía cordobesa, ha permitido la renovación cualitativa de las regiones tradicionales en nuestra historia turística y la vigorosa incorporación de nuevas zonas emergentes.

Todas las acciones desarrolladas en los niveles públicos y privados tienen un claro objetivo: que la marca "Córdoba" sea aceptada, reconocida y valorada como un destino turístico absolutamente confiable a nivel nacional e internacional.

Agencia Córdoba Turismo
Gobierno de la Provincia de Córdoba

 **A trabajar...**

Actividad 14.

Investiguemos en la página web de la Provincia y otros links que encontremos de qué se trata la **Ley de Promoción Turística**: ¿para qué sirve? ¿A quién/es se le puede aplicar? Comentemos qué otras leyes, decretos, resoluciones existen aplicables para Córdoba.

.....
.....
.....

Para finalizar la lectura del cuadro de funcionamiento del sistema turístico y a modo de cierre, podemos decir que la carencia o deficiencia de cualquiera de los componentes del sistema turístico incide directamente en el funcionamiento del sistema en su conjunto. Entonces, por más que tengamos atractivos turísticos de mucha belleza, si el alojamiento y la alimentación son de baja calidad, el sistema de transporte y los caminos están en mal estado, y la atención en el destino en general es mala y no se respetan los precios acordados, estos aspectos se devalúan ante los ojos de las y los visitantes.

Actividad 15. Leamos los artículos “El turismo sustentable como estrategia” y “Provincia dará créditos especiales a hoteleros” y respondamos las preguntas a continuación:



LA MAÑANA DE CÓRDOBA. MARTES 21 DE NOVIEMBRE DE 2006.

PROVINCIA DARÁ CRÉDITOS ESPECIALES A HOTELEROS

El Estado les subsidiará el 3% de la tasa de interés anual. Los otorgará el BPC y habrá 10 millones de pesos disponibles.

El presidente de la Agencia Córdoba Turismo, y el ex gobernador de la Provincia, anunciaron ayer el lanzamiento de una línea de créditos especiales del Banco de Córdoba destinados a los empresarios hoteleros para que realicen obras de cualquier tipo en sus respectivos establecimientos.

De todos modos, el dato principal es que el Estado provincial, a través del Ministerio de Producción y Trabajo, subsidiará el 3% de la tasa de interés de dichos préstamos, por lo que los inversores terminarán abonando una tasa de sólo un dígito; es decir, el 9% anual. En total, habrá disponible 10 millones de pesos y los créditos tendrán que ser devueltos en un plazo máximo de 5 años.

Entre otras cosas, cabe destacar que los empréstitos estarán dirigidos esencialmente a pequeños y medianos empresarios que necesiten mejorar la infraestructura y los servicios que ofrecen en sus complejos. Al respecto, los funcionarios provinciales dejaron en claro que este dinero estará disponible para cualquier tipo de trabajo que quieran realizar, lo que significa que abarcarán desde la construcción o ampliación de habitaciones hasta la compra de colchones o la pintura de las piezas.

El anuncio fue formulado en el marco de la presentación del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia de Córdoba. Participaron del acto, entre otros, el Ministerio de Producción y Trabajo; la Dirección de Inversiones Turísticas de la Nación, el representante del Consejo Federal Inversiones, el coordinador del Plan Estratégico Sustentable, el director de la Escuela Superior de Turismo y Hotelería “Marcelo Montes Pacheco”; y el presidente de la Cámara de Turismo provincial (...)

FUENTE: *LA MAÑANA DE CÓRDOBA. MARTES 21 DE NOVIEMBRE DE 2006. (TEXTO MODIFICADO)*



DOMINGO 12 DE NOVIEMBRE DE 2006. SUPLEMENTO TURISMO

EL TURISMO SUSTENTABLE COMO ESTRATEGIA

El lunes 20 de este mes, la Provincia presentará su Plan Estratégico de Turismo Sustentable. Asistirá el secretario de Turismo de la Nación, Enrique Meyer. Mencionar la importancia que reviste el turismo para la Provincia de Córdoba sería redundar en un tema que, a nadie escapa, incide en buena parte del crecimiento y desarrollo económico de los sectores ligados a la actividad.

Así planteado, el turismo reclama su lugar en las políticas estatales y, a veces, lo obtiene. Es el caso de Córdoba donde, además, ha sido elaborado un "Plan estratégico de turismo sustentable", el que será presentado el próximo lunes 20, a las 11, en el Salón Quebrada del Condorito del Pabellón Amarillo, Complejo Ferial.

Al acto, que será encabezado por el entonces gobernador José Manuel de la Sota y la Agencia Córdoba Turismo y la Secretaría de Turismo de la Nación, lo cual demuestra la importancia asignada al hecho.

El Plan Estratégico de Turismo fue elaborado, luego de un año de trabajo, por los equipos técnicos de la Escuela Provincial de Turismo y Hotelería Marcelo Montes Pacheco y de la Agencia Córdoba Turismo..

Ha sido concebido como una herramienta para planificar la actividad turística provincial de manera sistematizada, integrada y, fundamentalmente, participativa, teniendo como horizonte no sólo los requerimientos de la coyuntura, sino el mediano y el largo plazo de la Córdoba Turística.

Para ello, durante este año se desarrollaron 28 talleres en todo el territorio provincial, con la participación activa de más de 1.000 representantes de los diversos sectores vinculados a la actividad turística.

Al hablar de desarrollo sustentable en el campo del turismo, se hace referencia a la gestión integral de los recursos para satisfacer demandas sociales y económicas presentes y futuras, con respeto de la integridad cultural de los destinos, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas ambientales

FUENTE: LA VOZ DEL INTERIOR. DOMINGO 12 DE NOVIEMBRE DE 2006. SUPLEMENTO TURISMO (TEXTO MODIFICADO)

a. ¿Qué organismos pertenecientes a la superestructura se nombran en los artículos?

.....
.....
.....

b. ¿Qué acciones puntuales propias de la superestructura se nombran en los artículos? Transcribamos los párrafos correspondientes.

.....
.....
.....

c. ¿A qué se denomina “desarrollo sustentable”?

.....

.....

.....

Actividad 16.

a. Investiguemos para responder: ¿cuál es la importancia de tener un Plan Estratégico de Turismo Sustentable?¿la provincia de Córdoba tiene uno? ¿en qué estado se encuentra?

.....

.....

.....

b. ¿Existe un Plan de Gestión Turística en el Área de Turismo? Mencionemos brevemente de qué se trata.

.....

.....

.....



¿Qué es el Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba 2017?

El PETS CBA 2017 es la actualización del Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2006, elaborado por la Dirección de Relaciones Institucionales de la Agencia Córdoba Turismo SEM conforme a su función específica como organismo del Gobierno de la Provincia de Córdoba responsable de fijar e implementar la política turística.

Se fue elaborando en base a aportes de actores del sector público, privado, académico y comunitario de las regiones turísticas de toda la provincia, mediante un proceso participativo, desde un enfoque sustentado en las premisas de fortalecimiento y dinamización de las economías regionales, la conservación de los componentes identitarios regionales y la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo del turismo.

El objetivo del PETS CBA 2017 es impulsar el proceso orientador de acciones estratégicas generadas a partir de la participación y el consenso de los actores del sector, para fortalecer el

desarrollo turístico equilibrado de la provincia como un destino turístico sustentable, competitivo y de calidad. Su proceso de elaboración es de carácter participativo e implicó las etapas de **diagnóstico** cuyas principales instancias son los **foros regionales**, y luego las etapas de **propuesta** y **validación** cuyas principales instancias son **mesas de trabajo colaborativo**.

El ámbito territorial del PETS CBA 2017, alcanza a las regiones turísticas y a los municipios y comunas comprendidos en la Ley de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba N° 10.312/15. Las mismas son: Región de la Historia (Áreas Sierras Chicas y Norte); Región de la Punilla (Área Punilla); Región de Traslasierras (Áreas Traslasierras y Noroeste), Región de los Grandes Lagos (Áreas Paravachasca, Calamuchita y Sierras del Sur); Región de la Capital (Área Capital); Región del Mar de Ansenusa (Área Mar de Ansenusa); Región de la Llanura (Áreas Pampa Agropecuaria y Lagunas y Fortines).

El equipo de trabajo del PETS CBA 2017 es coordinado por el Equipo Técnico Interdisciplinar de la Dirección de Relaciones Institucionales de la Agencia Córdoba Turismo SEM -Gobierno de la Provincia de Córdoba-, y está integrado por Equipos Técnicos de las Universidades con carreras de formación en turismo y desarrollo local y regional de la provincia: Universidad Provincial de Córdoba, Universidad Empresarial Siglo 21, Universidad Blas Pascal, Universidad Nacional de Villa María y Universidad Nacional de Córdoba.

Los Foros Regionales como espacios participativos

Los Foros Regionales son instrumentos del proceso del PETS CBA 2017 concebidos como espacios de trabajo colaborativos en torno al desarrollo turístico sustentable, de referentes institucionales del sector público (municipios, comunas y entes regionales), sector privado (empresarios y representantes de asociaciones), sector comunitario (Centros Vecinales, Asociaciones Civiles, organizaciones del tercer sector y público interesado en general) y sector académico (docentes, estudiantes avanzados y representantes de instituciones) regional.

Su objetivo es generar un ámbito de debate entre los actores del sector turístico regional; propiciando el análisis, la discusión y el consenso sobre dimensiones de análisis

consideradas claves para el sector, elaborando ideas fuerza y la visión compartida del turismo en la región con miras a la definición de estrategias que formarán parte del PETS CBA 2017.

El desarrollo de las actividades planteadas implica la distribución de los participantes en mesas de trabajo temáticas asociadas a cinco dimensiones de análisis (Marco político-institucional, Desarrollo de la Oferta, Promoción y comercialización de Destinos y Productos Turísticos, Gestión de la calidad, e



Al momento que se terminó este material. El PETS CBA 2017 no ha finalizado. Podremos acceder a los datos en el siguiente link:

<http://www.cordobaturismo.gov.ar/plan-estrategico-de-turismo-sustentable/>



Inversión), considerando éstas como aspectos o temáticas que facilitan el abordaje integrado de diferentes componentes del sistema turístico para establecer el diagnóstico del territorio.

Una vez sistematizados los resultados obtenidos en los Foros regionales -Ventajas y desventajas, ideas fuerza y visión compartida-, los mismos serán el insumo clave en la posterior Etapa Propuesta, la cual comprende la formulación de líneas de acción estratégicas para el desarrollo turístico sustentable de la Provincia de Córdoba.

¿Cómo funciona la dinámica turística laboral?

La provincia de Córdoba tiene una fuerte impronta turística, genera empleo permanente y de tipo temporal debido a las características de la actividad del sector. Los habitantes de las diferentes regiones turísticas se capacitan durante la temporada baja y utilizan estos recursos en temporada alta. Las temporadas varían en alta, media y baja según la localidad y la época del año. Por ejemplo: Fiesta Nacional de la Cerveza (Villa General Belgrano - Octubre).

¿Cómo podemos acceder a las capacitaciones relacionadas al sector turístico?

Existen numerosas entidades que ofrecen capacitaciones de diferentes niveles para la inserción laboral, ya sea de manera temporaria (muy ligada a la actividad turística) o permanente.



<http://equidadyempleo.cba.gov.ar/ceders/>



Equidad y empleo

Podemos acercarnos en nuestra localidad a las Municipalidades o Comunas que brindan capacitaciones turísticas permanentemente a través del Ministerio de Turismo de la Nación, Agencia Córdoba Turismo, diferentes federaciones, asociaciones, cámaras y entidades.



<http://campus.yvera.gob.ar/>



Campus

Por ejemplo: Centros de Estudios para el Desarrollo Regional (CEDER), COMCAL, Escuela de Oficios, Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), Centros de Comercios de las localidades, Cámara de Turismo de Córdoba.

Capítulo 4: Argentina en el mundo

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, ya que genera un importante desarrollo económico, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social, pues favorece la realización de actividades que atienden la demanda de las y los turistas como el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de tradiciones, atractivos naturales y culturales, entre otras. Además, atrae inversión local, nacional, extranjera e impulsa la infraestructura local mediante la construcción de urbanización y vías de comunicación aérea, terrestre e incluso marítima, aunque no en el caso de Córdoba.

Los cambios que se han venido dando en los últimos años en la concepción del turismo son evidentes. Grupos sociales emergentes de las sociedades urbanas demandan, de forma creciente, el derecho al uso y disfrute de su tiempo libre, en mayor contacto con la naturaleza, rodeados de un ambiente de tranquilidad y reposo, características a las cuales nuestra provincia de Córdoba no es ajena. La vida sencilla de las áreas rurales atrae, cada día, a quienes desean visitar contextos sosegados para reponerse de la agitada vida de ciudades.

Comenzaremos este viaje virtual revisando algunos aspectos generales del turismo en la República Argentina, para pasar posteriormente a estudiar con mayor detenimiento el turismo en la Provincia de Córdoba.

Riquezas naturales: Argentina es uno de los países más extensos y con mayores riquezas naturales de América del Sur. Se divide en cinco regiones geográficas bien diferenciadas: la cordillera de Los Andes (que oficia de frontera natural con Chile), el Gran Chaco, La Mesopotamia, La Pampa y la Patagonia. Regiones que dan origen a diversos entornos naturales para emprender actividades turísticas.

Legado cultural: Entre 1850 y 1940 llegaron a Argentina más de seis millones de europeos, predominantemente de origen español e italiano, con importantes cifras de franceses, británicos, alemanes, rusos, polacos, sirios y de otros países, incluso sudamericanos. Así es como hoy en día aproximadamente el 85% de la población es descendiente de europeos. Este rico legado cultural de otros países, mezclado con el cultivo de las tradiciones propias conforman una amalgama de costumbres que dan lugar a otro de los atractivos turísticos de Argentina: el cultural. Efectivamente, la mezcla de visiones de los primeros colonizadores, la de los pueblos originarios y la de los inmigrantes, se plasmó en la arquitectura, en las artes, en las formas de vida, en las tradiciones, etc., conformando el entramado que hoy hace de Argentina un destino turístico reconocido internacionalmente no solo por sus ricos recursos naturales sino también por sus recursos culturales.



Recursos Turísticos: Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.

Una mirada de la naturaleza de nuestro país

Las montañas, las llanuras y los valles ofrecen en Argentina ambientes propicios para el desarrollo de distintas actividades turísticas o “tipos de turismo”, concepto que desarrollaremos en profundidad más adelante.

En los ambientes de montaña, como la cordillera de los Andes en casi toda su extensión y las Sierras de Córdoba, se practica el turismo de aventura. En la cordillera de los Andes se encuentran importantes centros de esquí, de andinismo, parques nacionales y termas.

Por su parte, en llanuras y valles se desarrollan el turismo de playa, en las costas de la provincia de Buenos Aires que dan al Océano Atlántico, y en las de los ríos de montaña de las Sierras de Córdoba o de llanura, en las márgenes del río Uruguay. Dentro del turismo deportivo, se practica la pesca en los ríos que recorren las llanuras, como el Uruguay y el Paraná y otros lagos y lagunas, en donde también se desarrollan los deportes náuticos. Se puede hacer buceo en Las Grutas (Río Negro) y Península de Valdés (Chubut).

Los atractivos de nivel internacional

Los Parques y Monumentos Naturales Nacionales se distribuyen en toda la geografía argentina. Los que despiertan interés turístico internacional, entre otros, son el Monumento Nacional Ballena Franca Austral, el Monumento Nacional Bosques Petrificados, el Parque Nacional Iguazú y el Parque Nacional Los Glaciares

Monumento Nacional Ballena Franca Austral: Las ballenas francas arriban a la Península de Valdés (Chubut) anualmente de mayo a diciembre, para aparearse, dar a luz y criar a sus ballenatos. A partir de 1935 se reguló internacionalmente la caza de estos ejemplares de ballenas porque estaban casi extinguidas. Actualmente se estima que hay cerca de 2000 ejemplares. Fueron declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO, y a partir de ese momento comenzaron las visitas de turistas internacionales para hacer el “avistaje” subidos a embarcaciones que se acercan a las ballenas.

Reserva Punta Tombo: También ubicada en Chubut, es una de las mayores pingüineras de América. Tanto en Chubut como en Santa Cruz pueden verse comunidades de pingüinos y también de elefantes y lobos marinos. Las corrientes frías oceánicas frente al archipiélago de Tierra de Fuego, en el extremo sur de esta región, proporcionan un ambiente apropiado para estas aves, que se desarrollan en climas gélidos.

Monumento Nacional Bosques Petrificados: Éste es otro de los atractivos de la Patagonia argentina, ubicado en la Provincia de Santa Cruz. Posee restos de ejemplares petrificados de coníferas casi en perfecto estado. Vivieron hace 350 millones de años y luego se produjo una intensa actividad volcánica en el lugar, que proveyó el sílice, materia básica para el proceso de petrificación. Hoy se conservan cerca de 10000 hectáreas y allí los troncos de algunos árboles alcanzan casi los 30 metros de largo y 2 metros de diámetro, por lo que son los más grandes que se conocen en la Argentina.



Los parques nacionales son áreas protegidas con el objeto de preservar la naturaleza, la conservación ecológica de animales o plantas de interés ecológico o científico, etc. Pueden dividirse en Parque Nacional, Reserva Natural Estricta, Monumento Natural y Reserva Natural. . Veremos las diferencias entre Parques y Reservas Nacionales; y entre Monumentos y Reservas Naturales en el artículo “Áreas Protegidas” en la página 53.

Las cataratas del Iguazú: Ahora nos trasladaremos al noreste de Argentina, al Parque Nacional Iguazú, en la provincia de Misiones. Ubicadas en la frontera entre Argentina y Brasil, son una de las grandes maravillas naturales de Sudamérica. Su altura oscila entre 60 y 80 metros. Durante la estación seca el río se bifurca en dos cataratas con forma de media luna, pero en la estación húmeda el agua se une en una sola catarata de más de 4 km de ancho. El salto mas importante es el de Garganta del Diablo, de 60 metros de altura.

Las cataratas se encuentran en una zona de clima subtropical. Se conservan allí especies de flora y fauna características de las grandes pluviselvas del mundo, comparable con el área del Amazonas, en Brasil.

Cerro Aconcagua: Regresaremos a la Cordillera de Los Andes. En la provincia de Mendoza se encuentra el Cerro Aconcagua, de 6959 metros de altura. Es el pico mas elevado de la Cordillera y de todo el continente americano. Representa un desafío para los andinistas de todo el mundo. Los restos encontrados sugieren que ya los incas pudieron escalarlo.

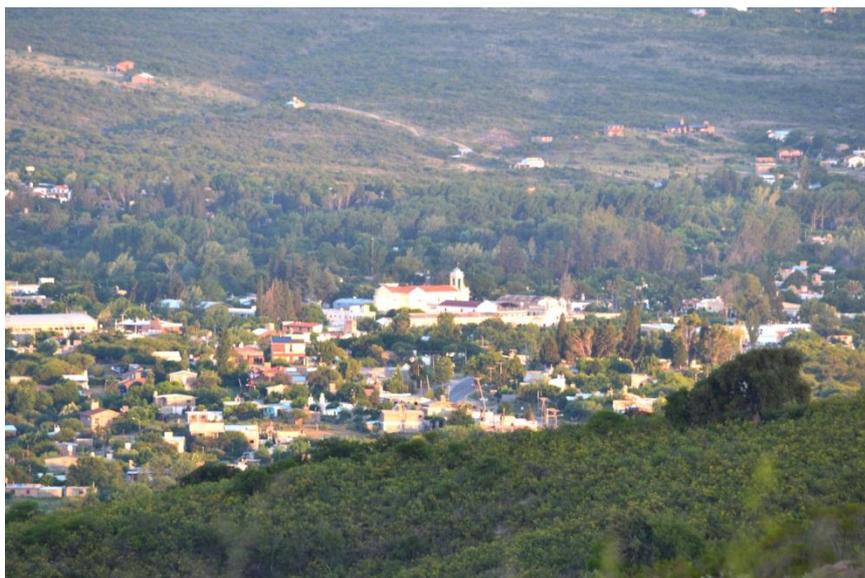
Monte El Chaltén (Fitz Roy) Al oeste de la provincia de Santa Cruz se ubica otro de los destinos elegidos por el turismo internacional: el Parque Nacional Los Glaciares. Estos glaciares constituyen un inmenso casquete de hielo que cubre la zona central de la cordillera que se van fundiendo hacia los lagos Viedma y Argentino. Los glaciares más conocidos son el Viedma, el Upsala y el Perito Moreno. El último es el de más fácil acceso, tiene un imponente frente de 5 km. y una altura de 60 metros. Se puede observar desde la tierra o desde las embarcaciones que se acercan a la pared de hielo, sobre la cual se hace trekking. Cada 3 o 4 años, cuando termina el verano, se produce el rompimiento del glaciar, que en su constante avance tapona el Canal de los Témpanos que conecta el lago Argentino y el Brazo Rico. Luego, la presión del agua del Brazo Rico, cuyo nivel se eleva casi hasta los 19 metros por encima del nivel del Lago Argentino, vence la resistencia de la masa de hielo produciéndose una estruendosa ruptura. Dentro de este parque se erige el monte Fitz Roy (o Chaltén), situado en el límite chileno-argentino. Tiene 3405 metros y es una de las torres más escaladas por alpinistas nacionales e internacionales debido al desafío que prometen sus abruptas laderas. Los habitantes de los pueblos originarios de la Patagonia lo denominaban chaltén, lo que significa “montaña que humea”, porque su pico está siempre tapado por nubes. Está acompañado por los cerros Torre, Aguja y Poincenot. A sus pies se encuentra la localidad El Chaltén, que ha desarrollado en los últimos años una infraestructura de servicios al turista de nivel internacional. Y actualmente se asfaltan algunos tramos de las rutas que facilitarán el acceso a este atractivo natural.

Ushuaia: Para finalizar con el sur del país, no podemos dejar de hablar de la ciudad de Ushuaia, en Tierra del Fuego. Posee la característica de ser la más austral del mundo, motivo por el cual el turismo es allí uno de los sectores más dinámicos de la economía, favorecido por la construcción de un moderno aeropuerto en la última década del siglo XX. Aquí funcionó la cárcel más austral del mundo hasta 1947. Se conserva el Tren del Fin del Mundo, que llevaba a los presos para hacer trabajos forzados en las afueras y que hoy en día lleva turistas al Parque Nacional de Tierra del Fuego. Se encuentra también allí el complejo del glaciar Martial. Hay centros de esquí y las tradicionales estancias patagónicas típicas han devenido en hospedajes para el turista donde pueden observar tradiciones típicas. Hay además interesantes inversiones en hotelería. Es también la puerta de entrada a los cruceros que se dirigen a la Antártida. Es la capital Internacional de la Trucha, ejemplar que vive en sus ríos y que permite la pesca deportiva con mosca, práctica ecológica que permite devolverlas a los ríos con vida.

Una mirada cultural de nuestro país

Turismo religioso:

Dentro de los atractivos culturales de Argentina encontramos los principales centros de peregrinación en Corrientes con la Virgen de Itatí, en Catamarca con la Virgen del Valle en Catamarca, en Córdoba Villa Cura Brochero y en la Provincia de Buenos Aires con la Virgen de Luján.



Villa Cura Brochero

Legado jesuítico:

Por su parte, la Manzana y Las Estancias Jesuíticas de Córdoba y las ruinas de San Ignacio Miní en Misiones, representan el rico legado arquitectónico y cultural de la obra jesuítica en el país. La



Estancia Jesuítica Colonia Caroya

interacción entre los jesuitas y los pueblos nativos americanos dio nacimiento al rico arte con el que se decoraron los edificios donde vivieron los sacerdotes y las iglesias de las estancias. Los pueblos originarios aprendieron las técnicas y plasmaron todo su imaginario en escenas donde abunda la naturaleza.

Pueblos originarios: Cada región de nuestro país tiene además atracciones turísticas vinculadas a la cultura de los pueblos indígenas. Restos arqueológicos, arquitectónicos y producción de indumentaria o gastronomía regional, son algunos de los más frecuentes. Según la región, podemos encontrar distintas culturas con mayor o menor vínculo con la industria del turismo. Les presentamos una clasificación basada en el último Censo 2010:

- **Región de Cuyo** (Mendoza – San Juan – San Luis): Huarpe, Mapuche, Quechua, Kolla, Comechingón, Diaguita-Calchaquí, Guaraní, Toba, Tehuelche, Pampa y Rankulche.

- **Región Metropolitana** (Ciudad Autónoma de Buenos Aires – Partidos del Gran Buenos Aires): Quechua, Guaraní, Aymara, Mapuche, Diaguita-Calchaquí, Toba, Kolla, Comechingón, Charrúa, Tehuelche, Pampa, Huarpe y Wichí.
- **Región Nordeste Argentino** (Chaco – Formosa – Misiones – Corrientes): Toba, Wichí, Mocoví, Guaraní, Diaguita-Calchaquí, Atacama, Quechua, Mapuche, Quechua, Ava Guaraní, Charrúa, Pilagá, Chulupí, Huarpe, Mbyá Guaraní, Toba (Qom) y Tupí Guaraní.
- **Región Noroeste Argentino** (Jujuy – Salta – Tucumán – Santiago del Estero – Catamarca – La Rioja): Diaguita-Calchaquí, Quechua, Kolla, Mapuche, Toba, Guaraní, Atacama, Guaraní, Omaguaca, Ava Guaraní, Aymara, Maimará, Comechingón, Huarpe, Wichí, Chané, Chorote, Tonocoté, Lule, Atacama, Vilela y Sanavirón.
- **Región Pampeana** (Córdoba – Santa Fe – Entre Ríos – La Pampa – Buenos Aires): Mapuche, Toba, Guaraní, Pampa, Quechua, Diaguita-Calchaquí, Tehuelche, Comechingón, Rankulche, Sanavirón, Kolla, Charrúa, Chané, Mocoví, Atacama, Quechua, Huarpe y Mocoví.
- **Región Patagonia** (Neuquén – Río Negro – Chubut – Santa Cruz – Tierra del Fuego e Islas del Atlántico Sur): Mapuche, Tehuelche, Toba, Quechua, Diaguita-Calchaquí, Guaraní, Comechingón, Kolla, Pampa, Aymara, Ona y Huarpe.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA): Dentro de los atractivos culturales, lo que indudablemente despierta el interés en el turista internacional es lo que representa la ciudad de Buenos Aires. Ciudad cosmopolita y una de las capitales más bellas del mundo, se destacan sus edificios de diferentes estilos, como la arquitectura afrancesada de Diagonal Norte y Recoleta, en cuyo cementerio los turistas buscan hoy fotografiar el panteón donde descansan los restos de María Eva Duarte de Perón. El estilo colonial del Cabildo, modernos edificios en Puerto Madero y Catalinas, pintorescos barrios históricos como La Boca, donde vivieron los inmigrantes, principalmente italianos genoveses, que replicaron las casas de madera y los colores vivos de su ciudad de origen. Los modernos edificios conviven con los tradicionales. Otros atractivos arquitectónicos son los imponentes edificios oficiales, como la Casa Rosada, el Congreso de la Nación y el Palacio de Justicia.

Por su parte, el Teatro Colón con su edificio de estilo neoclásico, es el más grande e importante de Latinoamérica, está considerado uno de los mejores teatros de ópera del mundo. Fue inaugurado en 1908 y por su escenario pasaron las figuras más importantes del mundo de la música y la danza y es la sede de la Orquesta Sinfónica Nacional de Argentina y de la Compañía Nacional de Danza.

La Avenida 9 de Julio es la más ancha del mundo, y muestra el famoso Obelisco en su centro. En Recoleta y San Telmo pueden verse hoy parejas bailando tango, y hay numerosos bares donde se enseña esa danza, ambientados espacialmente en la época de su auge, a principios del siglo XX. En La Boca es donde pueden apreciarse obras de teatro, dentro de las mismas edificaciones que están aún en pie, que representan escenas típicas de la vida de los inmigrantes en los conventillos. A pocas cuadras se levanta el estadio de Boca Juniors.

El viejo mercado de abasto es hoy en día un centro de compras. A pocas cuadras de allí se encuentra la casa donde residía Carlos Gardel junto a su madre. A Gardel se le solía llamar “el Morocho de Abasto”. Hizo mundialmente famoso el tango, una melodía nacida en la zona portuaria (los “arrabales”) de la ciudad de Buenos Aires. A través de canciones tan conocidas como “Volver” o

"Mi Buenos Aires querido" se convirtió en uno de los mayores mitos de la música popular del país y de toda Latinoamérica. El tango se convirtió rápidamente en un baile de salón favorito en gran parte del mundo. Hoy es uno de los principales atractivos turísticos culturales de Argentina.

El turista que visita Buenos Aires también sabe apreciar la carne argentina, por lo que los asados representan buena parte del turismo gastronómico. Los visitantes suelen trasladarse a las estancias de la provincia de Buenos Aires para conocer las costumbres del campo. Son muy apreciadas, además, las prendas de cuero.

Áreas protegidas en la república argentina

Las categorías de manejo correspondientes al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas bajo jurisdicción de la Administración de Parques Nacionales son:

Parques Nacionales: se instituyeron con el doble propósito de proteger la naturaleza y disfrutar de ella. En ellos se prohíbe toda explotación económica, con excepción del turismo. Por ejemplo, los Parques Nacionales Iguazú, El Rey y Nahuel Huapi.

Reservas Nacionales: son áreas de conservación ecológica. En ellas se permiten los asentamientos humanos y las obras de infraestructura para el aprovechamiento recreativo y toda actividad compatible con los preceptos de conservación enunciados. Esta figura legal se usa en los alrededores de algunos parques nacionales o en los lugares donde al momento de la creación del parque ya existían pobladores en él y por lo tanto se les permite algunas actividades como la ganadería, sólo con planes aprobados por la Administración de Parques Nacionales. Dicho organismo trata de que estos pobladores cambien paulatinamente estas actividades por otras relacionadas con el turismo como la elaboración de productos regionales. Por ejemplo, la Reserva del Parque Nacional Lanín.

Monumentos Naturales: son las regiones, objetos, especies vivas de animales o plantas de interés estético o valor histórico o científico, que merecen protección absoluta. Las únicas actividades permitidas son las visitas explicadas, las inspecciones oficiales y las investigaciones científicas autorizadas. Por ejemplo, los Monumentos Naturales Bosques Petrificados y Ballena Franca Austral.

Reservas Naturales Estrictas: son zonas de alto valor científico, tienen normas severas de manejo, con el fin de asegurar la intangibilidad de los sistemas ecológicos por lo que está prohibido el acceso de público en general, el tránsito de todo tipo de vehículos y el de aeronaves que operen a baja altura. Solo podrán ingresar grupos limitados cuyos propósitos sean científicos o educativos y con autorización previa. Por ejemplo las Reservas Naturales Estrictas Otamendi, en la provincia de Buenos Aires y la de El Leoncito en la provincia de San Juan.

Reservas Naturales: Preserva riquezas naturales únicas que pueden ser investigadas y visitadas. El manejo es similar al del Monumento Natural y reviste el mismo valor.

 **A trabajar...**

Actividad 17.

Elegimos dos destinos turísticos mencionados que nunca hayamos visitado pero que hayan despertado nuestra curiosidad: uno de carácter natural y uno cultural. Buscamos en internet información de cada uno y elegimos algunas fotografías que nos parezcan representativas. Podemos realizar esta acción mediante el uso de nuestro celular.

Actividad 18.

Si quisiéramos organizar un viaje a la provincia de Salta ¿dónde encontraríamos información para organizar el viaje? Investigamos en internet y anotamos las páginas web donde encontramos información que nos parezca confiable.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Podemos revisar el módulo 4, en Interpretación y producción de textos, Lengua y literatura, donde aprendimos a prestar atención a las fuentes de información confiables y actualizadas.

Capítulo 5: Córdoba como destino turístico

Caminar por senderos encantados, sentir la brisa de un clima privilegiado o el aroma de las hierbas serranas, oír el canto de los pájaros y el murmullo de los ríos, pasear por el centro histórico de la capital y conocer el legado jesuítico: estas son algunas de las posibilidades que propone la Provincia de Córdoba, Argentina cuando uno decide entrar en contacto con sus paisajes y cultura, dejando atrás el ritmo vertiginoso de la cotidianidad.

La provincia de Córdoba es un destino ideal para experimentar las más diversas sensaciones que a un viajero le pueden provocar placer. Córdoba es el lugar donde las y los turistas pueden disfrutar de sus actividades de recreación preferidas durante todo el año.

Nuestra provincia se ha posicionado como uno de los principales centros culturales de Argentina y América Latina. La riqueza de su patrimonio histórico y arquitectónico y la permanencia de modos de vida y costumbres tradicionales, conviven en perfecta armonía en un destino moderno y auténtico.

Aquí funciona la segunda Universidad más antigua de Latinoamérica, la Universidad Nacional de Córdoba, distinguida por su prestigioso nivel académico, con más de 400 años de trayectoria cultural y educativa. Además, en esta Universidad se gestó la emblemática Reforma de 1918, que fue puntapié para la democratización de las universidades en Latinoamérica y el mundo.

Actualmente, la provincia de Córdoba cuenta con 12 universidades, entre oferta pública y privada, donde cientos de miles de jóvenes de Argentina y la región se forman, capacitan, y profesionalizan en las más diversas disciplinas.

También, junto a las universidades, se han consolidado numerosos centros de enseñanza de español para extranjeros, posicionando a Córdoba como destino referente para el aprendizaje de este idioma.

A continuación repasaremos las características principales que hacen de nuestra provincia un destino turístico rico y diverso.



FAQ'S. Sigla derivada de la oración en inglés "Frequently asked questions" (Preguntas hechas frecuentemente). Suele traducirse como "preguntas frecuentes" y sirven para sintetizar información central en una dinámica de pregunta-respuesta.

FAQ'S / Preguntas Frecuentes

- ¿Cuántos habitantes tiene la Provincia de Córdoba?

Según el censo provincial del año 2010, la población de toda la provincia fue de 3.329.604 habitantes.

- ¿Cuál es la capital de la Provincia de Córdoba?

La capital provincial es la ciudad de Córdoba.

- ¿Con qué provincias limita la Provincia de Córdoba?

Situada en la Región Centro de la República Argentina, la Provincia de Córdoba limita al norte con la provincia de Catamarca y Santiago del Estero, al este con Santa Fe, al sureste con Buenos Aires, al sur con La Pampa, y al oeste con San Luis y La Rioja.

- ¿Cuál es la mejor época del año para viajar a la Provincia de Córdoba?

Las sierras, el clima y los paisajes son las principales fuentes de belleza de esta provincia, por lo que durante todo el año es posible viajar, recorrer y disfrutar de la geografía cordobesa.

Las distintas regiones con sus matices y la diversidad de productos turísticos que ofrece esta provincia, hacen de Córdoba un lugar ideal para visitar durante las cuatro estaciones.

- ¿Cómo puedo conocer la oferta de hoteles y alojamientos de la Provincia de Córdoba?

La provincia de Córdoba cuenta con más de 2000 alojamientos registrados y habilitados para recibir visitas, por lo que es la 2° provincia en el país con mayor cantidad de plazas disponibles para el turismo.

La oferta en alojamientos es muy variada y completa por lo que el turista puede estar seguro que encontrará la opción que más se adapte a sus necesidades.



Para conocer y buscar alojamientos en toda la Provincia de Córdoba, lo invitamos a que ingrese aquí:

<http://www.hotelesdecordoba.info/>



- ¿La ciudad de Córdoba tiene aeropuerto internacional?

El Aeropuerto Internacional Ing. Aeronáutico Ambrosio Taravella (también conocido como Aeropuerto Pajas Blancas) se encuentra ubicado en la ciudad de Córdoba y está ubicado a 10 km aproximadamente del centro de la ciudad, por lo cual los accesos son relativamente rápidos y prácticos.

Este moderno aeropuerto internacional cuenta con todos los servicios que los visitantes más exigentes pueden requerir. Transporte hacia la ciudad y regiones cercanas, servicios de alquiler de vehículos, cambios de divisas, cajeros automáticos, sectores vip, teléfonos públicos, internet, wi-fi, guarda equipajes, médico, farmacia, gastronomía, compras, accesibilidad para personas en situación de discapacidad motriz, estacionamientos y reservas de hoteles on line son algunas de las posibilidades que ofrece este moderno aeropuerto internacional.



Para consultar la conectividad nacional e internacional de Córdoba www.cordobaturismo.gov.ar



- **¿Se aceptan pagos con tarjeta de crédito?**

La mayoría de los negocios y establecimientos turísticos y comerciales de la Provincia de Córdoba, aceptan medios de pago a través de tarjetas. Sin embargo existen lugares rurales o aislados en los que se aconseja llevar dinero en efectivo ya que algunos comercios no cuentan con la posibilidad de realizar transacciones comerciales con tarjetas de crédito o débito.

- **¿Cómo es el clima de la Provincia de Córdoba?**

Córdoba siempre ha sido uno de los destinos privilegiados de Argentina para los turistas y -más allá de las incontables bellezas naturales que tiene esta provincia-, el clima ha sido un factor clave en la elección de los visitantes.

Las cuatro estaciones del año se pueden ver bien marcadas y eso hace que la geografía y los paisajes de esta provincia muestren distintos encantos con el correr de los meses. En general el clima de Córdoba es templado y varía de acuerdo a la altitud y a la región del territorio, pero siempre dentro de una amplitud moderada.

Si bien la provincia es amplia y diversa en cuanto a extensión a recursos naturales, se puede decir que las temperaturas suelen promediar entre los 10°C. y los 30°C. de acuerdo al área y las estaciones del año, siendo el mes de enero una época donde las temperaturas por lo general superan ampliamente la máxima del promedio y en el mes de julio se pueden experimentar temperaturas bastante por debajo del mínimo promedio.

- **¿Cuál es el código de acceso telefónico?**

Desde el exterior: 54 + 351 + N° Telefónico

Desde el interior del país: 0351 + N° Telefónico

Información Telefónica dentro del país: 110

Hora oficial: 113

Operadora Internacional: 000

Operadora Nacional: 19

- **¿Cuáles son los teléfonos para emergencias?**

Bomberos: 100

Policía 101

Defensa Civil: 103

Toxicología: 104

Emergencia Ambiental: 105

Accidentes Vía Pública: 107

Protección ciudadana: 108/4636823/4285835

Emergencias por Incendios: 0800-888-38346

Policía: Central de Policía ciudad de Córdoba: 428-7000

Denuncias sobre vehículos robados, tenencia, consumo y tráfico de estupefacientes e ilícitos de competencia federal: 0800-888-8804

Fuente: Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Córdoba - Agencia Córdoba Turismo

Documento base primer etapa año 2005 - páginas 10 a la 16.

Historia y geografía social y económica de Córdoba

Aspectos geográficos:

Córdoba es una de las 23 provincias que componen la república Argentina. Situada en la Región Centro (Argentina), limita al norte con la provincia de Catamarca y Santiago del Estero, al este con Santa Fe, al sureste con Buenos Aires, al sur con La Pampa, y al oeste con San Luis y La Rioja. Su capital es la ciudad homónima.

Con 168.864 km² de extensión, es la quinta provincia más extensa del país, ocupando el 5,94% de su superficie total. Según el censo nacional 2010 su población es de 3.308.876 habitantes, con lo cual es la segunda provincia más poblada de la República Argentina. Casi el 40,18% de la población está aglomerada en la capital provincial, con 1.329.604 de habitantes, convirtiéndola en la segunda aglomeración urbana del país después del Gran Buenos Aires.

Breve reseña histórica: Pueblos originarios y la Conquista.

Tierra de Comechingones y leyendas, de fogones ancestrales y conocimiento aborígen. Las sierras de Córdoba fueron la cuna y el hogar de pequeños pueblos con estructura independiente, regidos por caciques portadores de la cultura y la sabiduría originaria. El valle de Punilla, Calamuchita, las Sierras del Sur, el actual departamento Ischilín y el Valle del Suquía o Río Primero, servían de contexto para la caza, la recolección, la agricultura y la ganadería. En este marco de cerros milenarios y lugares mitológicos, la cultura aborígen manifestaba sus creencias por medio del don de la palabra y

el arte. Aleros en Cerro Colorado y otros rincones de la región, fueron el soporte de pictografías que dan muestra de la manera en que nuestros pueblos originarios concebían el mundo.

La llegada de la colonización española a tierras cordobesas encontró a sujetos de figura delgada y alta. Habitaban chozas semisubterráneas, construidas sobre pozos al ras del suelo, y hablaban una lengua diferente a la de la mayoría de los pueblos aborígenes del norte. El Sanavirón y sus respectivos dialectos era el lenguaje local, a diferencia del Quechua, tan expandido en el resto del territorio argentino y sudamericano.

La ocupación del centro de suelo argentino fue iniciada por Francisco de Aguirre hacia el 1556, 64 años después de la llegada de Cristóbal Colón a tierras americanas. En 1573, el capitán Lorenzo Suarez de Figueroa, deja a Jerónimo Luis de Cabrera el testimonio de su expedición por Córdoba, como así también una descripción de sus pueblos originarios. El propósito de los conquistadores del Alto Perú era encontrar una ruta de acceso hacia el Río de la Plata. Fue esto lo que determinó la decisión de erigir la ciudad de **Córdoba de la Nueva Andalucía**, fundada a orillas del río Suquía el 6 de julio de 1573 por Don Jerónimo Luis.

Luego de su fundación, Córdoba integró la Gobernación del Tucumán con dependencia política hacia el Virreinato del Perú y a partir de 1776, formó parte del Virreinato del Río de la Plata. Fue el 5 de agosto de 1783 cuando, mediada por la necesidad de dividir el Virreinato, la ciudad de Córdoba se declara capital de la intendencia y su primer Gobernador Intendente fue el Marqués de Sobremonte.

Con la conquista material de los colonos vino la evangelización, la conquista de la fe. Los encargados de esta empresa fueron los Franciscanos. Llegaron más tarde los Jesuitas que, empeñados en tareas de educación y difusión del conocimiento, construyeron estancias en las afueras de la ciudad y el templo principal de La Compañía de Jesús en el centro de la misma. También fundaron la Universidad más antigua del territorio nacional en 1613: nuestra actual Universidad Nacional de Córdoba. Desde estos edificios se estableció un sistema cultural, religioso, educativo y político que rigió la vida en el territorio cordobés por cientos de años y cimentó así sus bases.

Entre 1599, año de arribo de la orden jesuítica, y 1767, año de su expulsión, la provincia fue testigo de su labor cultural, económica y constructiva. Tanto el "Camino de las Estancias", como la "Manzana Jesuítica", debido a su importancia histórica y cultural, fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000.

Los pueblos originarios, que sufrieron la embestida de los conquistadores fueron diezmados durante los siglos siguientes por acciones del Estado para conquistar sus territorios. Sus pautas culturales y su idioma sobreviven aún en las comunidades organizadas y podemos encontrar sus huellas en nuestro acento y nuestras costumbres.

En distintos puntos de nuestra provincia existen comunidades de personas que se reconocen descendientes o pertenecientes a pueblos originarios. Según el censo 2010, el 1,5% de la población de la provincia de Córdoba se reconoce indígena, principalmente perteneciente al pueblo Comechingón, Mapuche y Diaguita-Calchaquí. Además, en 2017, un estudio del Instituto de Antropología de Córdoba (Idacor) dependiente de la UNC y el Conicet determinó que el 76% de los cordobeses proviene, por línea materna, de antepasados nativoamericanos.

Principal actividad económica

La economía provincial es diversificada, con una gran variedad de producción de bienes tanto primarios como industriales y de servicios. Esta diversificación económica reduce el impacto sobre la Provincia de la volatilidad de los precios internacionales de los commodities y le permite contar con un entramado industrial generador de empleo y promotor de avances tecnológicos poco dependiente de las fluctuaciones de los precios de los bienes primarios.



La Provincia es un importante productor de:

- ✓ Bienes primarios, con un fuerte sector agrícola orientado a la producción de soja, maíz, trigo y maní;
- ✓ Manufacturas de origen agrícola, con un sector agroindustrial dedicado a la producción de derivados de la soja, productos lácteos y golosinas;
- ✓ Manufacturas de origen industrial, con un sector que se caracteriza por su producción de automóviles, y auto-partes, sistemas de transmisión, maquinaria agrícola especializada e insumos para la construcción, como el cemento. En particular, la producción de automóviles incluye no sólo las grandes empresas automotrices tales como Renault Argentina S.A., Volkswagen Argentina S.A., Fiat Auto Argentina S.A. e Iveco Argentina S.A., sino también numerosas pequeñas y medianas empresas proveedoras de insumos y servicios. La interacción de estas empresas con las grandes automotrices ha impulsado la transferencia de tecnología y el aumento de la capacidad de producción. La Provincia se ha consolidado como polo mundial productor y proveedor de unidades de transmisión a países de América Latina, Europa y Asia, incluyendo a China.

En cuanto a los servicios, existen diversas empresas e instituciones que operan en la Provincia, incluyendo importantes comerciantes minoristas, numerosas universidades públicas y privadas, prestadores de servicios de salud y un emergente clúster tecnológico dedicado a la investigación y desarrollo dentro del sector de tecnología informática. El turismo local e internacional tiene un rol preponderante en la actividad económica de la Provincia.

Al igual que las tendencias registradas a nivel nacional, la economía de la Provincia ha crecido en forma sostenida desde 2003. Más específicamente, el PBI real de la Provincia registró un aumento del 3,0% en el año 2004, 11,8% en el año 2005, 4,7% en el año 2006, 8,2 % en el año 2007 y 5,8% en el año 2008. Este nivel de crecimiento se debió al desarrollo de los principales sectores económicos de la provincia. Entre los años 2004 y 2008 el segmento manufacturero registró una tasa de crecimiento



Proveedores: Persona o empresa que brinda, a cambio de un pago previamente establecido, los insumos necesarios para la elaboración de un bien o la prestación de un servicio.

Cluster: Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes. Conjunto de dependencias ubicadas en un campus universitario.

anual promedio del 7,4%, el sector agrícola creció en un promedio anual del 13,4% y el comercio mayorista y minorista registraron un incremento promedio de 6,4 % anual.

Los principales sectores productivos son los siguientes, medidos según su incidencia en el PBI real de nuestra provincia en 2008:

- Industria manufacturera: 15,3%.
- Comercio mayorista y minorista: 13,6%
- Construcción: 13,6%
- Agricultura, ganadería y pesca: 12,5%
- Actividades inmobiliarias y empresariales: 21,2%.

Clima

Pese a su latitud, el clima de la ciudad de Córdoba, como el de la mayor parte de la provincia, es templado moderado con las cuatro estaciones bien definidas. En términos generales el clima es pampeano, de inviernos no muy fríos y poco lluviosos. Los veranos son húmedos, con días calurosos y noches frescas.

Los vientos del este y del oeste son raros, de corta duración y poca intensidad. En primavera soplan con fuerza creciente principalmente del norte y el noreste a medida que un centro de depresión ciclónica se define en el frente polar. En el verano pueden producirse tormentas eléctricas y ocasionalmente caída de granizo.

La temperatura es en promedio más fresca que en otros sitios del planeta a latitudes semejantes, por la altitud y, sobre todo, el ubicarse la provincia en la diagonal eólica de los vientos pamperos, vientos fríos que soplan desde el cuadrante sudoeste, originados en la Antártida.

Por otra parte, dada la mediterraneidad, las variaciones o amplitudes térmicas son mayores que en la costa atlántica, siendo además menor la precipitación anual, de alrededor de 800 mm/año. Su temperatura media anual ponderada en todo el siglo XX fue de 18 °C. En enero, mes más cálido del verano austral, la máxima media es de 30 °C y la mínima de 10 °C. En julio, mes más frío, las temperaturas medias son de 19 °C de máxima y 4 °C de mínima. Aún en invierno son frecuentes días algo cálidos, debido a la influencia del viento Zonda.

Las nevadas son poco frecuentes y dependiendo las regiones pueden producirse durante el invierno frecuentemente en las Altas Cumbres y ocasionalmente en algunas áreas más pobladas.

Córdoba turística: distintas facetas en un mismo destino

A continuación, conoceremos algunos aspectos específicos mediante los cuales nuestra provincia resalta entre otros destinos nacionales:

Patrimonio Mundial Jesuítico

La provincia de Córdoba alberga cinco Estancias Jesuíticas situadas en las localidades de Colonia Caroya, Jesús María, Alta Gracia, Santa Catalina y La Candelaria, y la emblemática Manzana, ubicada en la ciudad de Córdoba capital. Este conjunto arquitectónico, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 2000, constituye la manifestación patrimonial de una experiencia religiosa, social y económica sin precedentes. Fue concretada entre 1599 y 1767 por la orden de los jesuitas, que dejó importantes huellas en el desarrollo cultural, económico y territorial de la provincia y el país. En cada uno de estos establecimientos se resguardan siglos de la historia colonial y todos pueden ser visitados.

En el centro de la ciudad de Córdoba se encuentra ubicada la Manzana Jesuítica, integrada por la Iglesia de la Compañía de Jesús, la Capilla Doméstica, el Colegio Máximo y el Convictorio, donde en la actualidad funciona el Colegio Nacional de Monserrat.

La Orden Jesuítica de La Compañía de Jesús es a la que pertenece el Papa Francisco, quien realizó su noviciado durante dos años en la ciudad de Córdoba y luego regresó como miembro de la Compañía de Jesús, entre 1990 y 1992.



Estancia Jesuítica Santa Catalina

Córdoba, nueva puerta de ingreso a la Argentina

Como vimos al principio de este módulo, Córdoba es el principal hub aéreo del interior del país, con un importante desarrollo aerocomercial, posicionándose como una puerta



Podemos visitar el link del Aeropuerto Internacional Ing. Ambrosio Taravella en <http://www.aa2000.com.ar/aeropuertos.aspx?qA=COR>



Aeropuerto

alternativa de entrada a la Argentina con conexión aérea directa a 14 destinos nacionales y 9 internacionales.

Su moderno aeropuerto, actualmente opera con más de doscientos vuelos semanales, permitiendo el ingreso directo de turistas de todo el mundo a la provincia.

Los visitantes extranjeros que ingresen a la Argentina por Córdoba, pueden aprovechar el hub aéreo que ofrece este destino como centro distribuidor de vuelos, y desde aquí, visitar las principales ciudades turísticas del país: Buenos Aires, Salta, Rosario, Puerto Iguazú, San Salvador de Jujuy, Mendoza, Neuquén, Comodoro Rivadavia, San Carlos de Bariloche, Calafate, San Miguel de Tucumán, Ushuaia, Resistencia, Mar del Plata y Río Cuarto.

También desde Córdoba, aerolíneas extranjeras como Latam, Copa, Gol y Sky, ofrecen conexión directa con las principales ciudades de Latinoamérica: Santiago de Chile (Chile), Lima (Perú), Panamá (Panamá), Río de Janeiro, San Pablo, Puerto Seguro, Florianópolis y Salvador de Bahía (Brasil), Punta del Este y Asunción (Paraguay), sumando la nueva ruta Madrid – Córdoba a través de la empresa Air Europa.

De este modo, utilizando a Córdoba como conector, los turistas extranjeros pueden visitar Argentina, de norte a sur y de este oeste, como así también recorrer Latinoamérica, aprovechando las conexiones aéreas directas internacionales, sin la necesidad de pasar por Buenos Aires y su Aeropuerto de Ezeiza.

Glosario técnico turístico para transporte aéreo:



Pasaporte: Documento de identificación migratorio. Expedido por el Ministerio del Interior de la República Argentina.

Traslado/ transfer: Transporte desde un punto de un servicio turístico a otro que puede ser la finalización de dicho servicio o el comienzo de otro servicio turístico

Vouchers: Orden de servicio que se le entrega al turista donde se encuentra detallado el servicio que adquirió. Es un comprobante de canje.

Check in: Proceso de registro de un huésped.

Check out: Proceso de cierre de cuenta y salida de un huésped.

I.A.T.A: Asociación Internacional de Transporte Aéreo. Es la organización que regula los procedimientos de aviación comercial a través de la cual casi 100 compañías de diversas nacionalidades trabajan juntas para tener sus rutas individuales dentro de un sistema internacional de transporte aéreo. La I.A.T.A beneficia al pasajero ya que exige a las empresas condiciones y garantías de seguridad; beneficia a los gobiernos porque actúan como coordinador de asuntos tarifarios Internacionales y sirve de asesor en una cantidad de asuntos, debido a su gran ventaja de ser asociación civil de carácter mundial. Su función es promover un transporte aéreo regular, económico y seguro; fomentar el comercio aéreo y promover una colaboración entre todas las empresas de transporte

Customizar: es un verbo que no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE) pero que, sin embargo, tiene un uso bastante frecuente en nuestra lengua. Se trata de una adaptación del término inglés customize, que refiere a modificar algo de acuerdo a las preferencias personales.

Córdoba, líder en Turismo de Reuniones

El Turismo de Reuniones, segmento que cubre la visita de turistas asistentes a congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de Incentivo y eventos deportivos Internacionales, es uno de los productos que más crece y se desarrolla en la provincia de Córdoba.

Su variada y moderna infraestructura especializada en eventos convierte a Córdoba en un escenario perfecto para la realización de reuniones, desde pequeños encuentros de trabajo hasta grandes congresos mundiales.

La provincia cuenta con más de 15000 plazas en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, 75 hoteles con salas de reuniones, 30 sedes no convencionales, 5 predios feriales, 6 estadios deportivos y 12 sedes universitarias. Esta infraestructura se complementa con profesionales altamente capacitados para brindar el mejor de los servicios en cada uno de los sectores vinculados a los eventos.

El esfuerzo conjunto entre las políticas públicas provinciales y el sector privado, sostenido en el tiempo, ha logrado posicionar a Córdoba como la principal sede de eventos del interior de la Argentina y con un importante liderazgo en América. Según el Ranking ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) Córdoba ocupó en 2015 el primer puesto del interior del país en Congresos Internacionales. En toda América, entre 107 destinos, Córdoba ocupa el puesto n° 30, compartiendo lugar con Los Ángeles (Estados Unidos) y San Juan (Puerto Rico), dejando atrás a destinos como Nueva Orleans, Ottawa, Guadalajara, Las Vegas y Porto Alegre. A nivel global, se ubica en el puesto n°139 entre más de 400 destinos, por encima de Johannesburgo, Málaga, Quebec, El Cairo, entre otros.

Además de su infraestructura para eventos, Córdoba ofrece una gran variedad de alternativas para la realización de actividades “pre y post tour”, disfrutando de sus magníficos escenarios naturales, ríos, lagos y de sus atractivas ciudades. Echemos un vistazo a los principales:



Pre y post tour:

Actividades que suelen proponerse dentro del programa de una convención o congreso, para que los asistentes disfruten de los principales atractivos turísticos de la zona.



-Córdoba Urbana

Quienes visiten la ciudad de Córdoba capital, tendrán la posibilidad de disfrutar de variados circuitos turísticos y propuestas urbanas.

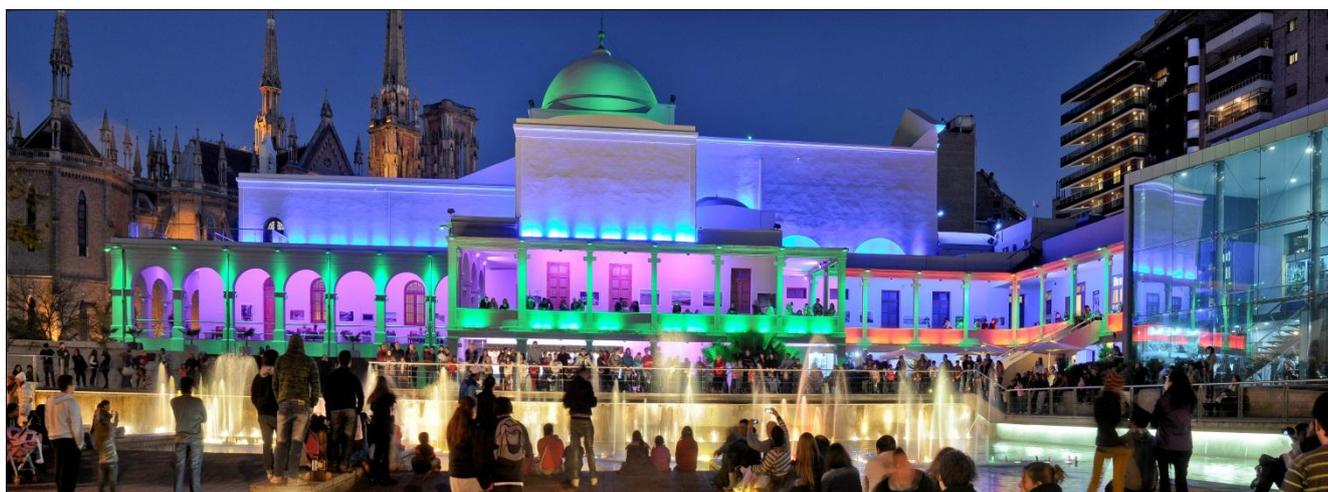
Su Centro Histórico alberga reliquias de más de 400 años de antigüedad. Allí se puede visitar la Plaza San Martín, la Iglesia Catedral, el Cabildo Histórico y la Manzana Jesuítica, declarada Patrimonio Mundial por UNESCO en el año 2000.

Otro circuito muy atractivo es el denominado “Media Legua de Oro”, a través del cual se recorren 2500 metros entre la histórica Plaza San Martín y el Parque Sarmiento (principal pulmón verde de la ciudad), pasando por el distinguido Barrio de Nueva Córdoba. Allí se pueden visitar los centros culturales más destacados de la ciudad como el Teatro Real, Teatro del Libertador General San Martín, Paseo del Buen Pastor, Museo Superior de Bellas Artes Evita, Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa, Museo Palacio Dionisi, Museo Provincial de Ciencias Naturales y Ciudad de las Artes.



¡A no olvidar!

Para los amantes de las artesanías, otro sitio imperdible para visitar es Barrio de Güemes, ubicado a muy pocas cuadras del centro de la ciudad. Allí se da cita la bohemia cordobesa y funciona la feria de artesanos más grande de la provincia, junto a tradicionales anticuarios y galerías de arte y diseño. Además allí se concentran los mejores restaurantes, bares y pub para turistas internacionales.



Córdoba urbana

-Córdoba Naturaleza

A pocos minutos de la ciudad capital, y de su aeropuerto internacional, se extienden los Valles Turísticos de Córdoba.

Entre sus montañas, ríos y lagos, la provincia alberga diferentes regiones turísticas con características propias. La región de la Punilla, con su atractivo Lago San

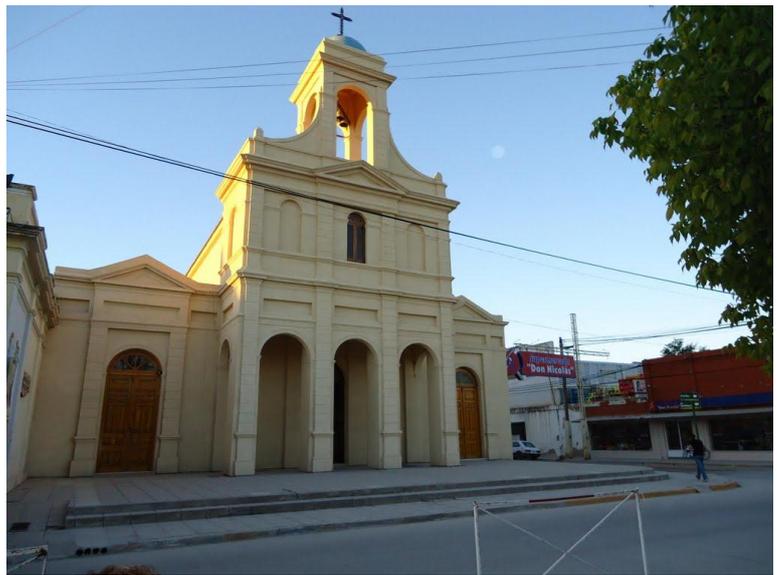


Sitio Ramsar: La Convención Relativa a los Humedales de Importancia Internacional especialmente como Hábitat de Aves Acuáticas, conocida en forma abreviada como Convenio de Ramsar, fue firmada en la ciudad de Ramsar (Irán) el 18 de enero de 1971 y entró en vigor el 21 de diciembre de 1975.

Roque y sus vibrantes ciudades; la Región de la Historia, distinguida por el patrimonio cultural del norte cordobés y el confort de las Sierras Chicas; la Región de Traslasierra, reconocida por las Altas Cumbres y por haber sido la tierra elegida por el Santo José Gabriel del Rosario Brochero para realizar su obra de amor y ayuda al prójimo; la Región de los Grandes Lagos, con su cultura centroeuropea y su gastronomía tradicional; y la Región del Mar de Ansenusa, con su inmensa laguna salada de 6000 km² de superficie en medio de la llanura cordobesa, declarada sitio Ramsar, siendo la más extensa de Sudamérica y una de las cinco más grandes del planeta. En cada una de estas zonas, la tradición se conserva como un valioso tesoro y se manifiesta en multitudinarios festivales y fiestas populares que se realizan durante todo el año.



Santo Gabriel Brochero



Iglesia Cura Brochero



-Córdoba Aventura

Las y los turistas extranjeros que visiten la provincia de Córdoba se sorprenderán ante las variadas opciones que el destino ofrece para la aventura. Deportes náuticos, buceo, avistaje de aves, caminatas, cabalgatas, escalada, mountain bike, excursiones 4x4 y vuelo en parapente, son sólo algunas de las alternativas. Cada una de estas actividades puede realizarse en escenarios naturales fascinantes, como la Laguna Mar Chiquita o Mar de Ansenusa, el Parque Nacional Quebrada del Condorito, el Macizo Los Gigantes, el Cerro Champaquí, el Cerro Uritorco, el Parque Los Terrones, la Reserva Cerro Colorado, el mirador de Cuchi Corral, el Dique Piedras Moras y el dique embalse Río Tercero, por mencionar solo algunos de los lugares naturales imperdibles que brinda Córdoba.

Estos recursos se combinan con una deliciosa gastronomía regional, campos de golf, exclusivas estancias rurales, hoteles de categorías, maravillosos centros de compra y divertimento, y un imponente patrimonio cultural y religioso; los cuales convierten a Córdoba en un destino turístico posible de visitar durante todo el año.



-Córdoba Gastronómica

En la provincia de Córdoba se puede disfrutar de una variada oferta gastronómica en un entorno paisajístico inigualable, que puede estar enmarcado por la belleza natural de sus sierras, o por el cautivante entorno urbano.

La visita a productores locales, bodegas de vino, fábricas de cerveza artesanal, chacinados, elaboradores de quesos, aceites de oliva, chocolates, dulces, hierbas aromáticas y la posibilidad de participar en los procesos de producción, se convierten en una vivencia que queda no solo en el paladar, sino también en el recuerdo de cada turista que visita Córdoba.

¡Para anotar y recomendar!

Sabores imperdibles: alfajores cordobeses, mate dulce con yuyos serranos, colaciones con dulces de frutas, quesillo de cabra y arrope de tuna, pastelitos de batata y membrillo, peperina, miel, aceite de oliva, pan casero, tortilla al rescoldo, empanadas fritas de carne cortada a cuchillo, cabrito, choripán, parrillada y escabeches de animales de caza



 **A trabajar...**

Actividad 19.

Nos situemos en nuestro puesto de trabajo actual, o imaginemos que trabajamos en una localidad turística de la provincia de Córdoba en algún puesto de contacto con turistas:

- a. ¿Qué otra información además de la nombrada en el texto leído pensamos que puede solicitarte un turista?

.....

.....

.....

.....

- b. ¿Conocemos la historia de la localidad donde vivimos? Escribamos un breve resumen, y dónde podríamos encontrar más información.

.....

.....

.....
.....
.....
c. ¿Consideramos que la localidad en la que vivimos es un destino turístico ligado más a lo cultural o a lo natural? ¿Por qué? Enumeremos los principales atractivos turísticos de la zona.

.....
.....
.....
.....
.....
d. ¿En qué año el Camino de las Estancias Jesuíticas fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO? ¿Cuántas son las Estancias Jesuíticas? Las ubicamos en un mapa de Córdoba y marcamos la más cercana a nuestra localidad.

El turismo sustentable

El turismo tiene ya su lugar en las políticas estatales, lo cual podemos ver en el "Plan estratégico de turismo sustentable" vigente. Éste fue elaborado, luego de un año de trabajo, por los equipos técnicos de la Escuela Provincial de Turismo y Hotelería Marcelo Montes Pacheco y de la Agencia Córdoba Turismo.

Ha sido concebido como una herramienta para planificar la actividad turística provincial de manera sistematizada, integrada y fundamentalmente participativa, teniendo como horizonte no sólo los requerimientos de la coyuntura, sino el mediano y el largo plazo de la Córdoba Turística.

Al hablar de desarrollo sustentable en el campo del turismo, se hace referencia a la gestión integral de los recursos para satisfacer demandas sociales y económicas presentes y futuras, con respeto de la integridad cultural de los destinos, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas ambientales. Por ello vamos a analizar, ahora en profundidad, las fascetas de turismo cultural y natural de nuestra provincia.



Turismo con predominio del componente natural, cultural y con predominio de ambas dimensiones

Los atractivos turísticos de la provincia de Córdoba permiten al visitante realizar diferentes tipos de actividades turísticas en un lugar. Desde las más tradicionales relacionadas con montañas, lagos, ríos, arroyos y caminos pintorescos, donde el turista puede disfrutar de actividades en entornos naturales, hasta actividades netamente culturales, por ejemplo cuando visita la ciudad de Córdoba por un congreso o para conocer el Patrimonio Jesuítico.

Es importante tener claro que la provincia ofrece mucho más que atractivos naturales como lagos, ríos y montañas. Las localidades y sus autoridades se adentran cada vez más en la recuperación y puesta en valor de atractivos culturales como el Patrimonio Jesuítico, iglesias o capillas que datan de principios del siglo XX en localidades del noreste provincial, historias y caminos relacionados con el desarrollo de la vida de la Nación argentina, o simplemente historias de vida de gente que siempre vivió bajo las costumbres del campo junto a sus saberes populares. Entender esto nos permitirá dar el primer paso para comprender que Córdoba es sinónimo también de historia y cultura debido a su ubicación central en la geografía nacional.

Retomando entonces la idea de lo que un visitante puede hacer en Córdoba, diremos que una de las más difundidas clasificaciones en los diferentes tipos de turismo está dada entre el turismo con predominio del componente natural y el turismo con predominio del componente cultural. Entre ambas clasificaciones encontramos el turismo estudiantil y el familiar o de amigos, los cuales pueden disfrutarse tanto en espacios donde predomina la naturaleza o en donde predomina la cultura.

Para adentrarnos en esta dinámica, haremos algunos ejercicios.





A trabajar...

Actividad 20.

Leemos los artículos **Morada de almas, retazos de historia** y **La tendencia del verano**, y respondemos:



DOMINGO 12 DE NOVIEMBRE DE 2006 – LA VOZ DEL INTERIOR – SUPLEMENTO TURISMO

LOS VECINOS DEL SAN JERÓNIMO

MORADA DE ALMAS, RETAZOS DE HISTORIA

María Navajas

Urnas, templetes, tumbas y estatuas recuerdan con diversos lenguajes arquitectónicos a quienes en vida fueron protagonistas sociales de la política, de la religión, de las artes y hasta del deporte. Un circuito guiado por el pasado.

"¡Ay! / si un día para mi mal / viene a buscarme la parca, / empujad al mar mi barca / con un levante otoñal / y dejad que el temporal / desguace sus alas blancas / y a mí, enterradme sin duelo / entre la playa y el cielo", dice Joan Manuel Serrat en Mediterráneo.

Entre los muros opacos y húmedos de los cementerios se preserva buena parte de la historia. Es que en esa "ciudad" de muertos descansan quienes en vida fueron parte de la población. En su mayoría fueron existencias casi anónimas, pero también hay quienes fueron famosos, poderosos, temibles, anodinos u otros, casi santos.

En ese perímetro se encuentran las tumbas de quienes fueron protagonistas de célebres o clandestinos romances y también de quienes padecieron lastimosas soledades. Allí se agrupan científicos, políticos, poetas, obreros, docentes y alumnos.

La muerte, en los cementerios tradicionales, reúne en un lugar común aunque con marcadas diferencias de linaje, a ex miembros de una comunidad. Las nuevas tendencias son los cementerios parque, donde no hay diferencias entre las tumbas y resultan más democráticos. Todos son iguales. Sin embargo, en las antiguas necrópolis los monumentos y esculturas enriquecen un recorrido cultural.

El Pueblito. Sobre 2.000 metros cuadrados en el paraje El Pueblito (hoy barrio Alberdi) y con la misma traza de la ciudad de Córdoba, durante el gobierno de Manuel López se levantó el cementerio San Jerónimo. Como en una ciudad, en el centro se ubicó una plaza y en el entorno próximo los lugares reservados a las familias más influyentes, el clero y más allá los vecinos de segunda categoría.



El cementerio San Jerónimo fue inaugurado en 1843 y entre sus viejos muros condensa buena parte de la historia local y nacional.

Se inauguró el 15 de setiembre de 1843. Sin embargo, desde noviembre de 1842 ya se efectuaban enterramientos. En efecto, a los dos meses de la habilitación oficial se registraban 242 ingresos de víctimas de una epidemia que asoló Córdoba. Organizado con calles internas que llevan nombres de santos, los panteones hacen las veces de viviendas familiares en el intento de mantener los lazos aún después de la muerte.

Los estilos arquitectónicos llegan a los cementerios y panteones, urnas, templetes, tumbas y estatuas, en respuesta a diversas tendencias en boga y de acuerdo a convicciones religiosas, estatus social y momento histórico. Muchas bóvedas y mausoleos fueron obra de importantes arquitectos y ornamentadas con esculturas de renombrados artistas. También hay símbolos masónicos, como las antorchas invertidas, calaveras con tibias cruzadas y otros interesantes íconos.

Justiniano Allende Posse. El mausoleo que guarda los restos de este médico y político, es de mármol y remata en un busto realizado por el escultor Massó.

Oscar Cabalén. Nació en Santa Fe y alcanzó la fama como corredor de autos. Murió en 1967 junto a su copiloto Guillermo Arnaiz, en San Nicolás. El mausoleo del automovilista tiene líneas modernas y en la cúspide se destaca un casco.

María Teresa Torres Cabrera de Del Viso. El mausoleo recuerda a una joven dama y tiene una base de granito con un bello ángel realizado en mármol de

carrara. Cuenta la leyenda que murió en 1934, a poco de casarse y luego del sobrevuelo de una lechuza al salir de la iglesia. El viudo colocó en la tumba una placa que rezaba "tu dolorido esposo" y luego rehizo su vida. Al poco tiempo, la placa se quebró y deformó la dedicatoria en "tu dolor ido esposo". Finalmente fue retirada.

Marcos Juárez. Nació en Córdoba en 1843. Ocupó muchos cargos políticos y fundó la asociación La Cadena, especie de policía secreta cuyos métodos fueron el terror y la violencia. Fue gobernador de Córdoba y creó el Club El Panal y la logia masónica "Piedad y Unión N° 34". Hacia fines del siglo 19, la crisis instaurada determinó su alejamiento. Si bien fue muy polémico en su gestión, cobró impulso la sociedad urbanística con la construcción de grandes obras en la ciudad y provincia. Falleció en 1900. El panteón es una especie de fortaleza medieval con claro estilo neorrománico.

Antonio Garzón. El panteón de este próspero comerciante nacido en Pontevedra (España) parece una iglesia. Es de estilo neorrenacentista, con un prisma octogonal y una linterna (especie de lucera que permite el ingreso de la luz natural).

Manuel Lucero. Fue rector de la Universidad Nacional de Córdoba y político de relevancia y descansa en un mausoleo importante rodeado de una cadena perimetral.

Fernando Albino Bertapelle. Más conocido como Jardín Florido, el personaje que hizo de la lisonja un culto a las damas. Murió el 9 de julio de 1968. En el nicho donde se guardan sus restos, una placa lo recuerda con los tres elementos que lo caracterizaron: bastón, flor y galera.

Rudecindo Paz. Nació en el siglo 19 en Córdoba y era dueño de la estancia Santa Leocadia, donde hoy se erige la ciudad de Villa Carlos Paz. Su panteón es de estilo ecléctico con elementos neogóticos.

Sepulcro de familias. Es de 1846 y fue declarado monumento nacional en 1964. Es de estilo ecléctico, con friso, molduras y cúpulas. Allí descansa Mariano Fraguero, ex gobernador de Córdoba.

Arturo M. Bas. Abogado con actuación legislativa. El panteón familiar es monumental y destaca entre los restantes con una cúpula sobre la que está posado un ángel.

Arturo Capdevila. Poeta e historiador, cuentista y novelista. Nació en Córdoba en 1889, estudió derecho y se doctoró en 1913. Fue ampliamente galardonada su labor literaria. Hoy descansa en el San Jerónimo.

Antonio Rodríguez del Busto. Historiador y literato, nacido en Galicia en 1848. Donó una importante colección de libros y colaboró en numerosos diarios de Córdoba y Buenos Aires. Descansa en un panteón de grandes dimensiones.

Rafael Núñez. Fue gobernador de Córdoba y en su gestión creó bibliotecas populares, reguló jornadas laborales y el trabajo de mujeres y niños. El panteón es de estilo art nouveau.

Esta propuesta de la Dirección de Turismo Municipal, al igual que en otras ciudades cosmopolitas, busca rescatar el pasado histórico-cultural de personajes, admirados o controvertidos, pero de relevantes existencias.

Los más visitados

Père Lachaise (París). Este cementerio parisiense ocupa el cuarto lugar visitado en París, luego de la Torre Eiffel, Notre Dame y el Centro Pompidou. Entre los monumentos más visitados están la tumba de la escritora norteamericana Gertrude Stein, quien fue mecenas de Pablo Picasso, Matisse, Braque y Hemingway. Otras figuras vinculadas a la cultura yacen en el lugar como: La Fontaine, Molière, Balzac, Daumier, Ingres, Delacroix, Edith Piaf, Rossini y Chopin. Sin embargo, la tumba más visitada es la de Jim Morrison, el líder del grupo The Doors.

Highgate Cemetery (Londres). Reúne a figuras de científicos, aristócratas, políticos y filósofos. Se encuentra en un barrio residencial y allí descansan el físico Michael Faraday y el alemán Karl Marx.

Nacional de Arlington, en Virginia, Estados Unidos. Alberga la tumba de John F. Kennedy y Jacqueline Kennedy-Onassis .

La Recoleta. Es el más antiguo y aristocrático de la Ciudad de Buenos Aires y en su perímetro descansan desde próceres de la Independencia, presidentes de la República, militares, científicos, artistas y celebridades. Entre ellos destacan Eva Perón, Adolfo Bioy Casares y Facundo Quiroga.

Fuente: La voz del interior

Suplemento Turismo. Domingo 12 de noviembre de 2006.

http://archivo.lavoz.com.ar/Nota.asp?nota_id=17426&high=Morada%20almas



DOMINGO 26 DE NOVIEMBRE DE 2006 – LA VOZ DEL INTERIOR – SUPLEMENTO TURISMO

MINA CLAVERO

LA TENDENCIA DEL VERANO

Es el portal del valle de Traslasierra, y si bien cuenta con la mayor infraestructura de alojamiento y de servicios, mantiene la alquimia que seduce a los turistas: tranquilidad, naturaleza hasta el derroche y un microclima que asegura las vacaciones.

Mina Clavero es la mejor carta de presentación del valle de Traslasierra. La localidad está a 140 kilómetros de la capital provincial y representa uno de los centros turísticos más importantes de Córdoba. La villa serrana basa su inconfundible oferta en naturaleza, aire puro y la posibilidad de sentir el vértigo de los deportes extremos o del turismo alternativo. Mina Clavero marca la tendencia del verano ya que es el punto neurálgico que cada verano convoca a miles de turistas que buscan en la tranquilidad de la villa el "cable a tierra" de un año de intenso trabajo. La propuesta es cambiar la rutina por un mix de descanso y entretenimiento. En familia o con amigos las características geográficas y climáticas hacen de la localidad el lugar ideal para vacaciones.

El paisaje de Mina Clavero está custodiado por la colosal presencia de las Sierras Grandes mientras la localidad propone numerosas playas de extensa arena con balnearios naturales en ambientes libres de contaminación ambiental, visual y sonora. En Traslasierra no hay industrias, por lo tanto la naturaleza es protagonista.

La villa serrana está surcada por tres ríos con características diferentes. El río Mina Clavero, es un hilo de plata que atraviesa el centro urbano con aguas frías que se funden, casi en el límite de la vecina Villa Cura Brochero, con las tibieza de las del río Panaholma. Desde allí ambos cursos de agua dan origen al tercer brazo hídrico: Los Sauces. Cada uno de ellos encierra numerosos balnearios, ollas, toboganes naturales, cascadas y extensas playas de arena gruesa que son el punto convocante en las jornadas estivales.

Una opción para cada día. Para la próxima temporada se ofrece un amplio programa de sugerencias diurnas y nocturnas.

Una buena manera de comenzar es sumarse a los tradicionales paseos que llevan al dique La Viña o a Los Túneles, o aquellas propuestas culturales que a lo largo del Camino de los Artesanos o en la Casa de los Tejedores, acercan a oficios milenarios. Del mismo modo, se sugiere una visita para descubrir las huellas del pasado en el Museo



Las generosas playas del río Mina Clavero se encuentran en el centro del pueblo y son una tentación para pasar gratos momentos.

Rocsen, el Museo Comechingón o el Brocheriano.

Los que buscan aventura pueden optar por el trekking, parapente, rappel, cabalgatas, mountain bike y tirolesa. Por ejemplo, los más avezados pueden realizar tirolesa en el balneario Nido de Águila o en la unión de los dos ríos; aunque trepar a caballo la ladera de las sierras también es tentador. Qué decir de recorrer los senderos serranos en bicicleta o mediante caminatas en una fusión con la inmensidad del paisaje.

Anticipos de temporada. Los visitantes se encontrarán estas vacaciones con la recategorización de algunos establecimientos hoteleros -acción realizada por la Agencia Córdoba Turismo, en base a un examen de los servicios disponibles. Del mismo modo, en estos próximos días se inaugurarán importantes obras de infraestructura turística como el nuevo y lujoso Casino de Mina Clavero que es el primero construido por Lotería de Córdoba en la provincia y cuya habilitación está prevista para fines de diciembre.

Como principal centro de servicios del valle de Traslasierra, Mina Clavero cuenta con bancos, hospital, cooperativa de luz y agua y una importante infraestructura en materia de alojamiento que abarca complejos turísticos y un apart hotel de tres estrellas, hoteles, hospedajes y hosterías (de tres, dos y una estrella). Además, posee cabañas, camping y casas para alquiler. Esta disponibilidad de infraestructura revela que hay dos plazas turísticas por cada habitante. Un centro de convenciones y dos importantes teatros completan la oferta.

Esto se complementa con una amplia oferta gastronómica que abarca desde platos típicos de la cocina regional (chivito, loco, pejerrey, trucha, parrillada y pastas caseras con hongos de la zona) hasta cocina internacional con mariscos, platos mejicanos y orientales.

La magia de la noche. La propuesta para los noctámbulos es variada y para todos los gustos: los

bares, restaurantes y confiterías son la cita obligada. Para los más jóvenes, la oferta abarca pubs, bares y boliches; los más chicos pueden disfrutar de funciones de títeres, cine y parque de diversiones.

La noche es también espectáculos y teatro. Este verano, Doña Jovita se presentará todos los fines de semana en el Teatro El Candil y el "Flaco" Pailos, hará lo propio en el Auditorio Milac Navira.

Las generosas playas del río Mina Clavero se encuentran en el centro del pueblo y son una tentación para pasar gratos momentos. La localidad, sobre todo durante las temporadas, posee una variada grilla de actividades no solo en los teatros sino también balnearios y espacios públicos en general

Fuente: La voz del interior
Suplemento Turismo. Domingo 26 de noviembre de 2006.
http://archivo.lavoz.com.ar/Nota.asp?nota_id=21542&high=tendencia%20verano

a. ¿A qué tipo de turismo se refiere cada artículo?

.....

.....

.....

.....

.....

b. ¿Qué personas actuarán como “informantes” para guiar al visitante en cada caso? (por ejemplo mozos, guía de turismo, recepcionista, mucama, etc.) ¿Por qué?

.....

.....

.....

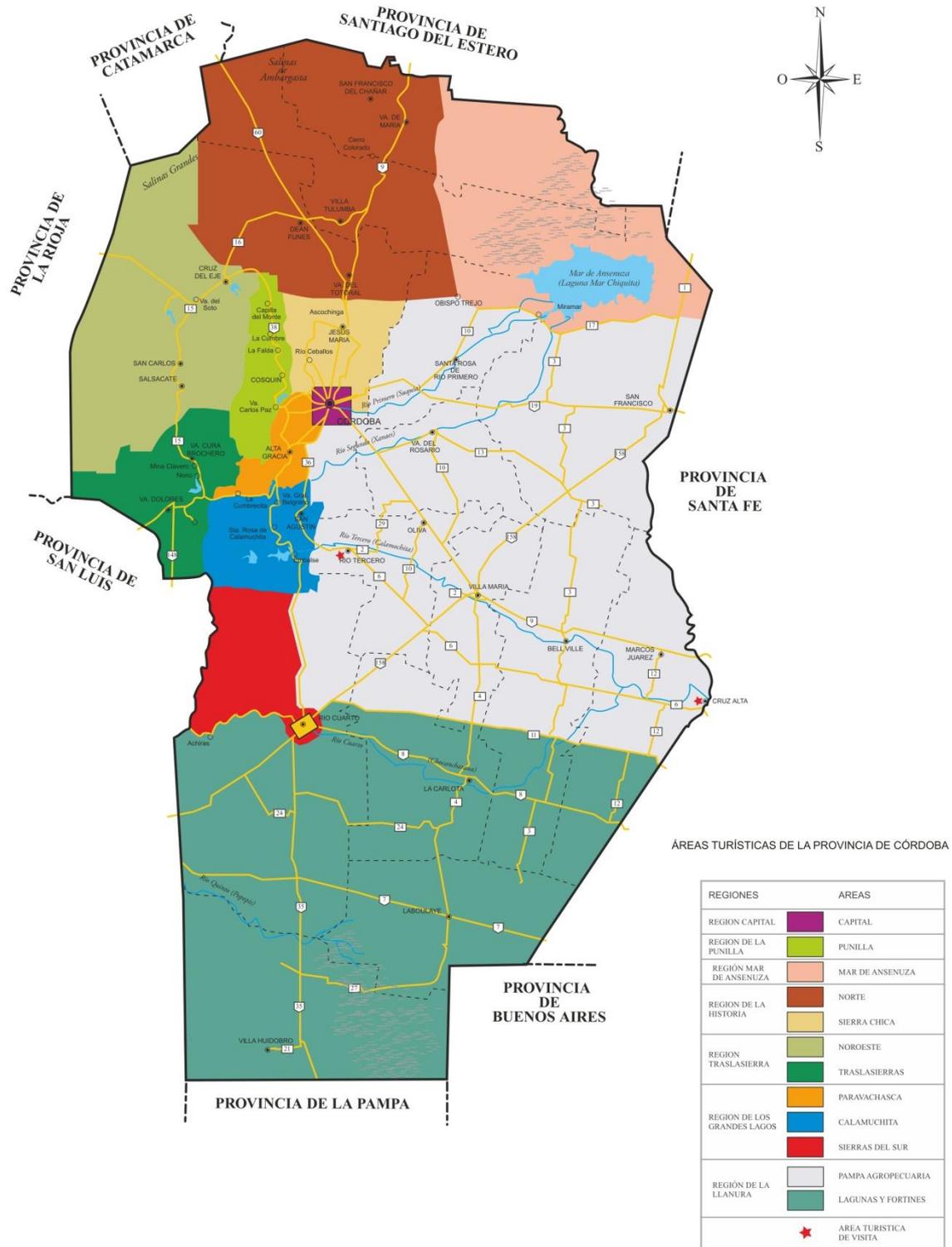
.....

.....



Capítulo 6: Las regiones turísticas de Córdoba

Distribución geográfica de las áreas turísticas



La provincia de Córdoba, de acuerdo con la información brindada por la Agencia Córdoba Turismo, se subdivide en 5 regiones turísticas, algunas de ellas a su vez con diferentes áreas. Te invitamos a conocer estas regiones turísticas y a pensar qué tipos de turismo pueden desarrollarse en cada una de ellas. Por ese motivo a continuación le mostramos un mapa de la provincia de Córdoba donde encontrará sombreadas las diferentes regiones y algunas de sus principales localidades, junto a las vías de acceso terrestre.

1. Región de la historia

1.a. Área Norte

Posee paisaje serrano de suaves ondulaciones, areniscas rojizas, bosque serrano con especies de bosque chaqueño con algarrobos, quebracho blanco y palmares. Aquí encontramos las Salinas Grandes y la reserva Monte de las Barrancas, con guanacos en su hábitat natural.

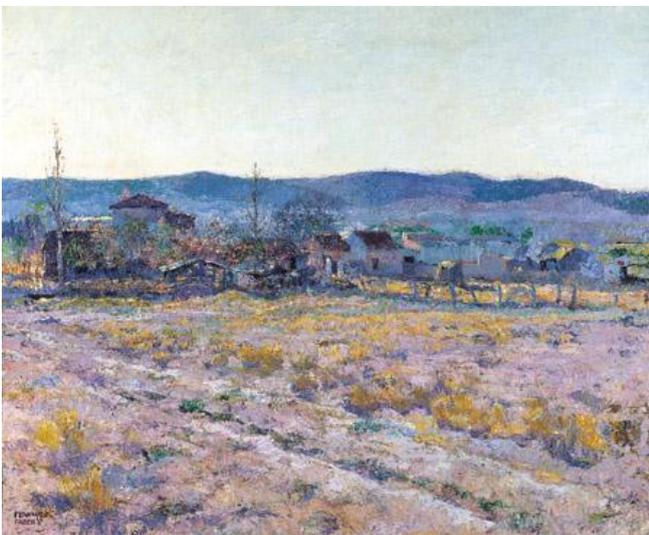
Ligada a Córdoba y su historia, sus localidades ofrecen muestras de arquitectura colonial, tradiciones populares y remembranzas de lo autóctono. Las culturas aborígenes dejaron importantes testimonios, como las pictografías del Cerro Colorado, uno de los mayores yacimientos arqueológicos el país. Aquí vivió y descansan los restos del folklorista y poeta Atahualpa Yupanqui. En la que fue su casa funciona actualmente el museo que lleva su nombre. Se encuentra en el paraje de Agua Escondida.



Estancia Santa Catalina



Pictografías Cerro Colorado



Mañanitas de Ischilín: cuadro de F. Fader



Escena campestre de F. Fader

Sus caminos en abanico recuerdan el Antiguo Camino Real al Alto Perú y muchas de sus poblaciones fueron postas, donde el viajero hacía un alto para poder recobrar energías y proseguir hacia su destino. El pasado colonial también se evidencia con la presencia de la Estancia Jesuítica de Santa Catalina.



Localidades: Sinsacate, San José de la Dormida, Villa de Tulumba, Villa María de Río Seco, Villa Totoral, Cerro Colorado, Deán Funes, Quilino, San Francisco del Chañar, Loza Corral e Ischilín.



Salinas Grandes

1.b. Área Sierras Chicas

Abarca las poblaciones ubicadas al pie del cordón montañoso de las Sierras Chicas. Ofrece un conjunto de localidades típicamente serranas con orografía ondulada y arroyos sinuosos. Otras se hallan ubicadas al este en terrenos más planos, aptos para las actividades agrícola - ganaderas. Entre la vegetación se hallan el bosque serrano y el chaqueño en zonas llanas.

También aquí hay testimonios culturales del pasado colonial como la Capilla de Candonga y las Estancias Jesuíticas de Jesús María y la Casa de Caroya. Perteneció al recorrido del Camino Real, que vinculaba el Alto Perú con el Virreinato del Río de la Plata. Y la gastronomía italiana tradicional presente en Colonia Caroya, rememora el asentamiento de italianos en la zona.

En esta área se puede disfrutar del paisaje, de espectáculos y eventos o del Patrimonio Cultural. La Reserva Hídrica Natural La Quebrada en Río Ceballos, el Festival Nacional de Doma y Folklore de Jesús María y el Campeonato de Golf del Centro de la Republica en Villa Allende son ejemplos de paisaje y eventos.



Estancia Jesús María



Candonga



Localidades: Jesús María, Colonia Caroya, La Calera, Saldán, Villa Allende, Mendiolaza, Unquillo, Río Ceballos, Salsipuedes, El Manzano, Agua de Oro, Villa Animi, La Granja y Ascochinga.



Río Ceballos

2. Región de traslasierra

2.a. Área Noroeste

Presenta marcados contrastes geográficos: desde las Salinas Grandes al norte y los llanos noroccidentales, hasta la Sierra y Pampa de Pocho con sus volcanes y túneles que descienden hacia los llanos occidentales.

Se trata de un área de rico patrimonio natural y cultural, donde la acción del hombre ha dejado valiosos testimonios como las Capillas de La Higuera (siglo XIX), de Salsacate (siglo XVIII), de Las Palmas (siglo XVIII) y de Pocho (siglo XVIII), así como la notable Estancia Jesuítica de La Candelaria (siglos XVII-XVIII), una de las cuatro que la Orden Jesuítica construyó en la Provincia, ubicada a 29 kilómetros al este de La Higuera. A este patrimonio de la época colonial se agrega la presencia de restos de pictografías prehispánicas en Charquina (La Playa, en la Sierra de Guasapampa), así como los testimonios de la actividad minera que dio nombre a la zona (Departamento Minas) en las instalaciones de la Mina "La Bismutina". También la tecnología del siglo XX contribuye a la oferta del área, con dos importantes diques y sus embalses: el de Cruz del Eje, junto a la ciudad del mismo nombre, notable por su presa de embalse y la calidad y extensión de su espejo de agua, y el de Pichanas, ubicado a 22 kilómetros al oeste de Villa de Soto, ambos con interesantes condiciones para la práctica de la pesca y de deportes acuáticos.



La Candelaria

En el extremo norte del área se encuentra la ciudad de Cruz del Eje, ubicada en una de las zonas olivereras más importantes del país, sede de la Fiesta Nacional del Olivo, de realización anual.

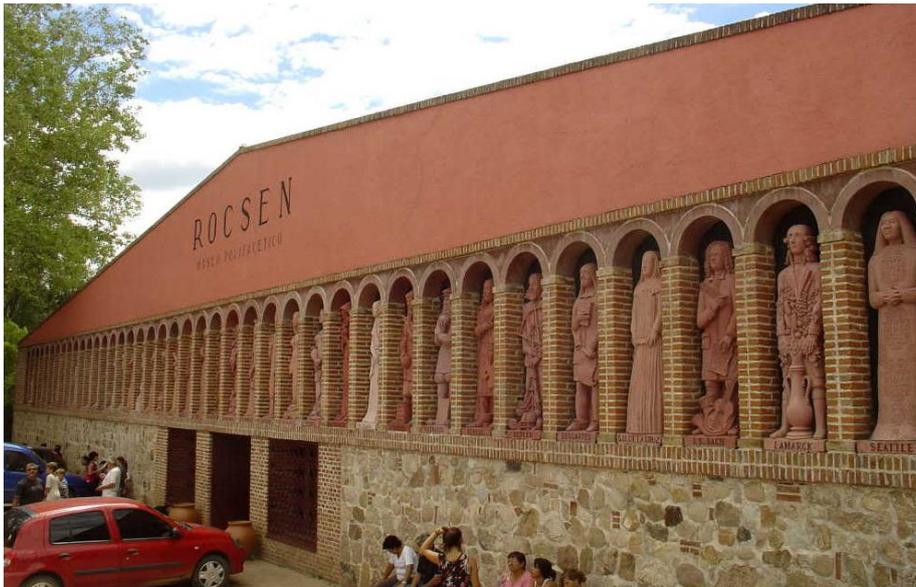
El bosque natural de la zona, con su variedad de aromos, chañares, mistoles y otras especies, ha permitido el desarrollo de una importante industria melífera.

Localidades: Cruz del Eje, Villa de Soto, La Higuera, San Carlos Minas, Salsacate, Las Palmas y Pocho.

Villa de Soto, La Higuera y San Carlos Minas se suceden a lo largo del camino hacia el sur, sobre el monte natural en el cual se destaca la presencia de la palma (palmera fibrosa) que confiere un carácter particular al paisaje local.

Los caminos de los Gigantes y el de los Túneles presentan vistas panorámicas, mientras que la Reserva Natural Chancaní preserva ejemplares de quebracho.

2.b. Área Traslasierra



Fachada del Museo Rocsen



Río Panaholma

Comprendida entre la Pampa de Achala (que pertenece a esta área), la Cumbre de Achala y la Sierra de Comechingones (con el Cerro Champaquí como máxima altura de la provincia de Córdoba con 2.884 m) al este y la Sierra de Pocho al oeste, ocupa la parte inferior del territorio de la región. Se caracteriza por su clima benigno, aire puro, cielo diáfano y grandes áreas de vegetación natural. Se accede a esta área por el Camino de las Altas Cumbres, destacada obra de la ingeniería vial, que atraviesa la Pampa de Achala en proximidad del Parque Nacional Quebrada del Condorito (uno de los pocos hábitats del cóndor fuera de los Andes) y Reserva Provincial Pampa de Achala, que constituyen parte destacada de la oferta de patrimonio natural del área.

También es posible acceder por el camino que la vincula con el Área Noroeste, desde Taminga hacia el sur.

El Área Traslasierra cuenta con una importante oferta ambiental caracterizada por su clima benigno en todas las épocas del año, su cielo diáfano, su aire puro, presencia de importante vegetación natural junto con áreas de cultivo (papa, viñedos, plantas aromáticas, frutales) en el valle

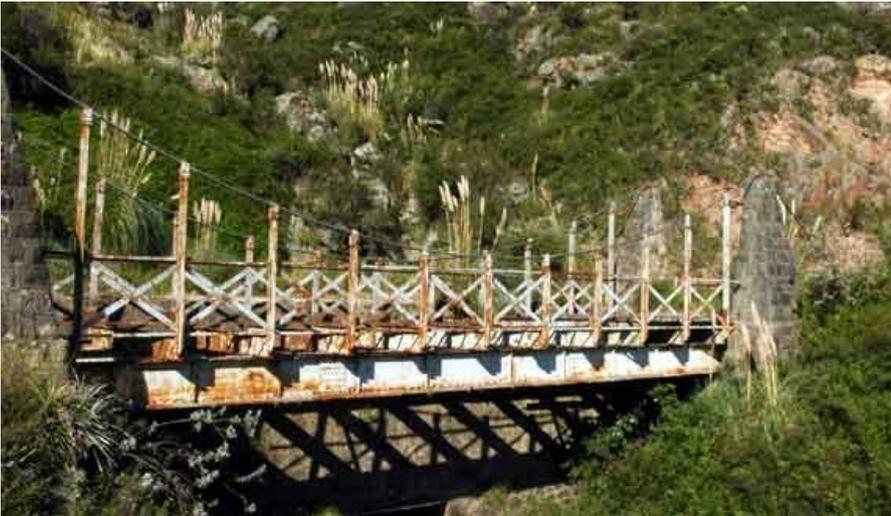


Actual camino de las Altas Cumbres

flanqueado por la mole imponente de las Sierras Grandes, dominadas por la presencia del Cerro Champaquí, accesible desde esta zona y un verdadero desafío para los amantes de la práctica del montañismo y trekking. Otro ambiente, el social y cultural, con sus tradiciones y productos, caracteriza también fuertemente al área. Se destacan aquí las artesanías en cerámica negra, la producción de dulces y alfajores caseros y la calidad de los vinos regionales.

Localidades:

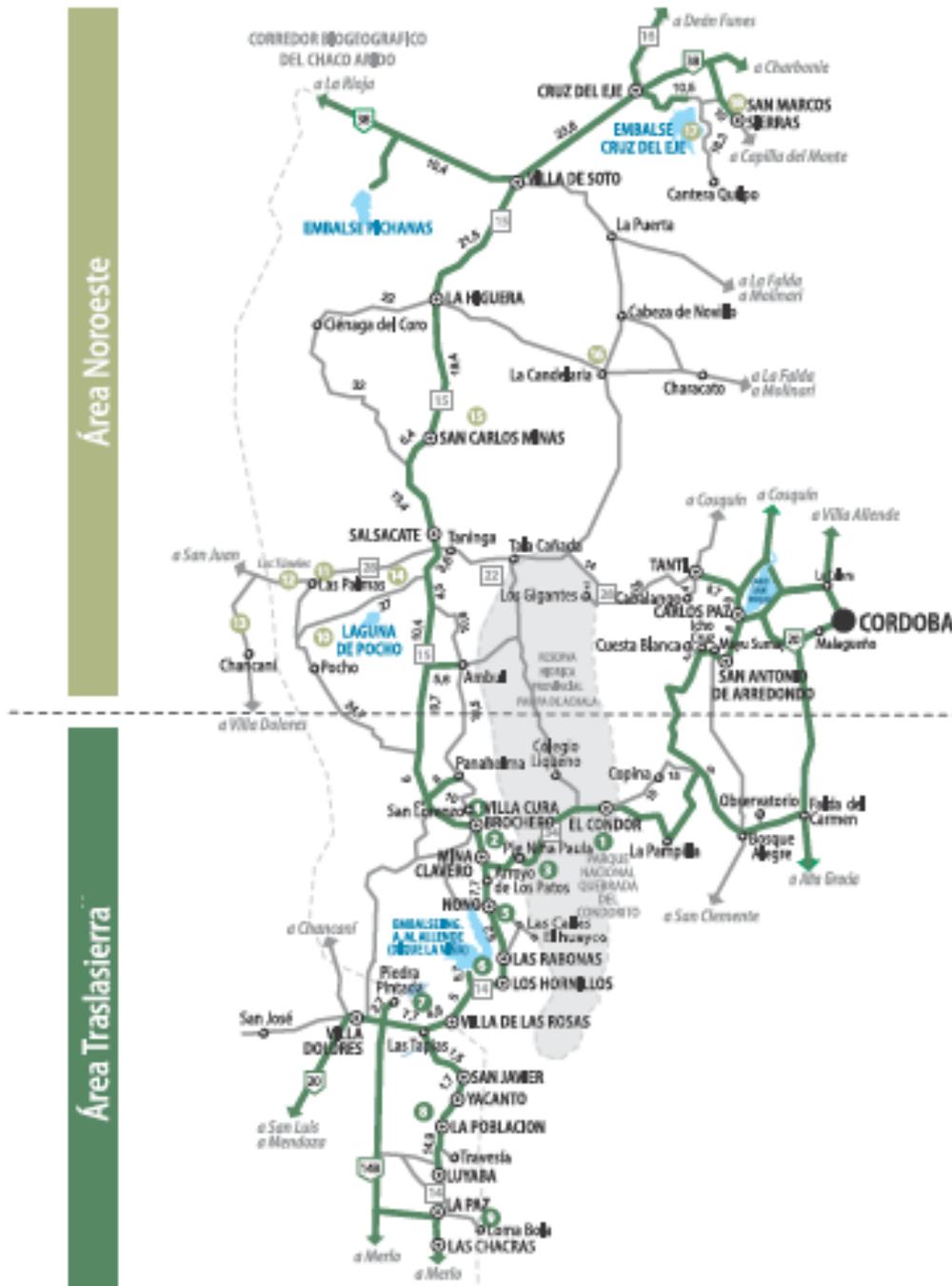
Villa Cura Brochero, Mina Clavero, Nono, Las Rabonas, Los Hornillos, Villa de Las Rosas, Las Tapias, Villa Dolores, La Paz, San Javier, Yacanto y el paraje El Cóndor.



Antiguo camino de las Altas Cumbres

El área se encuentra atravesada por innumerables arroyos que descienden desde los cordones serranos conformando los ríos Mina Clavero, Panaholma y Nono, que al unirse constituyen el Río de los Sauces, de amplias playas arenosas, uno de los principales atractivos de la zona. Sus aguas dan origen al Embalse La Viña,

notable por su dique de contención (construido entre 1939 y 1944), que con 102 m es el más alto del país. Allí se práctica la pesca y varios deportes acuáticos. Y en zonas altas de los ríos la pesca de trucha. A lo largo de todos los ríos, por sus características naturales, sus aguas claras y su lecho arenoso, es posible hallar zonas de balneario para disfrutar el día al aire libre.



3. Región de los grandes lagos

3.a. Área de Paravachasca

Se encuentra entre las Sierras Grandes al oeste y las Sierras Chicas al este y la atraviesa el río Anisacate.

Alta Gracia se destaca en esta área ya que fue sede de un importante asentamiento aborigen y religioso del que hoy queda la Estancia Jesuítica de Alta Gracia. En la ciudad se destaca la arquitectura de las primeras décadas del siglo XX. Vivieron allí personalidades reconocidas como Ernesto “Che”

Guevara y el músico Manuel de Falla, debido a la belleza del paisaje o a las bondades del clima para enfermedades como el asma.

Sobre la Sierra del Tala, a 1.290 metros, se encuentra el Observatorio Astronómico en un sitio denominado Bosque Alegre. A 5 kilómetros de allí está la Estación Satelital.

San Clemente, la Granadilla, Villa Ciudad de América, Villa Anizacate, Villa Los Aromos, La Serranita, La Rancherita y Potrero de Garay cuentan con río y sierras, mientras que el Embalse Los Molinos es ámbito de deportes náuticos y pesca deportiva.



El Tajamar en Alta Gracia



Localidades: La Paisanita, Villa Anisacate, Alta Gracia, La Bolsa, Villa Los Aromos, La Serranita, San José de la Quintana, Villa Ciudad de América, Potrero de Garay y San Clemente.



Embalse Los Molinos



Museo Casa del Che

3.b. Área Calamuchita

Comprendida entre las Sierras Chicas al este y la de Comechingones al oeste, con el cerro Champaquí como punto máximo. Es el área de mayor cantidad de espejos de agua, ríos y arroyos, acompañados de pintorescas villas y pueblos enclavados en las sierras. Así se desarrollaron ciudades como Villa General Belgrano, Santa Rosa de Calamuchita, La Cumbrecita, Villa Alpina, Villa Rumipal y Villa del Dique.

Los caudalosos ríos que descienden de las montañas permitieron al hombre intervenir en el paisaje construyendo diques donde se practican deportes náuticos y pesca deportiva, como los embalses Río Tercero, Piedras Moras y Cerro Pelado. También se destaca por la forestación de grandes áreas.



La Cumbrecita - Pueblo peatonal

La diversidad paisajística y la humedad que ofrecen los embalses al ambiente crean ámbitos ideales para la práctica de turismo de naturaleza o aventura. Se destaca en el área la excelencia en calidad de servicios.

Las condiciones naturales del territorio proveyeron primero a los pueblos originarios los elementos para vivir. Luego la colonización subdividió el territorio en estancias, algunas de las cuales han sido base de los actuales asentamientos urbanos. Y otros pueblos han sido producto de la actividad fundadora de inmigrantes centroeuropeos, como en el caso de Villa General Belgrano, centro de una de las más importantes fiestas del país: la Fiesta Nacional de la Cerveza, acompañada en otras épocas del año por la Fiesta de la Masa Vienesa y la del Chocolate Alpino.



Localidades: Villa Parque Los Reartes, Los Reartes, La Cumbrecita, Villa General Belgrano, Santa Rosa, Villa Yacanto, Amboy, Villa Amancay, Villa Rumipal, Villa del Dique, Embalse, La Cruz, Río Tercero, San Agustín, Despeñaderos, Las Caleras y Almafuerte.



Santa Rosa de Calamuchita

3.c. Área Sierras del Sur

Limitada por las estribaciones suborientales de la Sierra de Comechingones, representa el encuentro de ambientes rurales y serranos.

Los aborígenes comechingones dejaron testimonios pictográficos de su vida en el yacimiento arqueológico del Cerro Intihuasi. Por su parte, de la Sierra de los Comechingones descienden numerosos cursos de agua.

Es un área de desarrollo potencial, apta para el ejercicio del turismo de naturaleza o aventura y otras modalidades menos tradicionales como el turismo rural o agroturismo.

En las localidades de La Cruz y Río de los Sauces el río ofrece arboledas ideales para el camping, en Alpa Corral se agrega la montaña. El Río de Las Barrancas, Jarzamara y Talila permiten acampar y gozar del espectáculo de lo natural, y también la pesca deportiva por la variedad de salmónidos que los pueblan.

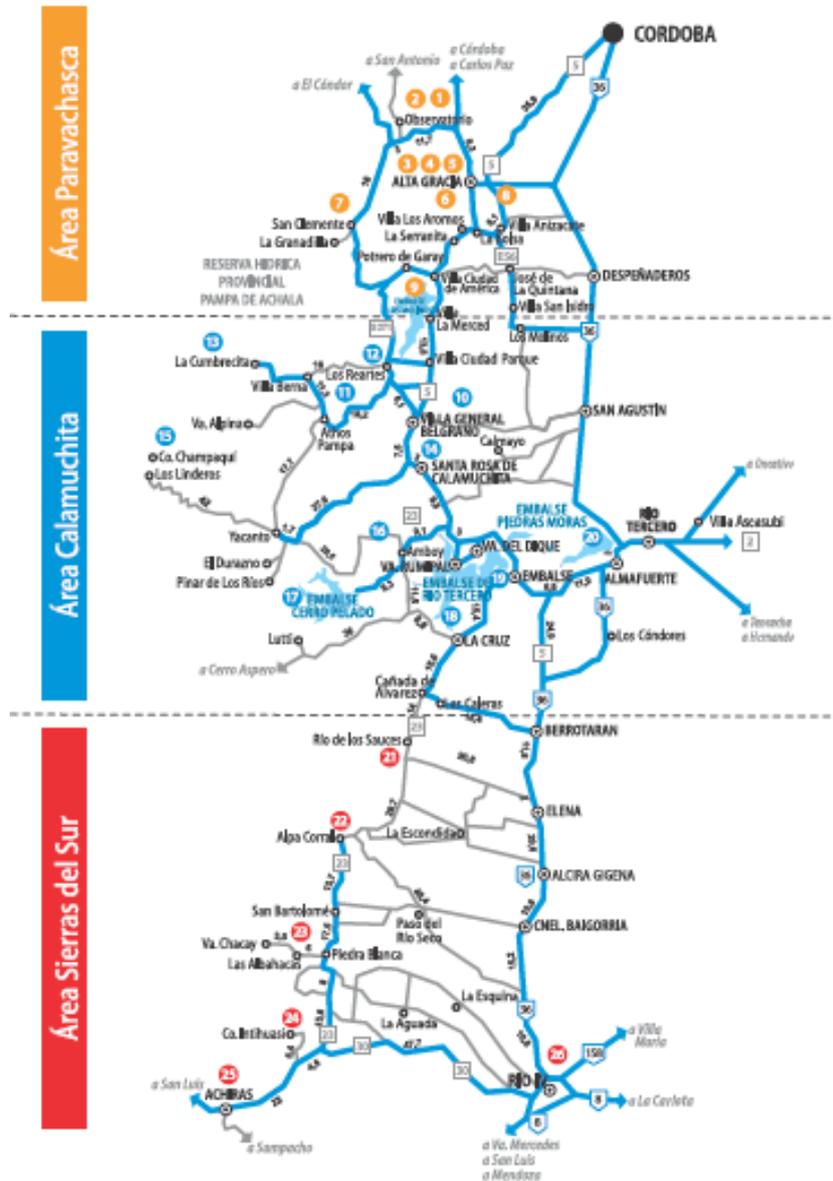
La ciudad de Río Cuarto es la segunda de la provincia y es un centro de servicios y cultura, dotado de un importante equipamiento.



Localidades: Río de Los Sauces, Los Cóndores, Alpa Corral, Las Albahacas, Río Cuarto y Achiras.



Sierras del Sur



4. Región de punilla

Limitada al este por las Sierras Chicas (cerros Uritorco de 1979mts., y Pan de Azúcar, de 1250mts.), y al oeste por las Sierras Grandes (macizo de Los Gigantes, de 2374mts. y las pampas altas de San Luis y Olaen). En esta región se destacan Los Terrones, formación de areniscas rojizas extrañamente erosionadas, ubicados en las cercanías de Capilla del Monte; la Quebrada y Mirador de Cuchi Corral, sitio privilegiado para el aladeltismo y parapente, próximo a La Cumbre; la Quebrada de Vaquerías, Reserva Natural de bosques serranos en Valle Hermoso; y la cascada de los Chorrillos, en la localidad de Tanti.

El agua es el otro gran atractivo del valle, representado por los ríos Cosquín y San Antonio (con sus playas de arena), el dique San Roque (Villa Carlos Paz), y los embalses El Cajón (Capilla del Monte) y La Falda, en la localidad homónima.



Villa Carlos Paz

Un conjunto de poblaciones se han desarrollado de manera casi lineal sobre el eje de la ruta N°38 que atraviesa el valle de Punilla, en las cuales se encuentra la mayor planta instalada de equipamiento recreativo, de alojamiento y complementario, ofreciendo una extensa gama de servicios calificados. Punilla es sede de consagrados festivales entre los cuales se destaca netamente el Festival Nacional del Folklore que todos los años se realiza en el mes de enero en la ciudad de Cosquín. Por su parte, Villa Carlos Paz concentra la mayor oferta teatral de Córdoba en temporada alta. El área también ofrece un conjunto de capillas del S.XVIII, como la de San Marcos Sierra, San José de Mallín, de San Antonio (Valle Hermoso), de Olaen, de San Roque (La Cumbre) y de Dolores, y la casona “El Paraíso” en Cruz Chica, residencia-museo del escritor Manuel (Manucho) Mujica Láinez.

San Marcos Sierras, por su parte, en el mes de febrero de cada año celebra la Fiesta de la Miel. Además San Marcos es muy conocida en el país y en el exterior por sus calidades ambientales y su cultura tradicional. Se trata de una población fundada en la etapa colonial.



Cuchi Corral



Localidades: Villa Carlos Paz, Mayu Sumaj, Ichu Cruz, Tala Huasi, Cuesta Blanca, Santa Cruz del Lago, Cabalango, Tanti, Bialeto Masee, Santa María, Cosquín, Valle Hermoso, La Falda, Huerta Grande, Villa Giardino, La Cumbre, Los Cocos, San Esteban, Capilla del Monte, San Marcos Sierras y Charbonier.



5. Región de fortines, lagos y lagunas

La llanura, los campos cultivados con trigo y alfalfa, las manchas arbóreas, los riachos, lagunas y bañados, ofrecen paisajes de un atractivo particular, y espacios donde se desarrolla una avifauna única, con flamencos, garzas y cigüeñas. El turismo de aventura, el agroturismo, la caza o pesca deportivas (bajo modalidades establecidas por el Gobierno provincial), los safaris fotográficos y la observación de aves, encuentran aquí lugares apropiados para desarrollar modalidades turísticas.

La región Fortines, Lagos y Lagunas abarca un territorio al sur de la provincia con las Rutas Nacionales 7 y 8 como troncales y la red de caminos provinciales vinculando las diferentes

ciudades de La Carlota, General Levalle, Villa Huidobro, Del Campillo, Laboulaye y Jovita entre otras.

Esta región era “línea de frontera” con una serie de fortines de los cuales se conserva el de punta del Sauce, en la Carlota.



Reserva Natural de Fauna Laguna La Felipa

Localidades:
La Carlota, General Levalle, Villa Huidobro, Del Campillo, Laboulaye y Jovita.

6. Región de mar chiquita

Esta área se halla ubicada en el noreste de la Provincia, ocupando la zona de influencia de la Laguna Mar Chiquita o Mar de Ansenzuza (en lengua aborigen), enorme cuerpo de agua salada de unos 6.000 km², con una planicie inundable y los Bañados del Río Dulce, que se extienden hacia el norte, abarcando en total unos 10.000 km². Se trata de una planicie deprimida en la llanura chaqueña a la cual confluyen los ríos Suquía (ex Primero), Xanáes (ex Segundo) y Petri o Dulce. Este último, proveniente de Santiago del Estero, forma un amplio valle de inundación donde se alternan isletas, riachos y bañados.

La oferta básica del área es la diversidad de ambientes (humedales, costas altas, costas bajas, llanura) que favorecen la presencia de una fauna abundante y variada, destacándose que aquí se encuentra el 25% de las especies de aves del país. La vegetación corresponde al bosque chaqueño oriental, con variantes de ambientes salinos y de lagunas y bañados.

En virtud de estas características, el área ha sido declarada Reserva Natural Provincial y está integrada a la Red Hemisférica de Reservas de Aves Playeras.

El aprovechamiento del recurso natural agua salada, reconocido internacionalmente por sus propiedades terapéuticas, así como la bondad del clima, sumados a los valores ambientales y la creación de la Reserva Natural, convirtieron a la zona en centro de un notable flujo turístico que ha

llevado paulatinamente a Miramar a un proceso de consolidación como núcleo turístico equipado. Miramar cuenta con un centro especializado en la balneofangoterapia.

Recursos naturales, balneofangoterapia, actividades recreativas (recorridos de interpretación, observación de fauna, actividades náuticas, pesca, playa) y productivas (como la industria peletera (cría de nutrias) y la explotación agrícola-ganadera), hacen del Área Mar Chiquita un destino turístico especial.

Miramar y Balnearia son las principales localidades de esta región. La primera era un importante centro de turismo de salud por las cualidades curativas de sus aguas, y sufrió una gran inundación a finales de la década del 70' por el aumento del nivel de la laguna. Actualmente esta localidad está recuperando su planta turística, muy dañada en aquel entonces.

Localidades: Miramar y Balnearia



Mar de Ansenusa



Restos del Hotel Viena, En Miramar



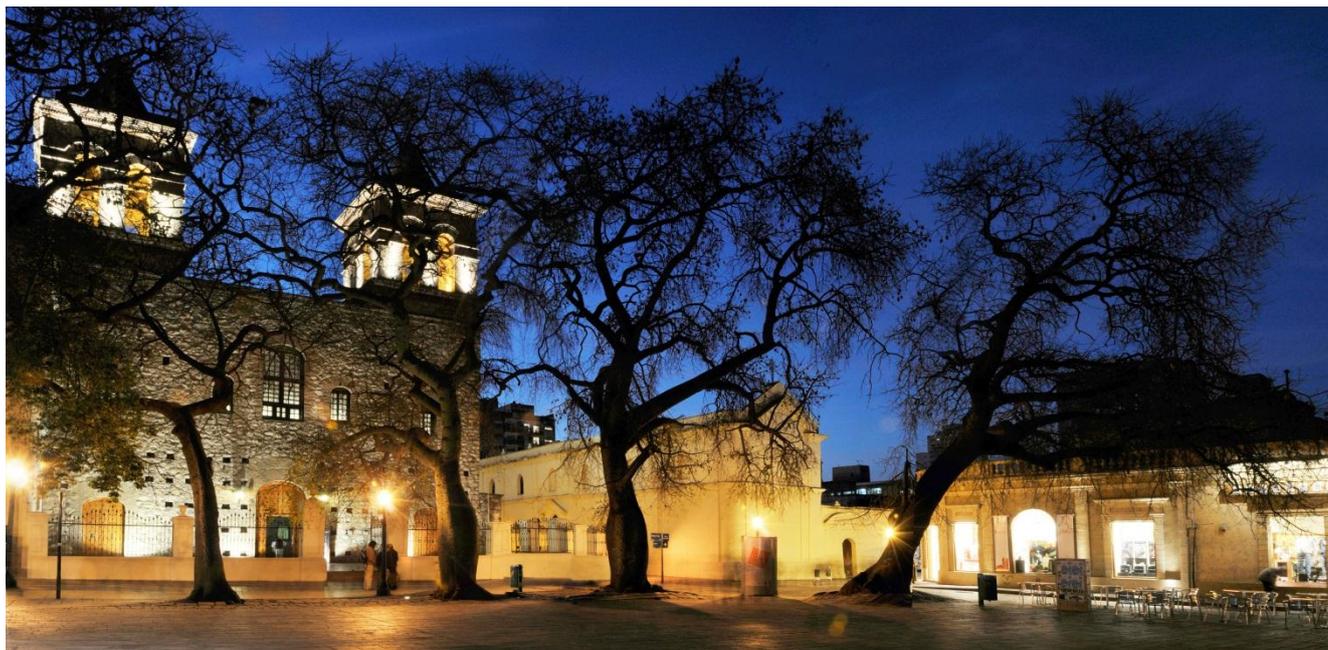
7. Región de la capital

De acuerdo a la clasificación que adoptamos en otra parte del módulo, en la actividad turística puede predominar el componente cultural, y eso es exactamente el distintivo de la ciudad de Córdoba que tiene el privilegio de contar con excelentes ejemplos de lo que significó la tarea de los jesuitas en esta provincia.

Córdoba nació a partir del deseo de vincular el Alto Perú y el Río de la Plata, ubicada en un valle, nudo de confluencia de numerosos caminos. Es destino turístico por su historia y por su presente lleno de actividades culturales y recreativas. El Centro Histórico y su rico patrimonio arquitectónico es motivo de visita. Su Universidad atrae a científicos y técnicos y sus centros de compras posibilitan el esparcimiento y recreación. También posee una calificada oferta de hotelería internacional y gastronomía.



Catedral



Manzana Jesuítica



Área Capital



REFERENCIAS

- 01- Plaza San Martín
- 02- Iglesia Catedral
- 03- Catedral Histórica
- 04- Centro Municipal de Exposiciones Obispo Alvearillo
- 05- Iglesia y Convento Santa Catalina de Siena
- 06- Cripta Jesuítica del Nacimiento Viejo
- 07- Museo Municipal de Bellas Artes Dr. Genaro Pérez
- 08- Basílica de Santo Domingo
- 09- Museo de Arte Religioso Juan de Tejeda
- 10- Iglesia y Monasterio de las Carmelitas Descalzas de San José "Las Ursulas"
- 11- Museo Obispo Salguero / Iglesia San Roque
- 12- Museo Histórico Nacional Marquía de Sobremonte
- 13- Basílica de Nuestra Señora de la Merced
- 14- Plaza Sobremonte

- 14- Museo Religioso Ob. Troy, L. Ambro de San Alberto
- 15- Centro Municipal de Exposiciones Juan Malanca
- 16- Iglesia de la Compañía de Jesús
- 17- Museo Histórico UNC
- 18- Colegio Nacional Nuestra Señora del Rosario
- 19- Iglesia de San Francisco
- 20- Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús / Padres Capuchinos
- 21- Plaza España
- 22- Museo Provincial de Bellas Artes Grillo Carillo
- 23- Plaza de las Artes
- 24- Observatorio Astronómico - Nueva Meteorológica Nac.
- 25- Palacio Ferragut - Museo Superior de Bellas Artes Córdoba
- 26- Estación Terminal de Ómnibus 1
- 27- Estación Terminal de Ómnibus 2
- 28- Patio Olmos
- 29- Teatro del Libertador
- 30- Ciudad de las Artes
- 31- Zoológico

- 32- Plaza del Buen Pastor
- 33- Museo de Cs. Naturales
- 34- Municipalidad de Córdoba
- 35- Tribunales
- 36- Estación Ferrocarril Noreste
- 37- Muelle Central Shopping
- 38- Plaza del Bicentenario
- 39- Plaza de la Independencia "José Juan Bualtrix Buarz"
- 40- Plaza del Bicentenario
- 41- Centro Olmos
- 42- Ciudad Universitaria
- 43- Parque de Las Tejas
- 44- Museo de Artes y Oficios
- 45- Museo de la Industria
- 46- Museo Policial Elvira

Otros Monumentos de Córdoba

- 01 Iglesia de los Capuchinos
 - 02 La Catedral
 - 03 Palacio Ferragut
 - 04 Manzana Jesuítica
 - 05 Iglesia Catedral
- * Las referencias están en orden de que fueron elegidas.

— Área Presonal
— Corredores de Planificación y Calles

La provincia de Córdoba, de acuerdo con la información brindada por la Agencia Córdoba Turismo S.E.M. en su Ley 10.312 Regionalización Turística Provincial, se subdivide en regiones turísticas, algunas de ellas a su vez con diferentes áreas. Lo invitamos a conocer estas regiones turísticas y a pensar qué tipos de turismo pueden desarrollarse en cada una de ellas. Por ese motivo a continuación le mostramos un mapa de la provincia de Córdoba donde encontrará sombreadas las diferentes regiones y algunas de sus principales localidades, junto a las vías de acceso terrestre.



La Legislatura de la Provincia de Córdoba sanciona con fuerza la ley Nº 10312

Regionalización turística provincial

Artículo 1º.- Declárase de “Interés Turístico General” al territorio de la Provincia de Córdoba.

Artículo 2º.- Créanse las siguientes Áreas Turísticas:

- a) Traslasierras: comprende el territorio que abarca a los Departamentos San Javier y San Alberto;
- b) Noroeste: incluye el territorio que ocupan los Departamentos Pocho, Minas y Cruz del Eje;
- c) Norte: abarca el territorio comprendido por los Departamentos Totoral, Ischilín y Sobremonte, y la zonas ubicadas al Oeste de la Ruta Provincial Nº 32 de los Departamentos Río Seco y Tulumba;
- d) Sierras del Sur: comprende la Pedanía Río de los Sauces del Departamento Calamuchita y la parte del Departamento Río Cuarto delimitada al Sur por la Ruta Provincial Nº 30 -incluida- en el tramo que se extiende entre la ciudad de Río Cuarto y el límite con la Provincia de San Luis; al Este por la Ruta Provincial Nº 36 desde el límite con el Departamento Calamuchita hasta la ciudad de Río Cuarto – excluidas las localidades ubicadas entre Berrotarán y el límite de la Capital Alternativa de la Provincia-, y al Oeste por el límite con la Provincia de San Luis. Queda incluida totalmente la ciudad de Río Cuarto;
- e) Calamuchita: abarca el territorio ocupado por el Departamento Calamuchita -excluida la Pedanía Río de los Sauces-, más los ejidos municipales de las ciudades de Río Tercero y de Almafuerte;
- f) Paravachasca: engloba la porción del Departamento Santa María que se encuentra comprendida entre la Ruta Nacional Nº 36 - incluida- hacia el Oeste hasta los límites departamentales colindantes;
- g) Punilla: comprende el territorio abarcado por el Departamento Punilla;
- h) Sierras Chicas: incluye el territorio ocupado por el Departamento Colón;
- i) Capital: abarca el territorio comprendido en el Departamento Capital;
- j) Mar de Ansenusa (Mar Chiquita): comprende el territorio delimitado al Sur por la Ruta Provincial Nº 17 en el tramo entre la Provincia de Santa Fe y la localidad de Obispo Trejo, incluyendo a las localidades ubicadas a lo largo de su recorrido, y al territorio que se extiende al Este de la Ruta Provincial Nº 32, entre la localidad de Obispo Trejo y el límite con la Provincia de Santiago del Estero, incluyendo partes de los Departamentos San Justo, Río Primero, Tulumba y Río Seco;
- k) Lagunas y Fortines: comprende parcialmente a los Departamentos Marcos Juárez, Unión, General San Martín, Juárez Celman, Río Cuarto, Presidente Roque Sáenz Peña y General Roca, siendo delimitada por la Ruta Provincial Nº 11, desde el límite con la Provincia de Santa Fe hasta su intersección con la Ruta Nacional Nº 158; la Ruta Nacional Nº 158 desde su intersección con la Ruta Provincial Nº 11 hasta el límite con la ciudad de Río Cuarto; la Ruta Provincial Nº 30 -excluida-, desde

la ciudad de Río Cuarto hasta el límite con la Provincia de San Luis, y los límites provinciales con Santa Fe, Buenos Aires, La Pampa y San Luis, y

l) Pampa Agropecuaria: comprende el territorio ocupado por el Departamento Río Segundo más los sectores no pertenecientes a otras áreas correspondientes a los Departamentos Río Primero, San Justo, Santa María, Tercero Arriba, General San Marín, Unión, Marcos Juárez, Río Cuarto y Juárez Celman.

Artículo 3º.- Créanse las siguientes Regiones Turísticas:

- a) De la Historia: comprende las Áreas Turísticas Sierras Chicas y Norte;
- b) De la Punilla: comprende el Área Turística Punilla;
- c) De Traslasierras: comprende las Áreas Turísticas Traslasierras y Noroeste;
- d) De los Grandes Lagos: comprende las Áreas Turísticas Paravachasca, Calamuchita y Sierras del Sur;
- e) De la Capital: comprende el Área Turística Capital;
- f) Del Mar de Ansenúza (Mar Chiquita): comprende el Área Mar de Ansenúza (Mar Chiquita), y
- g) De la Llanura: comprende las Áreas Turísticas Pampa Agropecuaria y Lagunas y Fortines.

Artículo 4º.- El Poder Ejecutivo Provincial, por intermedio de sus organismos competentes, debe ajustar los planes de desarrollo de infraestructura y equipamiento turístico y los de promoción y publicidad a la totalidad del territorio provincial, en función de las Áreas y Regiones Turísticas determinadas en la presente Ley.

Artículo 5º.- La Agencia Córdoba Turismo Sociedad de Economía Mixta o el organismo que en el futuro la reemplace es la Autoridad de Aplicación de la presente Ley, pudiendo tomar las medidas y dictar las resoluciones que estime necesarias para la mejor interpretación y aplicación de esta normativa.

Artículo 6º.- Comuníquese al Poder Ejecutivo Provincial.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DE LA LEGISLATURA PROVINCIAL, EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, A LOS VEINTIOCHO DÍAS DEL MES DE OCTUBRE DEL AÑO DOS MIL QUINCE.

GUILLERMO CARLOS ARIAS OSCAR FÉLIX GONZÁLEZ - SECRETARIO LEGISLATIVO PRESIDENTE PROVISORIO - LEGISLATURA PROVINCIA DE CÓRDOBA LEGISLATURA PROVINCIA DE CÓRDOBA

PODER EJECUTIVO

Decreto Nº 1233 - Córdoba, 12 de Noviembre de 2015

Téngase por Ley de la Provincia Nº 10312, cúmplase, protocolícese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y archívese.

MARCOS C. FARINA JOSÉ MANUEL DE LA SOTA - MINISTRO DE GOBIERNO Y SEGURIDAD GOBERNADOR - JORGE EDUARDO CÓRDOBA - FISCAL DE ESTADO

Fuente <http://boletinoficial.cba.gov.ar>

Formarnos para informar

Como hemos visto a lo largo de todo el módulo, los atractivos turísticos por sí mismos no son suficientes para que un o una turista decida visitar un lugar. Hacen falta, además, todos aquellos detalles que hacen de la estadía una experiencia única. Jamás debemos olvidar que las y los visitantes, cada vez que se van de vacaciones, se encuentran fuera de su hogar, en un contexto ajeno, y por lo tanto necesita de la ayuda de las y los lugareños para interactuar fácilmente con ese medio desconocido. Allí reside la importancia de nuestra formación y predisposición como personal de contacto para ayudar con amabilidad y paciencia a turistas en todas sus inquietudes. Y las y los visitantes preguntan a quién tiene a mano porque presupone que conoce el lugar. Esto quiere decir que generalmente, en un primer momento, no se traslada hasta la oficina de informes para evacuar sus dudas. En este momento es cuando los/las recepcionistas, mozos/as, mucamas/os, comerciantes, quiosqueros/as, remiseros/as, vecinos/as en general, etc., debemos estar dispuestos/as y atentos/as para ejercer su papel de informantes de manera amable, eficiente y veraz. Dar información falsa o equivocada es un error que debemos evitar. Cuando no sabemos a ciencia cierta la respuesta a determinada pregunta debemos orientar a las y los visitantes para que llegue a la Secretaría de Turismo u oficina de informes turísticos más cercana.

Hay muchas preguntas que pueden responderse: indicaciones para llegar a balnearios y desvíos que deben tomarse; actividades que pueden realizarse en el lugar y precauciones a la hora de hacer, por ejemplo, turismo deportivo (estado del tiempo, veda de pesca, etc.); espectáculos programados para la temporada; esparcimiento del lugar y localidades aledañas; actividades para días de mal tiempo; gastronomía típica y dónde degustarla; ubicación de estaciones de servicios y tipos de cajeros automáticos con los que se dispone en el lugar y localidades vecinas. Estos últimos dos datos son muy importantes para el desplazamiento del visitante.

Recordemos que a lo largo de todo el módulo trabajamos bajo la hipótesis de que asumen el rol de informantes todas las personas que tienen contacto directo con visitantes, además de los y las informantes de la oficina de informes, Secretaría o Dirección de turismo.

Podemos sumar otras respuestas a nuestro acervo si escuchamos atentamente las dudas de las y los turistas y nos informamos para saber responder la próxima vez que alguien nos consulte, y también si observamos atentamente nuestra localidad e intentamos colocarnos en el lugar de la persona que nos visita.

Si sabemos brindar estas respuestas, cuidando la forma de hablar, el dirigirnos a la otra persona de la misma manera en que nos gustaría que se dirijan a nosotros estando lejos de casa, los gestos con que acompañamos la palabra, la forma en que nos vestimos para tratar con el público y el arreglo personal, seremos capaces de entablar relaciones personales cordiales con el o la visitante, quien se llevará una excelente imagen del lugar, y seguramente regresará o recomendará el destino a un familiar o amigo/a.

De esta manera nos estaremos asegurando trabajo a futuro y estabilidad laboral en el lugar de trabajo, porque nuestro empleador o empleadora valorará positivamente la formación específica que

tengamos en el área. No tenemos que dejar de lado el concepto o significado de una palabra tan utilizada en estos momentos y que es la “excelencia”.

¿Qué es y cómo o cuándo logramos la excelencia?

La buena calidad en la atención crea nuevos visitantes y mantiene la lealtad con los propios. Ello se logra poniendo en práctica estos y otros conceptos cuya aplicación debe superar las expectativas pautadas, logrando sorprender al visitante por darle más de lo que esperaba. En síntesis, si conseguimos esto, estaremos logrando la excelencia.

Recordemos siempre:

Ser parte de la atención al turista, es saber brindarse.

No se ama lo que no se conoce.

Como mencionamos anteriormente las y los turistas de hoy en día han cambiado en su forma de pensar, de viajar, de aprender, de querer participar y no solo observar, etc. Nos encontramos entonces ante un nuevo escenario al que nos debemos adaptar:

- Aceleración de avances tecnológicos.
- Convergencia entre turismo, placer, deportes y entretenimiento.
- Crecimiento de las alianzas internacionales.
- Tendencias hacia lo auténtico y diferente.
- Incremento en la concentración del poder económico.
- Límites geográficos tienden a caer (desde la perspectiva del turista y por los bloques económicos).
- La importancia de países en vías de desarrollo en el escenario futuro.
- China: el gran destino y emisor del futuro.
- Conciencia sustentable.
- Cambios demográficos (edad).
- Hiper Competencia.

Capítulo 7: Productos turísticos de Córdoba

Como en la provincia de Córdoba pueden practicarse diferentes tipos de turismo, las y los prestatarios de servicios de una localidad, desde su rol de informantes turísticos/as, deben saber qué actividades pueden realizarse, tanto en su lugar de origen o la localidad turística donde trabajan, como en otras regiones de la Provincia.

A continuación, nos adentraremos en detalle en las características de cada producto turístico presente en nuestra provincia. Sin embargo, debemos tener en cuenta que a lo largo del tiempo estos pueden cambiar, desarrollarse o disminuir, por lo que debemos actualizarnos permanente.



Córdoba Natural y Activa

- ✓ Ecoturismo
- ✓ Golf
- ✓ LGBT
- ✓ Observación de aves
- ✓ Pesca deportiva
- ✓ Sierras, Agua y Sol
- ✓ Turismo Activo
- ✓ Turismo Minero

Córdoba Auténtica

- ✓ Camino Real
- ✓ Córdoba Norteña
- ✓ Fiestas Nacionales y Festivales Populares
- ✓ Turismo Cultural
- ✓ Turismo Idiomatico y Académico
- ✓ Turismo Rural
- ✓ Turismo Salud
- ✓ Turismo Urbano

Córdoba Gourmet

- ✓ Caminos del Vino
- ✓ Sabores de Córdoba

Córdoba Reuniones

- ✓ Turismo de Reuniones



LGBT: sigla que denomina al colectivo de personas que se identifican por su diversidad sexual



¡Una ayudita! En las siguientes descripciones encontramos muchas palabras técnicas. Conocimos estas palabras en el módulo 5, en el área de Interpretación y Producción de texto - Lengua. Es importante que podamos buscar en un diccionario o en internet el significado de estas palabras para poder comprender la importancia de cada uno de estos productos.

Córdoba natural y activa

Ecoturismo

Córdoba cuenta con áreas protegidas y ambientes naturales que permiten disfrutar de la vida en contacto con la naturaleza, viviendo experiencias únicas dentro de los principios que garantizan su conservación. Por sendas solitarias, caminando, en bicicleta o a caballo, escuchando el canto de los pájaros, observando la fauna autóctona o reconociendo alguna flor, capturando paisajes en una fotografía o ascendiendo algún cerro, pueden vivirse innumerables sensaciones en el marco del contacto directo con la Naturaleza.

Córdoba ofrece la posibilidad de conocer y recorrer áreas protegidas en sierras, llanos y llanuras. Los visitantes pueden disfrutar de sitios de fisonomías serrana agreste en las Sierras Grandes, con vegetación frondosa en quebradas y pastizales de altura como en el Parque Nacional Quebrada del Condorito, o de paisajes fuertemente contrastados como en el área de las Salinas Grandes en el noroeste provincial, o de lagunas en la llanura como en Mar Chiquita y los bañados del sudeste provincial.

En el norte cordobés, el área protegida del Cerro Colorado nos ofrece la doble posibilidad de conocer su especial geología y vegetación asociadas con los testimonios pictográficos de las culturas originarias prehispánicas. En las Sierras Chicas y en Traslasierras se impone la fuerza de paisajes diversos y la presencia de una vegetación y avifauna variadas.

En todos estos ambientes naturales se pueden realizar visitas de interpretación, safaris fotográficos, caminatas, observación de flora y fauna, recorridos paisajísticos y actividades educativas vinculadas con el goce de la naturaleza, con el acompañamiento de prestadores especializados habilitados por la Agencia Córdoba Turismo.

Golf

Los paisajes y el clima de Córdoba invitan a disfrutar ambientes urbanos y serranos de calidad en los cuales la práctica del golf se convierte en una experiencia diferente y de alto nivel.

Córdoba ofrece la posibilidad de disfrutar un ambiente urbano de calidad y recorrer desde aquí las canchas de golf de primer nivel, en su gran mayoría a solo minutos del centro de la ciudad y en otros casos a no más de 200 km, pero en un entorno particularmente encantador. Los amantes de este deporte encontrarán en Córdoba una propuesta ideal, variada y de buen nivel. Cuenta con más de 30 canchas en excelente estado, que ofrecen una adecuada infraestructura y servicios de alta calidad. Las inclinaciones naturales del terreno, propias de la geografía cordobesa, dotan a los campos de interesantes ondulaciones, que se traducen en desafíos para los jugadores.

Una propuesta que va mucho más allá que el deporte, es conocer la belleza natural e



Más información: federación de Golf de la Provincia de Córdoba

www.fedegolfcba.com.ar

info@fedegolfcba.com.ar



Golf

histórica de Córdoba, cuna de grandes golfistas que se destacan en el mundo, como Eduardo Romero y Ángel Cabrera.



Turismo LGBT, una industria en auge

La Agencia Córdoba Turismo siguiendo los lineamientos del Ministerio de Turismo de la Nación y del Instituto Nacional de Promoción Turística (Inprotur), ha comenzado a desarrollar el producto de turismo LGBT (Lesbianas, gays, bisexuales y transexuales).

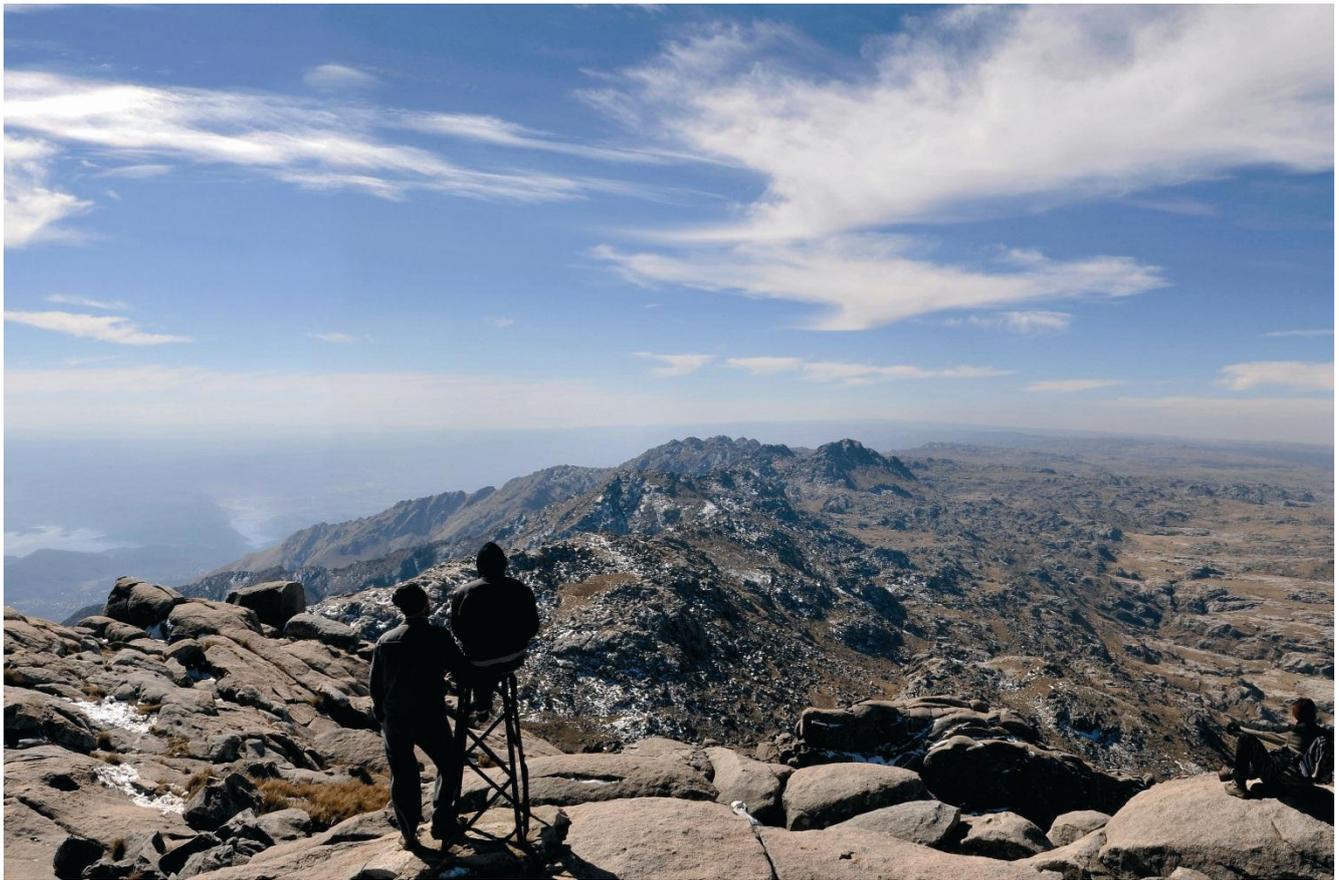


Podemos repasar las características del colectivo LGBT en el módulo 8

En el plano internacional, es importante destacar que el segmento LGBT representa el 10% del volumen total de turistas a nivel mundial, con un gasto de 150 mil millones de dólares anuales. El perfil de estos viajeros y viajeras es alta gama (target ABC1): consumen en su mayoría servicios y hotelería de primer nivel, invierten en experiencias exclusivas y disfrutan de realizar actividades culturales y al aire libre.

En el plano nacional, este año el Inprotur presentó una campaña de promoción denominada “AMOR”, con el objetivo de reafirmar y potenciar aún más el liderazgo de Argentina en este mercado. El concepto “Amor” apunta a fomentar la integración de todos los miembros de la sociedad dentro de un ambiente de tranquilidad, respeto y convivencia.

En el plano provincial, siguiendo estos lineamientos, la Agencia Córdoba Turismo estará realizando reuniones informativas acerca del nuevo producto con los referentes turísticos de las distintas localidades de la provincia y relevará la oferta disponible interesada en este segmento.



Observación de Aves

En Córdoba es posible la observación de aves de distintos linajes a lo largo de todo el año. Son particularmente importantes aquellas especies que están en peligro de extinción, y las especies endémicas de nuestra región.

La provincia posee variados ambientes y condiciones climáticas que permiten el desarrollo de distintos tipos de vegetación, situación que determina la gran diversidad de avifauna cordobesa. Así es que recibimos la afluencia de aves desde países de Norte, Centro y Sudamérica, además de diferentes regiones fitogeográficas de nuestro país, tales como la Patagónica, la Andina, del Monte y la Pampeana.

Las distintas áreas naturales provinciales son los espacios mejor conservados y, por eso, los más apropiados para realizar actividades de observación o “birdwatching”, y han sido designados como Áreas de Importancia para la conservación de Aves (AICAs) por Aves Argentinas - BirdLife International.

Uno de los sitios de gran interés científico y turístico es, sin dudas, la Pampa de Achala, que incluye el Parque Nacional Quebrada del Condorito, considerada como una isla biogeográfica en la que existen especies únicas. Allí se encuentra una población estable de la especie emblemática de América del Sur, reconocida como el ave voladora más grande del mundo: el Cóndor andino. Pero también, entre pastizales y bosquecillos de altura, conviven aves endémicas como el canastero pálido, el canastero serrano, el gaucho cola blanca y la remolinera oscura, entre otras.

En las Salinas Grandes se encuentra la monjita salinera, especie exclusiva (endémica) de ese ambiente. En la Reserva Forestal Natural Chancaní habitan la lechuza bataraza y el águila coronada, especies cada vez más escasas en Argentina.

Por su parte, en la Reserva de Usos Múltiples Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita se encuentran las tres especies de flamencos de



Quebrada El Condorito

Argentina: el flamenco austral, el parina grande y el flamenco de James. Además, se pueden observar varias especies de chorlos y playeros que nidifican en el norte de América, como el falaropo tricolor y el playero canela.

Esta actividad puede realizarse con el acompañamiento de guías especializados, asegurando la conservación de los ambientes y de los hábitats que posibilitan la presencia de las aves.

Pesca Deportiva

Pescar en Córdoba es un verdadero desafío para los amantes de la actividad. La diversidad de paisajes y ambientes acuáticos posibilita la pesca de salmónidos en áreas con devolución y la pesca de pejerreyes en los diversos lagos de la provincia.

Los ríos y arroyos cordobeses, ubicados a alturas que oscilan entre los 1000 y 2000 metros sobre el nivel del mar y que corren entre las laderas de las montañas, se caracterizan por su agua de excelente calidad, bien oxigenada y muy fría y son ideales para la pesca con mosca. Por ello, se han constituido áreas de pesca de salmónidos, con modalidad de pesca con devolución obligatoria.



Para conocer las épocas de pesca permitidas y los períodos de veda así como también cupos y tamaños máximos de ejemplares sacrificados por pescador, podemos consultar en la web de la Secretaría de Ambiente de la Provincia de Córdoba en este link:

http://www.secretariadeambiente.cba.gov.ar//Calendario_pesca.htm



Pesca

Los guardapesca, dependientes de la Secretaría de Ambiente de la Provincia, custodian los ríos a los fines de la protección del recurso en sí y del medio ambiente en general. Asimismo, se puede acceder a servicios de Guías de Pesca Deportiva siempre dispuestos a revelar los secretos de la montaña y de este deporte. Para dicha



actividad se autoriza únicamente el uso de señuelos artificiales, permitiéndose el uso de anzuelo simple sin rebaba y prohibiéndose el uso de anzuelo triple o robador.

Sierras, agua y sol

El atractivo básico de la Provincia de Córdoba está directamente vinculado con sus paisajes de sierras y valles y su clima agradable, lo que la convirtió, desde fines del siglo XIX, en el primer destino turístico del interior del país.

Los ríos y arroyos serranos, con su gran variedad de playas de arena, junto con los numerosos lagos artificiales existentes en los valles y el gran espejo de agua salada de la Mar Chiquita, constituyen la oferta básica de Córdoba para disfrutar el sol en contacto con la naturaleza. Además, los lagos permiten la práctica de diversas actividades y deportes náuticos, asociando el estar del día con la recreación al aire libre.

La ciudad de Villa Carlos Paz es el gran centro turístico serrano de Córdoba. Ubicada a orillas del Lago San Roque, dispone de múltiples balnearios y actividades acuáticas, una hotelería de gran variedad y calidad, excelentes propuestas gastronómicas y una actividad teatral destacada que la ha convertido en la “Capital del Verano” en el centro del país.

En los diferentes valles serranos existen centros turísticos destacados por su variedad de ofertas en materia de hotelería, gastronomía y recreación: Villa General Belgrano, Santa Rosa, Embalse y La Cumbrecita en el Valle de Calamuchita. Mina Clavero es el gran centro turístico de Traslasierras. La Falda, La Cumbre y Capilla del Monte se destacan en el Valle de Punilla. Río Ceballos es el nudo turístico de las Sierras Chicas.

En la mayoría de las localidades turísticas de la provincia es posible encontrar balnearios y sectores de playas organizados y provistos de servicios complementarios. Todo ello en un marco de

naturaleza y paisajes diferentes, asociado con la presencia de localidades provistas de variados niveles de equipamiento y servicios para el alojamiento y la recreación.



Turismo activo o de aventura

El Turismo Activo se ha constituido en una nueva forma de disfrutar del tiempo libre. Lejos de los centros urbanos, el contacto con la naturaleza, la paz del paisaje y lo agreste del terreno hacen que la persona se ubique en otra perspectiva para comprender el mundo que lo rodea y también para redescubrirse a sí mismo.

Las sierras cordobesas son el escenario ideal para la aventura, compartiendo el paisaje que emociona y desafía y experimentando las vivencias que laten en ellas. Las serranías, surcadas por innumerables senderos que en distintas direcciones construyeron desde los primitivos moradores hasta el hombre moderno y los animales que las habitan, son una tentadora alternativa para quien quiera vivir una experiencia diferente.

En la provincia mediterránea es posible sentir la naturaleza en toda su plenitud. Caminos escondidos que descubren paisajes sorprendentes, el agua fresca de las cascadas, el aroma inconfundible de las hierbas serranas, el canto de los pájaros y el golpe del viento en la cara, es la manifestación de la vida silvestre que fluye a cada instante. Vivir de estas experiencias constituye una excelente forma de disfrutar del tiempo libre y de conocer Córdoba, respetando los ecosistemas mediante una actitud de compromiso con el entorno, para que no sólo podamos hoy disfrutar aprendiendo, sino también para que quienes vengan en un futuro puedan encontrar todo en su hábitat natural. Las distintas agencias que organizan este tipo de expediciones cuentan con guías competentes, conocedores de las montañas y de las mejores formas de disfrutarlas.

En cada uno de los Valles de la provincia de Córdoba se ofrecen diversas modalidades y actividades de turismo activo. Las opciones son múltiples, ya que Córdoba dispone un tercio de su superficie para el desarrollo de estas disciplinas.

Es importante tener en cuenta que para realizar actividades de turismo-aventura es necesario contratar un guía habilitado en el registro provincial de prestadores de Turismo Alternativo según ley Nº 8801/99, según las diferentes actividades y modalidades. Se resalta la importancia de contratar un guía en las excursiones de trekking, como la del Cerro Champaquí, el más alto de la provincia, por su grado de dificultad y cambiantes condiciones climáticas.

Por ejemplo, antes de ascender a los Cerros Champaquí y Uritorco, cada visitante deberá llenar una declaración jurada según corresponda ya que son consideradas zonas de riesgo.



Turismo Minero

El Turismo Minero ofrece atractivos de interés geológico, histórico-cultural. Hoy, para aquellos que visitan Córdoba y tienen espíritu explorador, esta modalidad incipiente despierta e invita a conocer la provincia mediante actividades interactivas y circuitos organizados.

Encontrarán en ella la complementariedad de aspectos naturales y culturales, permitiendo al visitante disfrutar el paisaje en una dimensión distinta.

El Turismo Minero, a través de la geología, nos permite



observar y contemplar los estratos en diferentes terrenos que representan el pasado y que revela la historia de la Tierra y en este caso específicamente la formación de las Sierras de Córdoba; constituyendo, al mismo tiempo, una guía para disfrutar la naturaleza con mayor intensidad.

Una actividad conexas vinculada con el conocimiento geológico y la exploración es la espeleología, que en Córdoba puede realizarse en cavernas habilitadas para tal fin.

La historia cultural de la región nos muestra que nuestros pueblos prehispánicos no conocieron el arte de extraer metales, pero sí utilizaron algunos óxidos como hematita, limonita etc. para preparar los colores con los que pintaron las pictografías, que aún subsisten en distintos lugares de nuestras sierras.

Córdoba cuenta con áreas donde se localizan sitios arqueológicos ubicados en formaciones de rocas magmáticas intrusitas consolidadas dentro de la corteza terrestre y luego visibles por la erosión de las rocas que las cubrían. Estos sitios sirvieron de albergue o lugares ceremoniales a comunidades y grupos étnicos prehispánicos. En muchos de estos aleros de piedras se observan vestigios y pictografías que constituyen importantes manifestaciones del arte rupestre, coexistiendo en algunos casos con la extracción de rocas ornamentales e interactuando las dos actividades turística y minera.

Córdoba auténtica

Camino Real

El norte de la provincia de Córdoba propone un itinerario cultural turístico que constituye uno de los mayores atractivos dentro de la oferta provincial de turismo cultural. Se trata del antiguo Camino Real al Alto Perú, que durante la etapa colonial era la principal vía de comunicación, transporte y comercio entre el Virreinato del Río de la Plata y el Alto Perú.

En el territorio provincial, desde la ciudad de Córdoba atravesaba el norte generando una ruta de intensa circulación de personas y bienes que motivó el desarrollo de la región norteña de Córdoba, constituyendo el principal eje de integración e intercambio regional, consolidado con la fundación de varias poblaciones a lo largo de su trazado (como es el caso de Villa de Tulumba). Durante los años de las luchas por la independencia y la organización nacional, el Camino fue escenario del paso de las tropas y de múltiples acontecimientos que marcaron la historia del país. Continuó siendo utilizado luego en la etapa de la unidad nacional (momento en que se fundan nuevas poblaciones, como Villa del Totoral, Jesús María, Colonia Caroya, Sarmiento, Macha) hasta que la llegada del ferrocarril dio lugar a nuevos trazados viales (actual ruta nacional n° 9), desactivando así el uso del antiguo Camino Real.



Se trata de un itinerario cultural de 176 kilómetros a partir de la localidad de Colonia Caroya hasta el límite con la provincia de Santiago del Estero, trazado que reúne las postas y sitios de mayor valor histórico:

- Estancia Jesuítica Caroya (Centro de Interpretación general del itinerario Camino Real)
- Estancia Jesuítica Jesús María
- Posta Sinsacate
- Barranca Yaco – Monumento a Facundo Quiroga
- Posta de Los Talas
- Villa del Totoral
- Posta de Macha
- Villa Tulumba (centro de interpretación regional del itinerario)
- Posta Inti Huasi
- Posta de Santa Cruz
- Posta de San Pedro Viejo
- San Pedro Norte
- Estancia El Carrizal
- San Francisco Viejo – Monumento a Pancho Ramírez
- Posta Las Piedritas
- Posta El Chañar. San Francisco del Chañar
- Posta de Pozo del Tigre



Centro Interpretación del Camino Real en Tulumba:
caminoreal@tulumba.gob.ar

La propuesta ha sido desarrollada en base al enfoque de itinerario cultural de UNESCO. Un itinerario cultural se construye en base a la integración de paisajes, patrimonio construido, tradiciones locales y modos de vida diferentes pero que históricamente han mantenido relaciones entre ellos a través de un camino que los ha vinculado, generando intercambios y diversos grados de integración regional.

Más info:

<http://www.cordobaturismo.gov.ar/localidad/villa-de-tulumba/>



Tulumba

Más info:

<http://caminoreal.cba.gov.ar/>



Camino Real

El recorrido de este itinerario nos permite introducirnos en el corazón de esta Córdoba profunda, tomar contacto con sus tradiciones, gastronomía y costumbres típica, conocer su patrimonio y deleitarnos con el paisaje cambiante y la atmósfera especial del norte cordobés.

Cordoba Norteña

Recorrer “Córdoba Norteña” constituye una oportunidad única de conocer sus ciudades y pueblos; su historia e identidad cultural. Es una de las regiones más fascinantes y paradójicamente, menos exploradas del territorio provincial.

Allí podemos recorrer los rojos senderos de la Reserva Cultural y Natural del Cerro Colorado, descubrir cómo en sus laderas, entre la frondosa vegetación, nacen las imágenes que fueron plasmadas hace más de mil años por los pobladores originales de esas tierras.

Caminar por las empedradas calles de Villa de Tulumba, descubrir los antiguos pueblos y templos que se alzan en el trazado del Camino Real al Alto Perú, llegar al paradero de prestigiosos artistas que eligieron esta región como su lugar (Athualpa Yupanqui, Leopoldo Lugones, Fernando Fader, Pablo Neruda, Rafael Alberti), son sólo algunos de los nombres que recorren el paisaje de la zona.

Córdoba Norteña guarda las historias de los tiempos fundacionales del país: pugnas políticas, guerras civiles, la fatídica emboscada que terminó con la vida de Facundo Quiroga, el “Tigre de los Llanos”, la muerte de Pacho Ramírez y hasta las huellas de Ernesto Che Guevara en el sanatorio puente de San Francisco del Chañar. Tierra de leyendas y misterios, de largas procesiones que atraviesan el corazón de cada pueblo cuando se vuelcan a las calles a expresar su fe. Cada año, los diferentes pueblos de Córdoba Norteña organizan sus festivales para consagrar la tradición y la música del lugar.

Córdoba Norteña es una experiencia única para introducirse en un mundo de tradiciones y mitos, gastronomía, música y costumbres, a un ritmo pausado y en el marco del encuentro con una

población que hace honor a esa historia y con paisajes cambiantes que atraparán los sentidos de las y los visitantes.



Fiestas Nacionales Y Festivales Populares

Córdoba posee una larga tradición y una gran variedad de festivales y fiestas populares a lo largo de todo su territorio y durante todo el año. Nuestras fiestas muestran la identidad de cada pueblo, enriquecen el patrimonio cultural y ya se han convertido en uno de los atractivos de la oferta turística cordobesa.

La existencia de variados rasgos culturales, desde las tradiciones heredadas de la colonia, pasando por la cultura gauchesca y los aportes de las culturas inmigrantes, hasta los más modernos rasgos de las culturas urbanas, junto con las vestimentas, las artesanías, las danzas y las comidas típicas están plasmadas dentro de una fiesta, y hacen a la identidad dinámica de un pueblo.

Los diversos paisajes de la provincia, sierras, valles, ríos, lagos y llanuras constituyen el marco excepcional que se combina con las características propias de cada localidad en donde se realizan estos eventos. En ellos se asocian costumbres tradicionales, música, gastronomía y producciones regionales para dar vida a estos días de fiesta que ya son parte del calendario turístico nacional.

En la siguiente tabla podemos buscar información sobre algunas de las fiestas más populares que se realizan en la Provincia de Córdoba.

Mes	Festival	Página web	QR
Enero	Festival Nacional de Doma y Folklore - Jesús María	http://www.festival.org.ar/	
	Festival Nacional de Folklore - Cosquín	http://aquicosquin.org/	
	Festival Nacional del Malambo - Laborde	www.festivaldelmalambo.com	
Febrero	Festival de Peñas – Villa María	festivalvillamaria.com	
	Encuentro Anual de Colectividades – Alta Gracia	http://culturaviva.gob.ar/	
	Cosquín Rock – Santa María de Punilla	http://cosquinrock.net/	
	Fiesta Nacional del Olivo – Cruz del Eje	http://www.cruzdelejewe.com.ar/	

Marzo - Abril	Fiesta Nacional de la Masa Vienesá – Villa General Belgrano	http://vgb.gov.ar/	
Julio	Festival Nacional del Tango – La Falda	http://www.turismolafalda.gov.ar/	
Octubre	Fiesta Nacional de la Cerveza – Villa General Belgrano	http://vgb.gov.ar/	

Turismo Cultural:



Como ya estudiamos anteriormente, en Córdoba se encuentra uno de los pocos sitios de patrimonio mundial del país: se trata de la Manzana y las Estancias Jesuíticas, inscripto por UNESCO en el año 2000. El “Camino de las Estancias Jesuíticas” reúne los testimonios de la presencia y la acción

de la compañía de Jesús a lo largo de los siglos XVII y XVIII, cuyos efectos continúan en el presente. Una serie de conjuntos monumentales en la ciudad de Córdoba y en el interior de la provincia permiten el desarrollo de actividades de turismo patrimonial y el conocimiento de variadas experiencias de cultura regional a lo largo de cuatro siglos de historia.

A eso se le suman muchas ofertas de turismo cultural, para sumar a las ya mencionadas en Córdoba Norteña y los distintos Festivales. La provincia cuenta con uno de los sitios arqueológicos prehispánicos más destacados de Argentina: el Cerro Colorado, con notables testimonios pictográficos de los habitantes originarios de la región.

Además, tanto la ciudad de Córdoba como localidades del interior provincial ofrecen la excelencia de sus museos junto con la experiencia de sus ofertas académicas, de espectáculos teatrales y musicales, de ferias y congresos. Se trata de la vitalidad de una cultura que asocia continuidades históricas con las potencialidades del presente. A ello se agrega la diversidad de ofertas culturales temáticas, patrimonio local, festivales, tradiciones, gastronomía del interior de la provincia, que configuran una situación de alta diversidad para las prácticas y experiencias de los visitantes interesados en conocer patrimonio, arte, folklore, tradiciones y costumbres, peregrinaciones y devociones religiosas que marcan la identidad de Córdoba turística y cultural.

Turismo Idiomático y Académico

Córdoba posee una antigua tradición universitaria: nuestra universidad pública (Universidad Nacional de Córdoba) es la cuarta más antigua de Latinoamérica y la primera de Argentina, fundada en 1613. Además, en la ciudad de Córdoba funcionan la Universidad Tecnológica Nacional, una sede de la Universidad



Más info:

<http://www.unc.edu.ar/>



Nacional de Villa María, la Universidad Católica de Córdoba y otras universidades privadas. La oferta



académica de grado y postgrado es muy amplia, con numerosos programas de maestrías y doctorados. Esta importante actividad académica motiva la presencia de más de 100.000 estudiantes de diversas provincias y países limítrofes, lo que hace que la vida universitaria aquí sea muy divertida y variada.

Junto a las universidades se han consolidado una serie de centros de enseñanza de español para extranjeros, posicionando a

Córdoba como destino de aprendizaje vinculado con una estadía placentera. La ciudad de Córdoba es grande, pero no presenta los problemas y conflictos de las mega ciudades, por lo que permite una mejor interrelación con su cultura y mayor facilidad de aprendizaje del idioma.

Es importante tener en cuenta que existe el **Programa Estudiante Protegido**, un programa de defensa de los derechos de consumidor de estudiantes extranjeros/as en Córdoba mediante el cual las y los estudiantes extranjeros/as que han sido víctimas de alguna compra, servicio o artículo defectuoso tienen la posibilidad de formular las respectivas denuncias en los institutos donde estudian, y no deben concurrir personalmente a hacerla en una ciudad y país extranjero.

Turismo Rural

La Provincia de Córdoba es un lugar ideal para disfrutar de un placentero descanso en contacto con la naturaleza, la historia y la cultura. La riqueza de los paisajes cordobeses y la variedad de su geografía proponen ofertas turísticas para todos los gustos.

Una de las opciones más elegidas invita a visitar establecimientos rurales, que abren sus puertas con una propuesta plena de tradición, naturaleza y confort. En tierras que formaron parte de la historia de nuestro país se levantan antiguas casonas, que han sido elegantemente recicladas, de exclusivo confort, donde las y los turistas pueden experimentar la auténtica vida de campo. Las estancias rurales en Córdoba se posicionan como una nueva opción turística, alejada de los tradicionales hoteles. Se trata de establecimientos de alta gama, que se destacan por su atención personalizada, en medio de paisajes serranos o en la extensión inigualable de la zona pampeana.

Los establecimientos rurales son en Córdoba una excelente opción para visitar todo el año. Hablamos de establecimientos ideales para aquellos visitantes que quieran alejarse de las grandes ciudades, entrar en contacto con la vida rural, saborear recetas de la cocina criolla y respirar aire puro. Tomar clases de cocina y telar, participar en actividades del campo, practicar golf, realizar caminatas, cabalgatas, avistaje de aves, paseos en bicicleta o travesías en 4x4 por las laderas de las montañas, son algunas de las maneras de conocer las más profundas raíces que componen la identidad de Córdoba, en el marco de estos exclusivos espacios para el descanso y la recreación.

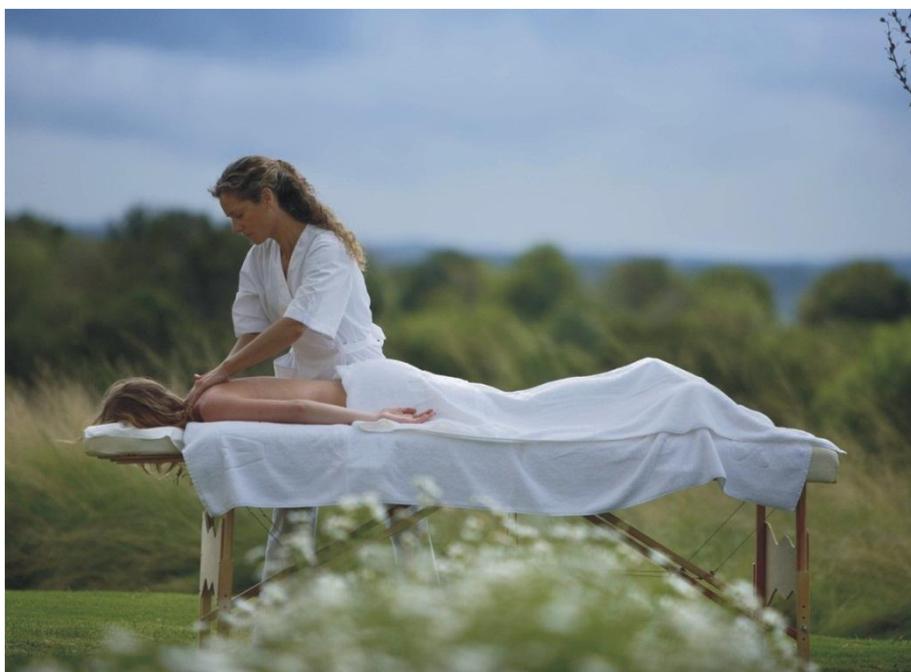


Turismo Salud

Córdoba es reconocida históricamente como una provincia saludable, tanto por el conjunto de condiciones climáticas y naturales benéficas para la salud, como por la excelencia de los servicios profesionales ligados a la medicina y a sus complementos alternativos.

El clima mediterráneo, el aire puro y la belleza paisajística de las sierras, estimulan a los turistas a disfrutar las múltiples modalidades del turismo salud, compatibles con las características y condiciones de la oferta de recursos de la provincia y con las preferencias y motivaciones de aquellos que buscan recuperar el equilibrio y volver a sentirse bien

La riqueza de los recursos naturales que posee, entre los que se destacan sus variedades de aguas: minerales, de vertientes, salinas y termales, permiten potenciar los tratamientos, al incorporarlas dentro de prácticas de balneoterapia, hidroterapia y crenoterapia. Los fangos, las arcillas y las hierbas autóctonas son utilizadas en estética para máscaras regeneradoras y también para el tratamientos de afecciones de piel, articulaciones, musculares y respiratorias.



Córdoba dispone de una importante variedad de Centros de Turismo Salud a lo largo de toda la provincia, que van desde los urbanos (dedicados a la estética, el embellecimiento y el relax), hasta los complejos hoteleros con programas, tratamientos y terapias de control de estrés, gestión de peso, obesidad, revitalización, rejuvenecimiento, acondicionamiento físico, pasando por los distintos hoteles con spa dedicados al

bienestar físico, psíquico y espiritual de los sus huéspedes.

El objetivo es alcanzar un mejoramiento integral de la salud y el bienestar asociado a un estado de armonía de cuerpo, mente y espíritu; permitiendo la incorporación de hábitos para vivir plenamente en comunidad y en contacto con la naturaleza.

Turismo Urbano

La ciudad de Córdoba, localizada en el centro geográfico de la República Argentina, es un destino ideal para visitar durante todo el año, por su ubicación estratégica, su excelente conectividad terrestre y aérea y su excelente oferta de infraestructura y servicios para el turismo. Ya hemos hablado bastante de esta ciudad, pero volveremos sobre sus características centrales.

Fundada en 1573, la ciudad conserva en su corazón el Centro Histórico que la destaca en el contexto nacional e internacional. Su patrimonio histórico de iglesias, conventos, museos, teatros y monumentos, restaurado y puesto en valor en todo su esplendor, constituyen los atractivos de la visita de turistas del país y del mundo entero.

Se destaca particularmente la Manzana Jesuítica, declarada Patrimonio Mundial por UNESCO en el año 2000. Dentro del área central es posible visitar la tradicional Plaza San Martín, la monumental Iglesia Catedral y el histórico Cabildo, el Convento y Museo de las Teresas, la Casa Museo del Marqués de Sobre Monte y el centenario Teatro del Libertador. Junto a esta Córdoba colonial se desarrolló la Córdoba moderna y activa, con sus áreas peatonales y la nueva rambla de la Avenida Hipólito Yrigoyen, que vincula el centro histórico con espacios culturales y comerciales. Allí podrá recorrer centros comerciales, el Paseo del Buen Pastor con su fuente de aguas danzantes, y diversos museos entre los cuales podemos destacar el Museo de Bellas Artes en el Palacio Ferreyra, el Museo Emilio Caraffa, el Museo de Antropología de la Universidad y el Museo Provincial de Ciencias Naturales. Todo ello acompañado de una destacada oferta de restaurantes y bares temáticos.

En su proximidad, el tradicional Paseo de las Artes es un espacio consagrado a la artesanía, junto a los negocios de anticuarios y una divertida y variada propuesta de recreación y reunión de la bohemia cordobesa.

Nuestra ciudad tiene una fuerte característica universitaria desde el siglo XVII, como ya hemos visto, y de compras. La vida nocturna es muy dinámica, con variadas ofertas teatrales, gastronómicas y de recreación para todas las edades. Esta creciente actividad cultural y recreativa no solo ocurre en el área central sino que se ha desparramado hacia barrios tradicionales de la ciudad, como el Cerro de las Rosas, General Paz y Alta Córdoba, generando polos de alto grado de atraktividad para los visitantes.

Esta calificada oferta cultural y de servicios se combina con una ciudad moderna y dinámica, que cuenta con más de 10.000 plazas hoteleras, desde alojamientos de 5 estrellas hasta hostels, incluyendo hoteles boutique de excelente calidad.

El destino Córdoba es una excelente puerta para conocer la cultura y la identidad de la región pero, además, es una puerta estratégica para acceder a las áreas serranas y sus ofertas de recreación y contacto con la naturaleza.

Córdoba gourmet

-Caminos del Vino

El vino es motivo de nuevas experiencias turísticas. En reuniones de amigos, acompañando la mesa familiar, en momentos de gran intensidad emocional, siempre está presente en nuestra vida cotidiana y en nuestros tiempos de recreación y descanso.

El vino tiene una larga historia en Córdoba, desde comienzos del siglo XVII cuando los jesuitas plantaron las primeras cepas de vid en las Estancia de Jesús María y Caroya y comenzaron con la producción de vino en Jesús María. El primer vino elaborado en actual territorio argentino, el Lagrimilla, fue degustado por el Rey Felipe V de España. Esta tradición se vio enriquecida con los aportes de la inmigración friulana en colonia Caroya, a partir de fines del siglo XIX y con la posterior incorporación de tecnologías de última generación, que han permitido a las bodegas cordobesas alcanzar significativos avances en la calidad de sus vinos. Se producen vinos de uvas tintas y blancas, algunos de cepas de altura, de excelente calidad, que han sido distinguidos con premios internacionales.

Reforzando la importancia de la vitivinicultura en Córdoba, el calendario anual de fiestas y festivales incluye varias vinculadas con este producto, como la Fiesta Nacional de la Sagra de la uva y Fiesta Provincial de la Vendimia (Colonia Caroya en marzo), la Fiesta de las Comidas Típicas Caroyenses (Colonia Caroya en julio), la Fiesta Nacional del Salame Casero (Oncativo en agosto) y la Fiesta Nacional de la Frutihorticultura (Colonia Caroya en noviembre), donde es posible participar de la alegría de una comunidad que deposita amor en sus productos.



Los Caminos del Vino en Córdoba presentan una característica particular por su ubicación, dado que, gracias a su proximidad, permiten conocer simultáneamente bodegas, productores y productoras artesanales y viñedos junto con las Estancias Jesuíticas, el antiguo Camino Real y rutas alimentarias (en el área Norte), lagos, sierras, microclimas y artesanías (en Calamuchita, Traslasierras y Noroeste).

-Sabores de Córdoba

Córdoba es un paraíso de opciones para disfrutar y descubrir, a través del paladar, la identidad cultural de su pueblo. Nuestra provincia abre sus puertas a las y los turistas para que descubran su

potencial y patrimonio gastronómico, para que saboreen los productos de estas tierras, para que conozcan los ciclos productivos y valoren las tradiciones locales y el amor depositado en la elaboración de cada alimento.

Los turistas que visitan Córdoba podrán disfrutar de las especialidades gastronómicas que distinguen a nuestra provincia. Degustar platos típicos y productos locales en restaurantes, así como también adquirir esos productos e ingredientes en comercios especializados en este tipo de ventas es una alternativa muy especial para conocer la Córdoba auténtica.

Para organizar sus rutas gastronómicas, Córdoba ha partido de la base de considerar a los alimentos regionales como parte importante de su patrimonio cultural, ya que el consumo de alimentos es siempre un hecho cultural y cuando éste se produce durante periodos de vacaciones, se transforma en un componente nostálgico que muchas veces perdura en nuestros recuerdos para siempre. Por lo tanto, la combinación del turismo con la gastronomía, ofrece la oportunidad de adherir mayor valor a los productos y producciones regionales.

La provincia de Córdoba es atravesada por sus sabores y aromas a todo nivel. Numerosas fiestas y festivales basan sus celebraciones en productos alimenticios y conciben a la cocina como esencia de las manifestaciones culturales.

Entre las diferentes experiencias relacionadas a la gastronomía, Córdoba ofrece a sus turistas la posibilidad de:

- Disfrutar de la variada oferta gastronómica en un entorno paisajístico inigualable, que puede estar dominado por la naturaleza (sierras, valles y ríos) o por el cautivante contexto urbano.
- Tomar clases de cocina y formación especializada.
- Visitar productores y productoras locales (bodegas, fábricas de cerveza, chacinados, elaboradores de queso, de aceites, chocolates, entre muchos otros).
- Comprar libros de cocina con recetas locales.
- Participar de torneos y concursos gastronómicos.
- Degustar y comprar alimentos y bebidas.
- Participar de festivales y fiestas populares.
- Visitar poblados con encanto gastronómico y natural.
- Participar en muestras, museos, ferias y mercados de productos agroalimentarios locales.

Para conocer distintas opciones en restaurantes, bares y lugares para disfrutar la gastronomía en la Provincia de Córdoba sugerimos visitar el siguiente portal:



<http://www.circuitogastronomico.net/>



Además de los mencionados circuitos y ejes temáticos, no debemos olvidar que Córdoba es sede de visitantes que realizan turismo con diferentes objetivos. Entre los distintos tipos podemos mencionar:



<http://cordoba.guiaoleo.com.ar/>

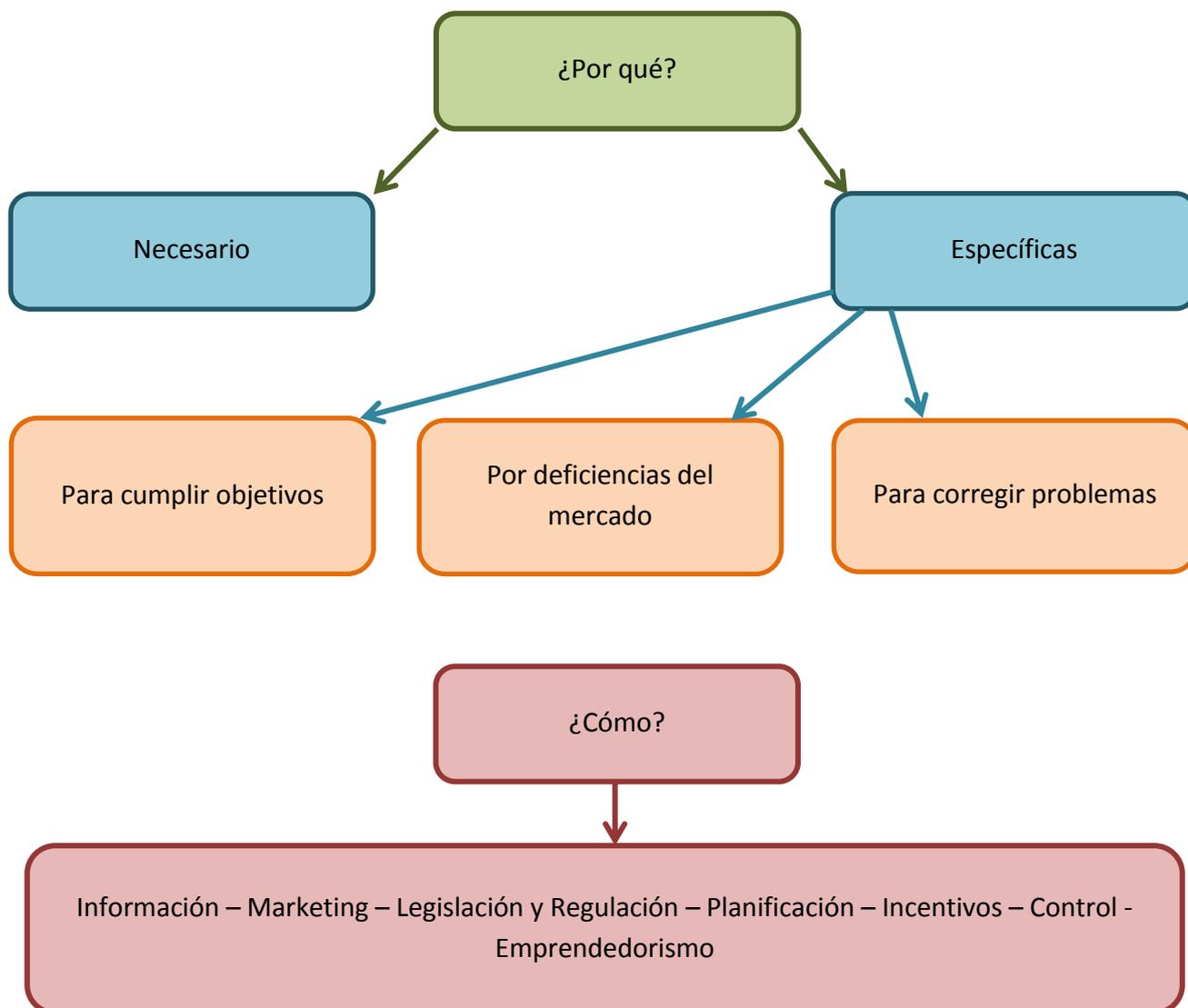


- ✓ Turismo de reuniones (que ya mencionamos).
- ✓ Turismo de vacaciones o descanso: También llamado de sol y playa. Es el más convencional, pasivo y estacional, vinculado a los recesos laborales y escolares.
- ✓ Turismo científico: Es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.
- ✓ Turismo estudiantil: Este segmento de mercado es uno de los más importantes y de mayor crecimiento dentro del desarrollo del turismo interno en Argentina. Ya mencionamos su fasceta internacional y la importancia que tiene en nuestra provincia. Estos viajes pueden tener por objeto únicamente disfrutar de entornos naturales, o su programación puede responder a intereses intelectuales y de conocimiento.
- ✓ Turismo familiar y de amigos: Se trata, generalmente, de desplazamientos que se realizan a la residencia de familiares o amigos, tanto para disfrutar de entornos naturales como culturales.

Capítulo 8: El rol del estado en el mercado del turismo.

Estuvimos viendo que el Estado es uno de los actores centrales en el sistema turístico, y que opera a través de distintas entidades municipales, provinciales, nacionales e internacionales. Pero ¿por qué y cómo interviene en el sector?

Para responder a estas preguntas presentamos algunos cuadros:





Los Objetivos Políticos más usuales:

- Incremento de divisas extranjeras.
- Mejoramiento de la calidad del producto.
- Reducir la estacionalidad.
- Incrementar el número de turistas sean nacionales o extranjeros.
- Redistribuir el turismo.
- Incrementar el tamaño de la industria.
- Crear empleo.
- Proveer asesoramiento.
- Apoyar iniciativas participativas.
- Mejorar la capacitación y el profesionalismo.

(Akehurst 1993)

Marketing de destinos

¿Qué es un destino?

Es una entidad física y también intangible, donde se combinan los productos, servicios y en último término, las “experiencias” previstas en un área en particular.



Marketing:

Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento de las ventas.

¿De quién es responsabilidad promover un destino?

Es mayormente responsabilidad del Estado. Sin embargo, en un mundo tan competitivo como el actual, los objetivos deben estar consensuados entre todos los “actores”, públicos y privados, incluyendo el ámbito educativo.



Existe un Proverbio Chino que dice....

Si usted hace planes para un año, plante arroz

Si usted hace planes para dentro de diez años, plante árboles

Si usted hace planes para el futuro, eduque y enseñe...



¿Cuáles son los factores claves de un destino turístico?

- ✓ El “magnetismo”, la accesibilidad y disponibilidad de atracciones.
- ✓ Los “lazos culturales” con mercados importantes.
- ✓ La proximidad, la accesibilidad y la conectividad con mercados importantes.
- ✓ La infraestructura y los servicios apropiados.
- ✓ Asegurar “calidad” y “valor” de acuerdo a la oferta monetaria.
- ✓ Un contexto seguro y estable.
- ✓ Una imagen positiva y distintiva.
- ✓ Políticas pro-turismo.

¿Qué significa ser un destino competitivo?

Un destino competitivo consigue:

- ✓ Beneficios generales para el destino, incluyendo a todos los actores.
- ✓ Una participación sinérgica de todos los protagonistas locales.
- ✓ Sustentabilidad de distinto tipo.
- ✓ Maximizar los resultados, incrementando los efectos positivos y minimizando los negativos.



Debemos tener en cuenta distintos tipos de sustentabilidad:

- ✓ del Paisaje y Recursos Naturales
- ✓ del Patrimonio Cultural
- ✓ Social
- ✓ Económica
- ✓ del Contexto

El turista “vive” temporalmente en el **contexto** de vida **de una comunidad**, donde hay residentes locales y por lo tanto se producirán “relaciones”.

¿Cuáles serían los objetivos del marketing?

- ✓ Agregar valor a la prosperidad a largo plazo y el desarrollo de comunidades locales.
- ✓ Asegurar una “experiencia” satisfactoria para las y los visitantes, excediendo sus expectativas.
- ✓ Optimizar los objetivos de rentabilidad del sector turístico
- ✓ Optimizar el impacto económico, social y ambiental, balanceando los diferentes intereses.



Herramientas para conseguir estos objetivos:

- ✓ **Los y las turistas se relacionan en destino con la cadena de valor completa:** atracciones, infraestructura, servicios y facilidades.
- ✓ **Una oferta innovadora, flexible y orientada al mercado,** ayudará a la atracción de la demanda.
- ✓ **Adaptación continua** a un ambiente, dinámico, cambiante y competitivo.
- ✓ **Alianzas estratégicas** entre los sectores públicos y privados.
- ✓ **Capitalizar los adelantos y nuevas tecnologías.**
- ✓ **Mantener y dar continuidad** a un plan o estrategia.
- ✓ **Poseer imagen de marca.**

Tendencias actuales

A continuación, repasaremos algunas cuestiones para tener en cuenta a la hora de generar proyectos o mejorar los servicios teniendo en mente las nuevas tendencias del mercado:

-Un contexto turístico cambiante: Los “cambios” implican “oportunidades”

-La importancia de una visión compartida y fuerte

-Responder a las necesidades del turista futuro:

- ✓ Las actitudes de los y las turistas son influenciadas por la educación y la experiencia. Cada vez es más difícil poder determinar sus gustos y preferencias a futuro.
- ✓ Las y los turistas se están volviendo cada vez más sofisticados y expertos y demandan estándares más altos: requieren autenticidad y más descubrimiento y consultan mucho la opinión de otros viajeros y viajeras.
- ✓ Son más activos/as (tanto física como mentalmente) y requieren un mayor grado de actividades orientadas a la “experiencia” para vivirla.
- ✓ Prefieren ambientes menos poblados y un uso eficiente de su tiempo mientras viajan.
- ✓ Buscan destinos y actividades innovadoras y la facilidad de “customizar” paquetes y experiencias según sus necesidades.
- ✓ Quieren verse “envueltos” en el ambiente en el cual disfrutan de sus vacaciones e interactuar con las comunidades y su cultura. Turismo Creativo.
- ✓ Buscan vacaciones con bajo impacto en el contexto físico y cultural.
- ✓ Cada vez más, buscan por más calidad y valor y estructuras de costos cada vez más transparentes (para poder realizar comparaciones), para poder armar ellos solos sus propias vacaciones.
- ✓ Ambientes seguros.

-El movimiento de marketing masivo a segmentación:

- ✓ “Nichos de mercado” especialmente para mercados internacionales: cada vez mas expertos que demandan productos cada vez más especializados.
- ✓ Segmentos que hasta hace poco eran menores hoy día tienen cada vez más adeptos y se transforman en segmentos altamente lucrativos.
- ✓ El avance en la tecnología de la información y el transporte remueve barreras para viajes internacionales.
- ✓ Los paquetes turísticos dejan lugar a los viajeros independientes.



Nichos de Mercado: es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

-Packaging, tematización y diversificación de los productos turísticos, la oferta y las experiencias:

- ✓ Los destinos están redefiniendo su oferta y focalizándose en mercados con intereses especiales, temas, rutas temáticas y eventos, basado en:
 - el entendimiento de las necesidades del mercado.
 - las fortalezas del destino.
 - las necesidades de la comunidad.
 - el interés del sector público y privado .
- ✓ Las y los turistas no son muy conscientes de los límites geográficos.
- ✓ Moverse de un acercamiento basado en el producto a uno basado en la demanda.
- ✓ Incorporar a la oferta otros destinos regionales.
- ✓ Focalizarse en la autenticidad y particularidad del destino y las experiencias.
- ✓ Capitalizar los grandes eventos, conferencias y festivales.



Packaging: es un término de la lengua inglesa que la Real Academia Española (RAE) no incluye en su diccionario. El concepto, de todos modos, se usa con mucha frecuencia para referirse al empaque, envase o embalaje de algo.

-Comprender y responder a un ambiente competitivo

-Emplear nueva tecnología:

“para manejar el turismo con éxito, deberemos manejar nuestro futuro, y para ello debemos manejar tecnología, información y conocimiento”

-Imagen y marca del destino y una posición competitiva

- ✓ La creación y administración de una imagen y marca es de radical importancia en el momento de seleccionar un destino.
- ✓ La imagen y la marca deben estar presentes en todas las estrategias y acciones promocionales.
- ✓ Alianzas estrategias con actores (sector público, etc.) que estén interesados en aportar al “paraguas” de la marca.



Paraguas de la marca: Una decisión a tener en cuenta a la hora de lanzar un producto al mercado es la de poner o no poner una marca asociada al producto. La ley lo único a lo que obliga a las empresas es a identificar el producto. No asociar el producto a una marca tiene sus ventajas: supone menores costes para la empresa, flexibilidad en la calidad ofrecida puesto que no hay vinculación y se puede competir en precios. Pero también tiene sus inconvenientes: el producto al ser anónimo no genera una vinculación con el consumidor y la empresa tendrá un escaso poder negociador con los distribuidores.



A trabajar...

Actividad 24.

En grupo de no más de 4 personas realizaremos un juego de roles. Elegimos una localidad que conozcamos en profundidad. Uno de los participantes jugará el rol del informante turístico, dos serán los turistas que visitan el lugar y el resto serán los y las dueños/as del establecimiento, encargado/as del atractivo, etc.

Deberemos desarrollar consultas relacionadas a la actividad, involucrando todos los puntos arriba detallados, ubicar la localidad en el mapa de Córdoba, atractivo turístico, recurso natural o cultural, ruta turística, producto turístico, características del informante y del turista, etc.



¡Una ayudita! Si no tenemos posibilidad de realizar esta tarea en grupo, escribimos un diálogo imaginario entre estos cuatro personajes. Podemos consultar el Módulo 1- Interpretación y producción de texto, para estructurarlo correctamente.

Actividad 25.

En caso de un comentario o queja de la experiencia de la actividad anterior, ¿dónde debería realizarlo? Desarrollemos y comentemos la experiencia.

.....

.....

.....



Queja: Comunicación por parte del visitante de su insatisfacción por el servicio o producto adquirido. Es la fuente de información acerca de las expectativas insatisfechas del visitante.

Trabajo práctico integrador

1

Identifiquemos todos los productos turísticos que podemos reconocer en nuestra zona, y que ya se encuentran desarrollados.

Detallemos cuáles son y dónde se encuentran.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2

Ahora pensemos en otros productos turísticos que no están desarrollados pero podrían serlo. Tengamos en cuenta sitios naturales, productos regionales, hitos de la historia, personajes históricos, etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bibliografía

Textos:

- Roberto Boullón. Planificación de Espacio Turístico. Editorial Trillas. México. 1997. Pag. 32.
- Kotler Philip, “Dirección de Marketing”, Ed. Prentice Hall, México, 2001.
- Publicación de la Agencia Córdoba Turismo, del Gobierno de la Provincia de Córdoba.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

Fotos:

- Atlas político de la República Argentina. La Voz del Interior. 2006.
- Guías turísticas. La Voz del Interior. 2005.
- Caminos turísticos de Córdoba. La Voz del Interior. 2006.
- Publicación de la Agencia Córdoba Turismo, del Gobierno de la Provincia de Córdoba.
- Programa Ejecutivo de Gobierno y Turismo - UCA – Universidad Católica de Buenos Aires- Buenos Aires –
- Post Grado: Políticas y Estrategias en Turismo Universidad: Luiggi Bocconi – Milán - Italia -
- www.cordobaturismo.gov.ar
- www.google.com/imagenes
- www.world-tourism.org

Sitios consultados:

- https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=21&id_tema_3=99
- <http://www.cba.gov.ar/provincia/aspectos-generales/>
- <http://boletinoficial.cba.gov.ar>
- www.cordoba.gov.ar
- <https://turismo57.wordpress.com/2010/06/19/sistema-turistico/>
- http://archivo.lavoz.com.ar/Nota.asp?nota_id=17426&high=Morada%20almas
- http://archivo.lavoz.com.ar/Nota.asp?nota_id=21542&high=tendencia%20verano

**EDUCACIÓN
A
DISTANCIA**