

APORTES y Transferencias



II Congreso Latinoamericano Montevideo 2010

Investigación Turística

Reflexiones y Contribuciones

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

TIEMPO LIBRE Turismo y Recreación

Año 14

Volumen 1

2010

Mar del Plata

**APORTES METODOLÓGICOS
PARA LA CONFIGURACIÓN DE ESPACIO TURÍSTICO
A TRAVÉS DE LA DIMENSIÓN ESPACIO-TEMPORAL**

Dra. Patricia Ercolani, Universidad Nacional del Sur (Argentina),
ercolani@uns.edu.ar

Mg. Graciela Beatriz Benseny, Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina)
benseny@mdp.edu.ar

Resumen

Los sitios, lugares y territorios forman parte de un espacio de relaciones, cuyo centro está representado por el núcleo de la comunidad y sus radios por los lugares y los territorios, con una localización específica que forma parte de la representación mental compartida por una comunidad social. Se analiza el método a implementar en la configuración del espacio de relaciones, tomando como base la dimensión espacio-temporal aplicada a la disciplina turística. Desde la teoría se consideran los aportes de la Geografía del Tiempo y los conceptos que surgen de la planificación turística; y desde la práctica se brindan las nociones básicas posibles de aplicar en la configuración del espacio turístico. El estudio integra la investigación Turismo y Desarrollo que se realiza conjuntamente con docentes de la Universidad Nacional del Sur y la Universidad Nacional de Mar del Plata. Se aspira producir un documento que evidencie la importancia que reviste la configuración del espacio turístico para el diseño y programación de circuitos, organización territorial y planificación turística, convirtiéndose en una herramienta de utilidad para el planificador y gestor turístico.

Palabras clave: Espacio turístico - Dimensión espacio-temporal - Geografía del Tiempo - Planificación turística.

**METHODOLOGICAL CONTRIBUTIONS TO THE TOURIST
AREA CONFIGURATION THROUGH SPACE-TIME DIMENSION**

Abstract

The sites, places and territories are part of an area of relationships, whose center is represented by the core of the community and its radios in the places and territories, with a specific location that is part of the mental representation shared by a social community . We analyze the method implemented in the configuration space of relations, based on space-time dimension discipline applied to tourism. From the theory we consider the contributions of the Geography of Time and the emerging concepts of tourism planning, and from the practice provide the basics that can be applied to the configuration of space tourism. The study is part of Tourism Research and Development to be held in conjunction with teachers from the Universidad Nacional del Sur and Universidad Nacional de Mar del Plata. The aim is to produce a document that evidences the importance of tourism space configuration for circuit design and programming, territorial organization and tourism planning, becoming a useful tool for tourism planners and managers.

Keywords: Space Tourism - Space-time dimension - Geography of Time - Tourism planning.

APORTES METODOLÓGICOS PARA LA CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO A TRAVÉS DE LA DIMENSIÓN ESPACIO-TEMPORAL

Introducción

A través de la historia de la humanidad, el planeta Tierra ha sido y es objeto de estudio de distintas ciencias y disciplinas; desde la Geografía se intenta el conocimiento del mundo a partir de las prácticas sociales de carácter espacial, que forman parte de la propia sociedad humana. Durante muchos siglos, los griegos clásicos postularon una rica tradición cultural, combinando saberes espaciales, esfuerzos intelectuales, exploraciones y descubrimientos, curiosidad, necesidades prácticas, ideas y creencias, prejuicios de diferente orden, que conforman la esencia cultural de la geografía moderna. Diferentes enfoques, diversas concepciones del espacio, distintos objetos de estudio de la geografía forman parte de las tensiones intelectuales que debió afrontar el devenir del pensamiento geográfico en su constante preocupación por el espacio y la sociedad.

El discurso geográfico se construye a partir de distintas ramas o campos de la geografía moderna, sus antecedentes, variaciones, tiempo, contradicciones y discontinuidades. Como en todo proceso de formación de conocimiento se trata de descubrir a partir de enunciados consolidados, las variaciones semánticas y los cambios de contenido en los argumentaciones de la retórica geográfica. Tanto la Geografía Física como la Geografía Humana y Regional, con sus múltiples campos y subdisciplinas, constituyen las prácticas concretas de la Geografía.

Para algunos pensadores, la Geografía comprende todo el conocimiento relacionado con la superficie terrestre y el saber geográfico se inicia con la propia naturaleza humana. De esta manera, es posible afirmar que los viajes, las exploraciones, las investigaciones etnográficas, las prácticas cartográficas y la descripción de los lugares, conforman el origen del saber geográfico. En la medida que el hombre incursiona en su capacidad cognitiva, el pensamiento geográfico evoluciona en el tiempo y adopta diferentes posturas, desde la simple localización y descripción de lugares se orienta hacia la reflexión, utilizando como método de análisis la propia práctica espacial del ser humano.

En este contexto, la preocupación del geógrafo moderno se centra en la optimización de espacio, es decir encontrar la mejor localización para las intervenciones antrópicas y realizar el mejor uso de las áreas (Haggett, 1984). La oportunidad de realizar obras de infraestructura, la creación y ordenación de espacios productivos, la definición de normas urbanísticas, la delimitación y separación de territorios ejerciendo el dominio sobre los mismos, son actividades espaciales que forman parte de la naturaleza social del hombre. Cada sociedad construye una cultura del espacio, que se manifiesta en la forma de orientar, localizar y ordenar territorios, describir y establecer relaciones entre los elementos que constituyen un territorio; y al mismo tiempo, generar un saber sobre el espacio que surge del proceso de transformación de la naturaleza inherente a la propia reproducción social (Ortega Valcárcel, 2000).

El conocimiento práctico del entorno incluye la comprensión de las características físicas y su diferenciación en lugares identificados como localidades. Es un conocimiento representativo, por el cual la sociedad humana proyecta y modela el espacio de acuerdo a sus representaciones sociales, que manifiestan la estructura del territorio surgida de la propia práctica humana, donde el lenguaje y la representación mental le brindan consistencia. De esta manera, se transforma en una práctica

territorial, dado que cada comunidad tiene una relación de dominio sobre el entorno, diferenciando una parte como propia y estableciendo límites que las separan de territorios ajenos.

Bajo esta perspectiva de análisis, los sitios, lugares y territorios forman parte de un espacio de relaciones, cuyo centro está representado por el núcleo de la comunidad y sus radios por los lugares y los territorios, con una localización específica que forma parte de la representación mental compartida por una comunidad social. En este contexto, se analiza el método a seguir en la construcción del espacio de relaciones, tomando como base la dimensión espacio-temporal y aplicado concretamente a la disciplina turística. Desde la teoría se consideran los aportes que realiza el pensamiento geográfico a través de la Geografía del Tiempo y los conceptos que surgen de la planificación turística; y desde la práctica se brindan las nociones básicas posibles de aplicar en la definición y configuración del espacio turístico en base al diseño y programación de circuitos. El presente estudio integra la investigación Turismo y Desarrollo que se realiza conjuntamente con docentes e investigadoras de la Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca) y la Universidad Nacional de Mar del Plata, ambas en Argentina. Se aspira producir un documento que evidencie la importancia que reviste la dimensión espacio-temporal en la configuración del espacio turístico para el diseño y programación de circuitos, organización territorial y planificación turística, convirtiéndose en una herramienta de gran utilidad para el planificador y gestor turístico.

APORTES DE LA GEOGRAFÍA EN LA DEFINICIÓN DE LA DIMENSIÓN ESPACIO-TEMPORAL

Desde la perspectiva geográfica existe una línea de investigación que se encarga de analizar el comportamiento de una persona durante su tiempo libre cotidiano. A través de la Geografía del Tiempo, desarrollada por Torsten Hagerstrand (1) y sus discípulos de la Universidad de Lund (Suecia) y aplicando una visión integradora que toma como base los contenidos de la Geografía Humana y la Geografía Regional, surge el modelo espacio-temporal. En este modelo se estudia la actividad diaria de un individuo concreto y se consideran tanto las características personales como el contexto organizativo, social y económico.

La Geografía del Tiempo propone un enfoque contextual para el análisis de las actividades individuales, mediante el entorno definido en términos espacio-temporales donde intervienen una serie de elementos identificados como: los lugares funcionales, los medios de transporte, las personas, las normas, los horarios que restringen o permiten la práctica de la actividad y las distancias recorridas en cada desplazamiento realizado. El modelo de Hagerstrand identifica a la persona como la unidad básica de la investigación, estudia la actividad de un individuo, sus características personales y el contexto organizativo, social y económico, donde se concreta su realización. Bajo una perspectiva integradora permite reconocer las relaciones entre los componentes de una organización social (denominados lugares funcionales), su base física (conforma la dimensión espacial o recorrido a realizar) y la dinámica de esa relación (refiere a la dimensión temporal o tiempo destinadas para realizar actividades y traslados).

Los principios básicos de la estructura conceptual de la Geografía del Tiempo se basan en la indivisibilidad del ser humano, la continuidad en el espacio-tiempo de los eventos, la capacidad limitada de las personas para participar en más de una actividad en el mismo tiempo, la capacidad limitada del espacio para contener eventos, la duración limitada de las actividades, el tiempo necesario para trasladarse entre distintos puntos del espacio y la imposibilidad de retroceder en el tiempo. Si bien en su origen el modelo se basó en el análisis del uso del tiempo cotidiano, su concepción metodológica permite ser aplicada bajo una dimensión espacio-temporal que supere

las fronteras iniciales; en este sentido, las distancias recorridas por una persona en una ciudad se pueden analizar en un contexto espacial que trascienda los límites administrativos, tanto regionales, nacionales como internacionales (dimensión espacial) y alcance una duración mayor de un día (dimensión temporal).

Así como la dimensión espacial reconoce diferentes órdenes de magnitud geográfica (local, regional, nacional o internacional), desde la disciplina turística la dimensión temporal es posible clasificarla en función a su duración en, surgiendo el tiempo libre cotidiano o diario, el tiempo libre de fin de semana, en coincidencia con el descanso semanal, y el tiempo libre vacacional, cumplidos los compromisos laborales de todo año y en coincidencia con el derecho de descanso del trabajador. La duración del tiempo libre plantea los fundamentos que diferencian el concepto de excursionista y turista, según la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) las personas que realizan desplazamientos temporarios por un tiempo inferior a 24 hs. son denominados excursionistas, en tanto que, si superan las 24 hs. revisten la condición de turista. Por ende, el tiempo libre de fin de semana y el tiempo libre vacacional revisten mayor importancia para la actividad turística y definen la duración de la estadía o dimensión temporal del viaje.

Bajo este planteo, los postulados de la Geografía del Tiempo aportan las bases conceptuales para el diseño y programación de circuitos turísticos. Los lugares funcionales estarán representados por los destinos a enlazar en una ruta turística, teniendo en cuenta los centros de estadía, distribución y excursión, los medios de transporte a utilizar, los atractivos a visitar y el tiempo que demanda el traslado y la contemplación y/o duración de la actividad a realizar, en función de los horarios que permiten o restringen la práctica de la actividad. El turista se convierte en la unidad básica de la investigación y se estudia su actividad, características personales y el contexto organizativo, social y económico, el lugar donde se concreta el viaje, permitiendo conocer las relaciones entre los componentes de una organización social (lugar de origen y destino), la base física (dimensión espacial) y la dinámica de esa relación establecida por la duración del viaje, el tiempo de traslado, la estadía y el momento del año en que se realiza (dimensión temporal).

APORTES DEL TURISMO EN LA DEFINICIÓN DE LA DIMENSIÓN ESPACIO-TEMPORAL

En palabras de Jafari (2000), el turismo se define como el estudio del ser humano (el turista) cuando se encuentra lejos de su hábitat normal, de los equipamientos, las infraestructuras las redes de servicios que van a satisfacer sus diversas necesidades y de los mundos “ordinario” (que precede al turista) y “extraordinario” (al que viaja el turista), así como las relaciones dialécticas que se establecen entre ambos contextos. En concordancia con lo dispuesto por la O.M.T. (1999), el viaje supone un desplazamiento que depende del itinerario a recorrer (dimensión espacial), la estadía y momento del año en que se concreta (dimensión temporal).

Desde la mirada turística la dimensión espacio-temporal implica considerar dos aspectos diferenciados en el espacio y el tiempo. El espacio hace referencia a los aspectos físicos, en palabras de Haggett (1984) al lugar o localización particular sobre la superficie terrestre cargada con cierto valor, que por conocimiento o desconocimiento despierta interés en la persona para realizar un desplazamiento. El tiempo comprende tanto la duración como el momento del año en que se realiza el viaje.

En este contexto, es posible realizar un planteo relacional del tiempo y el espacio, y considerar un significado más abarcativo de las características de la dimensión espacio-temporal. Resulta

interesante aplicar el pensamiento de Boullón (1992) a la configuración del espacio turístico y analizar la dimensión espacio-temporal vinculando: el tiempo y el viaje, el tiempo y las prestaciones de servicios, el tiempo y la necesidad de tiempo de descanso o tiempo personal, el tiempo que requieren las prácticas deportivas o contemplativas y el tiempo de las prestaciones no incluidas en el programa. El planteo relacional del tiempo y el espacio se basa en las siguientes variables a contemplar en la definición de la dimensión espacio-temporal:

- a) El tiempo y el viaje. Se refiere al tiempo de desplazamiento o tiempo de traslado, es decir el tiempo que una persona necesita desde que sale del centro emisor y llega al centro receptor atravesando una ruta de tránsito y el tiempo que permanecerá en el destino, con una estadía superior a un pernocte, o bien, en un escala espacial con menor orden de magnitud geográfica será el tiempo de traslado hacia un atractivo puntual, en el caso de un programa recreativo. La duración del tiempo del desplazamiento depende de los rasgos geomorfológicos que presenta el territorio a recorrer, la presencia/ausencia de infraestructura, la distancia expresada en kilómetros y del tipo de transporte utilizado. El análisis de la distancia a recorrer implica considerar otras variables, como el estado de conservación de las vías de tránsito, el grado de seguridad/inseguridad del medio de transporte y las características geográficas del lugar, que determinarán las horas de traslado. Por lo general se estima oportuno, en superficies planas con rutas pavimentadas en buen estado de conservación, un traslado de 120 km. puede demandar un tiempo de viaje aproximado de 2 hs.; en cambio, en una zona montañosa, con rutas pavimentadas y/o caminos de ripio, superará holgadamente las 2 hs. de viaje. Otra variable que resulta oportuna incluir al definir la dimensión espacio-temporal referida al tiempo y el viaje, se basa en el análisis del confort del medio de transporte seleccionado; un mayor grado de confort permite incrementar el tiempo de viaje.
- b) El tiempo y las prestaciones de servicios. Se requiere analizar tanto la duración como el horario de cada prestación de servicios, tanto referidos al alojamiento, gastronomía y/o recreación y los tiempos que implique el traslado en cada caso. Para conciliar diferentes posturas en los servicios gastronómicos, en la programación del viaje, el operador turístico trata de mediar entre las costumbres de los habitantes del centro receptor (los tiempos de los residentes en su vida cotidiana) y turistas. Esta tarea es delicada y en algunos casos los operadores turísticos ofrecen los servicios bajo la modalidad opcional, dejando liberado al turista la selección de horarios y prestaciones de servicios en función a su propia preferencia o costumbre. La prestación más conflictiva se presenta con los servicios gastronómicos, que implica considerar tanto el tipo de menú como el horario en que se sirven los alimentos, sobre todo la cena; hay sociedades cuyas pautas culturales imponen el momento de la cena en la franja horaria comprendida entre las 18 y/ó 19 hs., en cambio en otras la cena se sirve a partir de las 20.30 hs. Lo mismo sucede con el desayuno y el tipo de los alimentos consumidos en cada práctica alimenticia.
- c) El tiempo personal o de descanso. Contempla la distribución del tiempo libre diario de un turista dentro de la programación del viaje. La duración de un itinerario, la secuencia de actividades y el tiempo de descanso, dependen del objetivo del programa del viaje, el área geográfica que abarca el tour, la jerarquía de los atractivos a visitar o el tipo de actividades a realizar, el tiempo de contemplación o el tiempo que demanda la práctica de la actividad y la duración del recorrido. La concentración de actividades perjudica al concepto de calidad del servicio, por lo tanto será necesario optar por una selección de actividades, alternando con la distribución del tiempo personal o de descanso y con el

tiempo ocupado. Esta situación aparecerá en el programa del viaje bajo la expresión “Día Libre”, “Mañana Libre” o “Tarde Libre”. La distribución espacial de las actividades para las instancias del tiempo de descanso surgirán del interés particular de cada turista.

- d) El tiempo para prácticas deportivas o contemplativas. Al planificar un programa turístico que incluya el desplazamiento originado por una motivación deportiva o contemplativa, resulta fundamental conocer el tiempo que demanda realizar la actividad. Al definir el itinerario el tour operador debe respetar estos tiempos, de lo contrario el efecto producido en el turista será negativo. En un programa de tipo deportivo (trekking en Sierras de Ventania y/o Tandilia) o contemplativo (observación de aves y flora en de Laguna de Mar Chiquita), la práctica de la actividad es el eje de la prestación y requiere de tiempos de traslado, la preparación y la práctica/contemplación. La correcta planificación de los tiempos planificados para cada una de las actividades, así como los espacios a recorrer, generará una experiencia positiva en la persona, situación que se verá acompañada por una buena predisposición del turista a lo largo de todo el itinerario.
- e) El tiempo de las prestaciones no incluidas en el programa. Al planificar un itinerario es posible omitir ciertas prestaciones. Algunos operadores turísticos optan por no incluir determinados servicios para abaratar el precio final del viaje (o paquete turístico), o bien porque ese servicio puede originar un descontento al turista. El ejemplo más común se basa en la ausencia de servicios gastronómicos, hay operados que prefieren confeccionar itinerarios aplicando un Plan Europeo (solo incluye alojamiento) y dejando liberado a criterio del turista la selección del tipo de comida y lugar donde comer. Si bien no se incluyen las comidas, en el itinerario es necesario considerar el tiempo de traslado hacia los lugares que ofrecen el servicio y además, el tiempo que demanda realizar la actividad no contemplada en el programa. Una situación análoga sucede con las excursiones o visitas a museos, que por razones económicas, personales o de interés/desinterés del turista, se opta por ofrecerlas bajo la condición de “opcional” sin incluir su costo en el precio del paquete turístico; siendo necesario considerar el tiempo de traslado y el tiempo que demanda contemplar el recurso cultural para dejar un resultado positivo en la mente del turista.

El planteo relacional del tiempo y el espacio permite inferir a través del tiempo posibles espacios de desplazamiento, que en función a la presencia de atractivos turísticos se configurarán en destinos y asumirán los rasgos de los lugares funcionales.

LA CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO DESDE LA DIMENSIÓN ESPACIO-TEMPORAL

El análisis de la dimensión espacial se basa en los postulados que aporta la Geografía Física, cuyo objeto de estudio se centra en la configuración de la Tierra, los mares y la superficie de los países, abarcando todo el planeta. En esta vasta superficie se localizan las diferentes categorías de atractivos turísticos (sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, realizaciones contemporáneas y acontecimientos programados), algunos con localización puntual y otros acotados en un tiempo de realización. En forma independiente de su naturaleza, podrán abarcar áreas de diferente extensión (pequeñas o grandes representadas por parques nacionales, reservas naturales o bosques) y presentarse con una distribución concentrada o discontinua, de modo que tanto en un caso como en el otro, más allá del área de influencia de un atractivo se produce un corte espacial

hasta encontrar el siguiente.

La aplicación del modelo de Hagerstrand permite concebir a los atractivos turísticos como los lugares funcionales distribuidos en el espacio, conformado por la presencia/ausencia de atractivos unidos por los radios o distancia a recorrer, delimitada por la proximidad que los concentra o lejanía que los separa y dispersos sobre la superficie terrestre careciendo de continuidad espacial. La concentración de bienes y servicios en algunos conglomerados urbanos, sumado a la capacidad de extender su influencia superando los límites urbanos, permite plantear el concepto de polarización y concebir el funcionamiento de una región en torno a los centros gravitacionales y sus radios de influencia. Ambos elementos constituyen la base de la planificación física y contribuyen a delimitar al espacio turístico.

La planificación física turística se basa en el ordenamiento de las acciones del hombre sobre el territorio e intenta resolver en forma armoniosa la construcción del espacio turístico. Brinda una respuesta racional a la necesidad de resolver problemas creados por el uso anárquico y espontáneo del suelo. Además, aspira determinar la potencialidad de adaptación del suelo, es decir la posibilidad de absorber la expansión del sistema productivo, provocada por la multiplicación de las necesidades creadas por el mundo moderno (Boullón, 1985).

Para comprender el significado del concepto “espacio turístico” como producto de la planificación física, es preciso analizar diferentes dimensiones espaciales:

- a) Espacio plano. Presenta dos dimensiones (largo y ancho) y permite conocer el tamaño (superficie ocupada por el Parque Independencia y/o Parque de Mayo, que actúan como espacio recreativo en el Partido de Bahía Blanca, o superficie ocupada por el Balneario Pehuen-có convertido en un espacio recreativo estival con fuerte presencia de población bahiense.)
- b) Espacio volumétrico. Posee tres dimensiones (largo, ancho y alto) y hace referencia a la forma de los cuerpos con masa (ascenso y descenso a las Sierras de Ventania, próximas a Bahía Blanca).
- c) Espacio tiempo. Agrega a las dimensiones anteriores, el tiempo que demora un observador en recorrer un espacio o apreciar un volumen (el tiempo de desplazamiento necesario para recorrer las Sierras de Ventania, duración que contempla la observación de flora y fauna, el ascenso y el descenso de las sierras).
- d) Espacio percibido. El análisis del espacio físico comprende las tres dimensiones detalladas, a las cuales se debe incorporar una cuarta dimensión subjetiva, basada en el momento en que la persona se convierte en observador. La cuarta dimensión es subjetiva y constituye un dato sumamente importante, que se debe considerar en la planificación del uso de los atractivos turísticos. El estudio de la calidad espacial de cada lugar debe contemplar el trazado de recorridos ideales, considerando el espacio a recorrer y el tiempo que demande la actividad, para ello es preciso estimar los tiempos óptimos y mínimos de duración de cada visita; estos datos técnicos deberán incluirse en el material promocional y servir de base para la programación de circuitos turísticos.

En palabras de Boullón (1985), *el espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos*. A su vez, los atractivos integran el patrimonio turístico,

que sumado a la planta e infraestructura turística, constituyen los elementos indispensables para determinar la configuración del espacio turístico. En función a la presencia, categoría y jerarquía de los atractivos, así como también la distancia que los separa (dimensión espacial) y el tiempo necesario para el traslado, uso y/o goce (dimensión temporal), es necesario volcar toda la información en el trabajo cartográfico para determinar el espacio turístico, delimitando sobre un mapa la superficie de dimensión plana, que representa el espacio de interés para el planificador físico (dimensión espacial) y de uso para las actividades turísticas (dimensión temporal).

Los atractivos turísticos pueden presentarse en forma continua o discontinua. La proximidad facilita la concentración, y permite plantear un área turística potencialmente importante. Por lo contrario, la distancia indica la discontinuidad o dispersión espacial y origina un espacio turístico más amplio, fracturado, discontinuo y con menor densidad de interés turístico, que requiere un mayor desplazamiento y tiempo de viaje.

La configuración del espacio turístico se puede determinar aplicando el método empírico propuesto por Boullón (1985). Se basa en la observación y reconocimiento de atractivos y elementos de la planta turística, y su correspondiente distribución territorial (o dispersión espacial), con la finalidad de definir agrupaciones o concentraciones turísticas (dimensión espacial) y agregando la consideración del tiempo de traslado y el tiempo de disfrute (dimensión temporal). De esta manera, considerando la presencia y proximidad de atractivos y los elementos de la planta turística, surgen los elementos componentes del espacio turístico:

- a) Zona turística. Constituye una unidad de análisis de rango superior, con superficie y distribución de atractivos, concentrando como mínimo diez atractivos próximos y contiguos. La información relevada se vuelca en un mapa cartográfico (modelo icónico) y se representa la localización de cada uno de los atractivos través de un punto, aplicando un segundo nivel de abstracción (modelo analógico). Además de los atractivos, la zona turística debe poseer dentro de su territorio equipamiento, servicios turísticos, dos o más centros turísticos e infraestructura de transporte y comunicaciones que relacione a los principales elementos que la integran entre sí, con las zonas cercanas y con otros elementos del espacio turístico. En función a agrupación/dispersión de los atractivos, tamaño, cantidad de elementos y contigüidad se delimita la zona turística (dimensión espacial) y el tiempo de traslado y permanencia en el lugar (dimensión temporal), se jerarquiza el espacio turístico considerando el número, calidad y diversidad de atractivos y tiempo requerido de visita.
- b) Área turística. Al aplicar una escala de estudio más precisa, se puede fraccionar la zona turística en función al número y contigüidad de los atractivos, según la distancia que los separa y origina una discontinuidad en el espacio analizado. Desde la dimensión espacial, para que pueda funcionar como un subsistema requiere la presencia de un centro turístico, un mínimo de diez atractivos, infraestructura de transporte y desde la dimensión temporal, es preciso analizar la intercomunicación entre los diferentes elementos turísticos que la integran.
- c) Centro turístico. Representa un conglomerado urbano que posee en su propio territorio o dentro de su radio de influencia atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar el desplazamiento (dimensión temporal). Con la finalidad de permitir un viaje de ida y regreso en el día, el radio de influencia está limitado por la dimensión espacio-temporal, previendo un tiempo de desplazamiento estimativo de dos horas en

superficie plana. La dimensión espacio-temporal establece la longitud del camino, que en esa unidad de tiempo puede recorrer un ómnibus de transporte turístico y/o un automóvil. La distancia es variable, dado que el número de kilómetros a recorrer depende de la topografía del terreno, del tipo de camino (autopista, ruta, pavimento, ripio, tierra), el estado de conservación y la tecnología del medio de transporte (dimensión temporal).

Según la función que desempeñan los Centros Turísticos, es posible clasificarlos en:

- Centros turísticos de distribución. Desde el conglomerado urbano que sirve de base, el turista visita los atractivos incluidos en su radio de influencia y regresa a dormir. Los atractivos se encuentran próximos (dimensión espacial) y el tiempo de visita es corto, previniendo regresar en el mismo día a la ciudad de base (dimensión temporal). El objetivo del turista es conocer el mayor número de atractivos localizados en la zona, por lo tanto gran parte del equipamiento recreativo se encuentra fuera del centro turístico de distribución. Por ejemplo, la ciudad de Mar del Plata (Partido de General Pueyrredon) actúa como un centro turístico de distribución en la zona del sudeste de la Provincia de Buenos Aires (Argentina), debido a la cercanía una persona puede pasar el día en Miramar (Partido de General Alvarado) o en Balcarce y regresar a la noche para pernoctar en Mar del Plata.
- Centros turísticos de estadía. Se basan en la explotación de un único atractivo, como las playas o centros invernales especializados en esquí sobre la nieve, con una estadía superior a tres noches de alojamiento. Es fundamental el desarrollo de equipamiento recreativo diversificado en el mismo centro turístico, contemplando alternativas diferentes para las horas de la tarde y noche. Por lo general, se trata de una demanda que reitera la estadía en el destino, siendo necesario renovar el programa de espectáculos. Por ejemplo la ciudad de Mar del Plata (Argentina) durante el verano se convierte en el principal destino turístico nacional y gran parte de su demanda reitera la selección del lugar).
- Centros de escala. Se encuentran localizados en los nudos de las redes de transporte y en las etapas intermedias de recorrido de larga distancia entre el centro emisor y receptor; generalmente carecen de atractivos y pueden contemplar una noche de alojamiento o simplemente la provisión de un servicio gastronómico o de combustible. Por ejemplo, al realizar un viaje en automóvil desde Mar del Plata a Villa La Angostura, la ciudad de Neuquén puede actuar como un centro de escala, para pasar la noche y continuar en forma más descansada el periplo. También se debe considerar que los nudos de transporte pueden ser lugares de cambio del sistema de transporte terrestre al aéreo, así como de un avión a otro (por ejemplo el Aeropuerto Astor Piazzola de Mar del Plata puede actuar como nudo de comunicación para acceder luego vía terrestre a otros partidos de la región en estudio que carecen de infraestructura aérea o que solo operan durante el período estival).
- Centros de excursión. Reciben turistas por un tiempo inferior de 24 hs. (dimensión temporal) procedentes de otros centros, para contemplar algún atractivo de importancia (por ejemplo, la visita a la Reserva de Biosfera Mar Chiquito, en el Partido de Mar Chiquita, se realiza desde la ciudad de Mar del Plata, sin necesidad de pernoctar en el destino de excursión).

- d) Unidad turística. Desde la dimensión espacial, comprende una concentración de equipamiento, que brinda servicios de alojamiento, restauración y recreación, y se basa en la explotación intensiva de un atractivo o varios localizados en su proximidad. Por lo general, las unidades turísticas tienen el aspecto de pequeñas aldeas y el personal habita en la propiedad o en poblaciones vecinas. En la Provincia de Buenos Aires la Unidad Turística Chapadmalal constituye un claro ejemplo de esta modalidad.
- e) Corredor turístico. Desde la dimensión espacial, constituye las vías de conexión entre las zonas, áreas, centros, atractivos turísticos, puertos de entrada de turismo receptivo y centros emisores de turismo, que funcionan estructurando el espacio turístico. Desde la dimensión temporal, pueden actuar como corredor turístico de traslado o estadía.
- Corredor turístico de traslado. Comprende la red de autopistas, rutas y caminos de un país, que sirven para trasladar la demanda turística según sus itinerarios. Puede estar dado por una ruta pintoresca (Ruta 226 en el tramo Mar del Plata/Tandil) o una ruta con distribución lineal que vincula los atractivos (Ruta 11 – Interbalnearia, desde el Partido de La Costa hasta el Partido de General Alvarado –Miramar-). La dimensión espacio-temporal limita la extensión del corredor turístico, estimando la franja de protección visual (espacio que permite contemplar la escena paisajística, según la topografía del terreno variará entre 5 a 500 metros) y la estimación del tiempo de desvío para visitar/observar el atractivo (inferior a una hora de traslado).
 - Corredor turístico de estadía. Bajo la dimensión espacial conforma una superficie alargada, por lo general paralelo a la costa del mar, río o lago, con un ancho inferior a 5 km. y una extensión variable en función a la longitud de la costa. El atractivo determina la estructura física del corredor, en lugar de situarse en un punto equidistante de un conjunto de atractivos o concentrar el equipamiento en una sola playa, la disposición de la planta turística puede ser de ciudad lineal, distribución lineal o concentración escalonada.
 - Ciudad lineal. Presenta urbanización longitudinal sobre el atractivo, es el modelo adoptado por los centros turísticos del litoral bonaerense (Partido de la Costa, Pinamar, Villa Gesell).
 - Distribución lineal de alojamiento. Comprende una franja inferior a 100 m. entre el camino y la costa, donde se concentra la oferta de alojamiento (la ciudad de Miramar presenta una concentración lineal combinando ofertas de alojamiento hotelero y extra-hotelero sobre y próximas a la costa).
 - Concentración escalonada. Responde una distribución de atractivos que deja cortas distancias entre sí, pueden ser playas en forma de arcos separadas por estribaciones rocosas. La ciudad de Mar del Plata presenta diversidad y heterogeneidad de playas: hacia el norte y sur con acantilado y playa sedimentaria en la zona céntrica.

Cada uno de los componentes del espacio turístico analizado presenta rasgos particulares que le brindan singularidad, pero al mismo tiempo es posible encontrar analogías adaptables con la cultura local. En cada caso, la dimensión espacial requiere analizar la distribución territorial (o dispersión espacial) de los atractivos turísticos y de la planta, para determinar agrupaciones o concentraciones (lugares funcionales) y la dimensión temporal, estudiar las distancias que los separan entre sí y el

tiempo de disfrute. La dimensión espacio-temporal implica considerar la presencia y proximidad de los atractivos y elementos de la planta turística, definir los límites y las características de los componentes que intervienen en la configuración del espacio turístico.

LA PROGRAMACIÓN TURÍSTICA

La dimensión espacial implica la identificación y localización de atractivos y permite realizar un relevamiento, para posicionar a una ciudad, región o país como destino turístico. La presencia de atractivos admite plantear el concepto de Patrimonio Turístico, reflejado por el conjunto de atractivos que posee y según la escala de análisis será local, regional o nacional. Por lo tanto, los atractivos turísticos (próximos o discontinuos) se convierten en un componente determinante del espacio turístico, junto con los restantes elementos de la planta turística. El desarrollo de urbanizaciones turísticas pone en marcha el proceso de comercialización turística, donde el producto a vender se materializa a través del programa turístico.

En el contexto turístico, el término “Programa” se utiliza como sinónimo de “Paquete”, Inclusive Tour o Farfait. El significado de la palabra “Programa” alude al conjunto de servicios adquiridos en un solo acto, prestado en base a un circuito pre-fijado y ofrecido en el mercado a un precio global, que surge de considerar la dimensión espacio-temporal. En el “Paquete” el consumo es explícito y hay una empresa que lo opera (tour operador u operador mayorista), en tanto que en la ruta o itinerario el consumo es implícito e indirecto y el servicio está dado por el grado de información obtenida por el usuario.

En palabras de Chan (1994), la ruta turística constituye el elemento promocional, está basado en un itinerario previo y facilita la orientación del pasajero en el destino. La ruta turística implica considerar la dimensión espacial y en su definición intervienen los siguientes factores:

1. **Objetivo final.** La ruta turística considerada como un elemento de promoción presenta un objetivo explícito que se basa en brindar información sobre las posibilidades turísticas de una determinada zona describiendo los atractivos, actividades a realizar (dimensión espacio-temporal) y servicios disponibles. Busca ampliar la afluencia turística, reorientar la demanda y fomentar nuevos productos o tipos de consumo en un área con alto grado de desarrollo o en proceso de saturación. En la Provincia de Buenos Aires se realizan diferentes esfuerzos para integrar el territorio litoral con el territorio interior, proponiendo la “Ruta del Mar a las Sierras”, donde se vincula la ciudad de Mar del Plata como destino de litoral, con los partidos del interior (Tandil y Balcarce) enlazados por la Ruta 226, donde el desplazamiento se transforma en un paseo pintoresco debido a las irregularidades del terreno y el paisaje serrano del lugar.
2. **Productor.** Organismo o ente encargado de aplicar las políticas y estrategias de promoción de un destino. Puede ser el estado nacional, provincial o municipal, un ente mixto de turismo, una asociación o una alianza empresarial. Para su implementación es fundamental aplicar los principios de una gestión participativa, donde los prestadores turísticos deben conocer los objetivos del proyecto y desarrollar una conciencia turística en la comunidad anfitriona. En el ejemplo mencionado en el punto anterior, el productor está representado por el Consorcio Mar y Sierras, que integran los partidos mencionados.
3. **Alcances de su distribución.** Implica conocer al público objetivo, es decir establecer

puntos en común entre las posibilidades que ofrece el destino a promocionar y la demanda a captar. Parte de los objetivos de la política turística y de los condicionantes de la oferta, y busca un segmento de demanda capaz de viajar al destino incluido en la ruta turística. Conocido el perfil del consumidor es necesario ajustar la oferta a sus requerimientos para lograr un mejor aprovechamiento de la capacidad productiva y satisfacer las necesidades del turista en base a las expectativas que ofrece el destino. Para cumplir con este cometido, resulta sumamente importante y útil realizar encuestas de opinión a los turistas en el destino, así como también encuestar a los residentes de los principales centros emisores del país y/o extranjero, que se convierten en los turistas potenciales, y de esta manera poder conocer la percepción que tienen del destino y los motivos por los cuales aún no lo visitaron.

4. **Uso.** La ruta turística asume el rol de una guía turística, es decir, su principal función se basa en brindar información sobre la descripción de un recorrido por un determinado destino. El ejemplo clásico se materializa en las revistas comerciales especializadas en temas turísticos, suplementos turísticos insertos en diarios de difusión nacional, guías editadas por organismos de turismo (tanto públicos como privados) y bibliografía turística en general.
5. **Espacio.** La ruta turística se desarrolla sobre un espacio geográfico y bajo el concepto de la dimensión espacial podrá ser local, regional, nacional o internacional. Los límites pueden fijarse en función a un criterio jurisdiccional, por ejemplo la Ruta del Mar a las Sierras implica un alcance regional.
6. **Temática.** De manera independiente de la difusión espacial y la temática central, se organiza en base a una cuestión específica donde los atractivos se encuentran vinculados con el tema central o eje de la ruta. La temática podrá surgir de una cuestión cultural (La Ruta del Picapedrero recorriendo y enlazando canteras en explotación y/o refuncionalizadas con actividades recreativas localizadas en Mar del Plata y Tandil) o bien en base a la temática playa (Ruta 11, también denominada Interbalsearia que actúa de eje del corredor turístico del Atlántico Bonaerense, desde el Partido de La Costa hasta General Alvarado (Provincia de Buenos Aires)).
7. **Tipo de circuito.** El circuito puede adoptar una forma lineal, con trazado rectilíneo, incorporando atractivos localizados en sus inmediaciones que guarden una unidad temática (Corredor Turístico Ruta 11 en el Sudeste de la Provincia de Buenos Aires, desde el Partido de La Costa hasta el Partido de General Alvarado donde el tema central es el turismo de sol y playa); o bien circular o triangular dependiendo de la localización de los atractivos o centros turísticos, en la región en estudio con la idea de vincular el espacio litoral con el interior se puede trazar un circuito de base litoral uniendo destinos de sol y playa (Mar del Plata, Miramar, Necochea) y un destino del interior serrano (Tandil), ofreciendo un producto turístico singular y al mismo tiempo heterogéneo basado en la diversidad de los espacios turísticos comprendidos. Desde la dimensión espacial estará delimitado por los atractivos a visitar y desde la dimensión temporal está definido por el tiempo de viaje y permanencia en cada atractivo.
8. **Información.** Se basa en la descripción del itinerario, ofreciendo datos sobre los atractivos a visitar. Actúa como una guía turística, orientando y brindando información para facilitar el uso más eficiente del tiempo del turista en los lugares a visitar (dimensión temporal),

puede reducirse a una localidad o extenderse a una región (dimensión espacial). La información se organiza en función al objetivo del viaje, las motivaciones del turista, el espacio físico y temporal a recorrer (delimitado por la dimensión espacio-temporal), la categoría del atractivo, la temática y depende del grado de profundidad de datos que se desee brindar. En relación a la información es conveniente distinguir dos momentos diferentes en la etapa de comercialización de un programa turístico. En un primer momento, en la etapa de lanzamiento del producto turístico es conveniente utilizar una información basada en el discurso argumentativo acompañado por imágenes que despierten el deseo de viajar al destino promocionado; luego en un segundo momento, instalada la necesidad de viajar en la trama promocional prevalece el discurso informativo, basado en la transmisión de datos precisos y concretos del destino/s a visitar.

Desde la dimensión espacial, el relevamiento de los atractivos permite definir un circuito y confeccionar un itinerario turístico, y desde la dimensión temporal, implica el diseño de un programa que aspire satisfacer las necesidades y motivaciones del usuario, ya sea desde el punto de vista individual (itinerario personal) o promocional (paquete y programa turístico).

El paquete turístico es la suma de dos o más servicios turísticos (alojamiento, transporte, gastronomía, excursiones, guías, etc.) comercializados por un Tour Operador y constituye la base para la cotización. La ruta turística es un itinerario estandarizado y diagramado con un fin promocional de la zona o región. El itinerario personal es el viaje armado a requerimiento individual del viajero (en el vocabulario turístico se utiliza la expresión “a medida”) con información para el pasajero sobre la potencialidad turística del lugar a visitar. En los tres casos se requiere la diagramación de un circuito y la definición de un itinerario.

El itinerario comprende el detalle del recorrido, actividades y prestaciones incluidas en un programa turístico. El recorrido surge de aplicar la dimensión espacio-temporal e incluye las rutas o caminos a tomar, las ciudades a visitar, los lugares donde dormir, los medios de transporte seleccionados para los traslados, los kilómetros a recorrer, el tiempo de traslado y el tiempo de permanencia en el lugar visitado. El detalle de las prestaciones determina el conjunto de elementos que consume el pasajero en cada día de su itinerario, la distribución de los lugares y actividades tanto en el tiempo como en el espacio y la identificación del prestador de los servicios.

El conjunto de servicios adquiridos en un solo acto y prestado en base a un circuito pre-fijado, ofrecido en el mercado a un precio global, constituye el programa turístico. En función al alcance espacial del itinerario detallado en el programa, es posible clasificarlos en: programas locales o excursiones y programas regionales o tours.

El programa local o excursión comprende la diagramación de un circuito turístico acotado en el espacio. Está limitado a un centro turístico (espacio urbano donde se sitúan los servicios, atractivos y el espacio rural próximo que reúne los atractivos) o localidad. El alcance está condicionado por la dimensión espacio-temporal, se determina trazando un radio de influencia desde el ejido urbano y con una longitud equivalente a la distancia que se puede recorrer por los caminos existentes durante un lapso de dos horas de viaje en terreno llano. La duración oscila entre medio día (3 ó 4 horas) y/o un día entero (10 ó 12 horas), según la magnitud del centro turístico, variedad y jerarquía de los atractivos a visitar.

Los programas regionales, generalmente denominados “tours”, comprenden un viaje pre-arreglado para visitar uno o más destinos turísticos, con regreso al punto de partida y con una duración que

supera las 24 horas. La extensión espacial está delimitada por los destinos a visitar y la duración temporal está medida en función al número de noches de pernoctación en establecimientos de alojamiento. El programa regional es comercializado por los tour operadores y puede incluir diferentes medios de transporte, en algunos casos se contempla la posibilidad de incorporar noches en el mismo medio de transporte, que no serán sumadas a la estadía y permiten reducir los costos del viaje.

Al considerar la dimensión espacial en función al territorio recorrido, el programa podrá ser local, zonal o regional, quedando el área de acción definida por el espacio alcanzable vía terrestre. En el primer caso se circunscribe dentro de los límites de una sola localidad, en tanto que un programa zonal o regional implica considerar el área geográfica inmediata al centro turístico. Para determinar el área de acción, se considera el espacio alcanzable por vía terrestre luego de recorrer dos horas de viaje. Desde la dimensión espacial, el circuito turístico se transforma en la herramienta de planificación que permite la vinculación regional y el ordenamiento territorial.

Actualmente, la globalización de la economía, el avance tecnológico aplicado a los medios de transporte y las tendencias del mercado turístico han replanteado el concepto de “tours regionales”, variando su significado según la escala geográfica aplicada. Un programa zonal o regional puede abarcar regiones localizadas dentro de las fronteras de un país (por ejemplo los centros turísticos del litoral de la Provincia de Buenos Aires); regiones compartidas por varios países (por ejemplo la visita a Cataratas de Iguazú propone recorrer una región formada por tres ciudades localizadas en países diferentes: Puerto Iguazú en Argentina y Foz de Iguazú en Brasil, que comparten el atractivo con categoría de sitio natural, las Cataratas de Iguazú y la localidad de Ciudad del Este en Paraguay, que ofrece la oportunidad de realizar compras con precios convenientes); también puede considerarse como programa regional un viaje cuyo itinerario prevé visitar diferentes países localizados en un mismo continente (por ejemplo la visita a España, Francia e Italia en un mismo viaje a Europa) y/o varios continentes (por ejemplo el viaje denominado “la vuelta al mundo”).

A su vez, un programa podrá ser standard o especial. El primero se ajusta a modelos o patrones únicos concebidos para el consumo masivo, donde el operador elabora un itinerario en función a estudios de mercado o el accionar de la competencia, dirigido a un determinado segmento de la demanda y en base a un calendario fijado de antemano. El segundo surge del pedido del cliente, se elabora “a medida” en base a las preferencias y necesidades particulares, por lo tanto la salida es eventual y no responde a ningún programa previo.

Al considerar la composición del usuario, un programa turístico puede estar dirigido a salidas grupales o individuales, cabe aclarar que en Turismo se entiende por salida grupal el conjunto de 15 personas (como mínimo) que inician y finalizan el viaje en forma conjunta. Cuando se elabora un programa para grupos su operación está sujeta a la conformación del mismo, es decir la definición de un número mínimo de pasajeros establecido según los criterios de la empresa operadora. Los programas individuales operan sobre la base de la venta individual de plazas o pasajero, aclarando que en Turismo una salida individual puede ser equivalente al viaje de una familia compuesta por cuatro personas, o bien un matrimonio, tres amigos o una sola persona.

En función a la temática, un programa podrá ser general o específico. El itinerario en un programa general incluye distintos aspectos relacionados con el centro turístico para brindar una idea amplia del lugar (en un mismo viaje se incluyen visitas a lugares culturales, comerciales, recreativos, etc.). En cambio, el itinerario de un programa específico considera un único tema y la visita a los

atractivos que se vinculan con ese tema (visitas históricas, arquitectónicas, de aventuras, etc.), acotando su desarrollo en el espacio.

Al considerar la dimensión temporal de los programas regionales, resulta oportuno considerar la clasificación propuesta por Chan (1994):

- a) Fin de Semana. Comprende el tour cuya duración coincide con un weekend, en decir un solo pernocte. Una variante de esta modalidad, muy difundida en nuestros días, consiste en el concepto de “Fin de Semana Largo”, el cual surge de adicionar al descanso semanal de los días sábado y domingo, el día lunes cuando la oportunidad de un feriado permite trasladarlo al primer día hábil de la semana.
- b) Miniturismo. Tour cuya duración oscila entre 2 y/o 5 noches de pernocte en el destino. Solo se cuentan las noches de alojamiento, sin considerar en su duración las noches que transcurren en el medio de transporte.
- c) Larga distancia. La limitación temporal determina que un viaje será de larga distancia cuando su duración supera las cinco noches de pernoctación.

Desde la dimensión espacial es posible analizar los programas regionales teniendo en cuenta la distancia recorrida durante el tiempo de viaje. Bajo esta concepción, al hablar de un tour de “Fin de Semana” se estima que la distancia más oportuna no debe superar los 300 km; para el “Miniturismo” el trayecto a recorrer se ubica dentro del intervalo de 300 a 500 km. y en el caso de programas regionales de “Larga Distancia” el viaje de traslado supera los 500 km.

En la actualidad, el criterio de clasificación basado en la dimensión espacial en función a la relación distancia/km recorrido y vinculado con la dimensión temporal, ha sufrido grandes cambios debido a los adelantos tecnológicos y las variaciones en la comercialización de los paquetes turísticos. El desarrollo de las nuevas tecnologías experimentadas en los medios de transporte, tanto en los trenes de alta velocidad como en el transporte aéreo; así como el descenso en el costo de las tarifas de transporte con la aparición de las líneas aéreas de bajo costo y las posibilidades de financiación de los viajes, han modificado sustancialmente la relación distancia/km/espacio que incide en el momento de seleccionar un destino, dado que es posible desplazarse en un fin de semana a lugares que antes demandaban varios días de viaje. Por este motivo, la dimensión espacial de los Programas Regionales se torna difícil de medir en una escala de valores que intenta relacionar distancia y tiempo de traslado en intervalos de medida acotados como los descriptos en el párrafo anterior y que están sujetos a las nuevas tecnologías de transporte.

EL VIAJE COMO ELEMENTO CONDICIONANTE DE ESPACIO TURÍSTICO

En función a la dimensión espacio-temporal, el proceso de producción de un viaje se basa en la combinación de la programación y operación del producto turístico. El viaje constituye el desplazamiento que vincula el centro emisor con el centro receptor y permite configurar el espacio turístico. Los elementos que motivan el viaje actúan como condicionantes del espacio turístico, destacando:

- a) El lugar o los destinos a incluir en el recorrido (dimensión espacial) y su duración o estadía expresada en número de noches (dimensión temporal). Se requiere hacer una selección cuidadosa de cada destino a visitar y relevar sus principales atractivos, incluyendo los más relevantes, evidenciando la importancia de la dimensión espacio-temporal en la programación de un viaje, al definir los lugares a visitar y la duración.
- b) El valor simbólico del lugar. Hay destinos que desarrollan una fuerte imagen de marca y adquieren en el imaginario colectivo un sinónimo de prestigio, por ende es indispensable conocer el lugar, tanto por la experiencia que puede aportar al viajero como por el prestigio que brinda a su status personal el hecho de haber visitado el lugar. En el imaginario colectivo nacional Mar del Plata constituye el principal destino vacacional de turismo de sol y playa, con la actividad concentrada durante los meses de verano.
- c) La apreciación subjetiva de la calidad de las prestaciones y del destino. La calidad de las prestaciones se refiere a los servicios turísticos, como por ejemplo el alojamiento generalmente se expresa en estrellas; la calidad de un guía de turismo dependerá del dominio que tenga sobre la información y su capacidad de transmisión; la calidad del medio de transporte puede responder a razones técnicas, de diseño o grado de confort/modernidad. En cuanto a la calidad del destino, mucho dependerá de las acciones desarrolladas por los actores sociales vinculados directa e indirectamente con el sector turístico, así como la política turística definida por el organismo oficial de turismo.
- d) El grado de contacto entre el proveedor y el consumidor de los servicios turísticos, determina los canales de distribución empleados en el proceso de comercialización, y comprende el personal de contacto en cada uno de los servicios turísticos que integran el tour.

Al programar un viaje se toman decisiones que conducen a establecer límites que surgen de considerar la dimensión temporal (duración del viaje expresada a través de la estadía: cantidad de noches de alojamiento y días de viaje) y la dimensión espacial (número de kilómetros a recorrer visitando una sola o diferentes ciudades o países), determinando la estructura del viaje.

La programación turística es un proceso complejo que combina diferentes variables. Al momento de definir un itinerario es fundamental evaluar la calidad, el uso del tiempo, el valor del atractivo, el precio y la metodología aplicada en el proceso operativo (Chan, 1994).

- a) Calidad. Es la aptitud de una empresa para satisfacer las necesidades de los consumidores, forma parte de la cultura empresarial y es responsabilidad de todos sus integrantes. La calidad se basa en la gestión, se inicia al concebir el producto/servicio y continúa a lo largo de todo el proceso productivo. Constituye un factor de competitividad, donde el cliente busca satisfacer sus necesidades. Ante precios similares, en el momento de decidir la compra, se opta por el prestador que ofrece mayor calidad en el servicio, por ende en la calidad están implícitos los tres actores del sistema productivo: el prestador del servicio, el personal de contacto y el consumidor, cliente o turista.
- b) Tiempo. En un programa turístico el significado de la palabra tiempo hace referencia al uso o manejo, que en función al valor que cada persona le asigna, determina la programación a contratar y la actividad a realizar. En turismo interesa el tiempo libre de fin de semana y el vacacional, existiendo una fuerte relación entre el tiempo libre y el

programa, que deberá ajustarse a la disponibilidad temporal de la persona. Uno de los objetivos del programa se basa en asegurar el ordenamiento secuencial de las prestaciones y actividades durante todo el itinerario (dimensión temporal).

- c) **Atractivos.** Representan elementos de la naturaleza u obras del hombre con capacidad suficiente para motivar o inducir el viaje; en el imaginario del turista poseen un alto grado de interés por conocerlos, situación que facilita el desplazamiento desde el lugar de residencia habitual hacia el espacio donde se encuentra localizado el atractivo (dimensión espacial). Los atractivos pueden tener origen natural (bienes o manifestaciones vinculadas con la naturaleza, una montaña, un río, flora o fauna típica, etc.) o cultural (hechos por el hombre, monumentos, museos, festivales, etc.). A su vez, los atractivos naturales podrán ser de sitio con emplazamiento fijo (Sierras de la Ventana) o de paisaje cuando el atractivo es el conjunto de elementos (entorno serrano). Los atractivos culturales pueden ser de sitio (Museo Juan Carlos Castagnino en Mar del Plata) o de evento (móvil, sujeto a programación, por ejemplo Festival Internacinal del Cine).
- d) **Precio.** Es el valor de un producto expresado en términos monetarios y en comparación con otros productos. El turista compara los diferentes productos ofrecidos en términos de satisfacción y calidad del paquete. Para el tour operador el precio determina el posicionamiento en el mercado, deberá ser coherente con la estrategia de producción manteniendo la relación calidad/precio, la elasticidad de la demanda y la competencia.
- e) **Metodología aplicada en el proceso operativo.** El esquema metodológico plantea los pasos a seguir en la programación. Primero se define el objetivo del programa, determinando la temática y la estructura. Luego se diagrama el circuito, que consiste en una investigación de la zona (diagnóstico en base a los atractivos reales y/o potenciales), el análisis de la accesibilidad (presencia y estado de rutas, vías férreas y terminales de transportes) y la selección de centros de estadía, centros de distribución y tipo y categoría de los atractivos (dimensión espacial). Diagramado el circuito se confecciona el itinerario, en base a la estructura del viaje (dimensión temporal) y redacción con información puntual de los lugares a visitar. La etapa siguiente se basa en la cotización del programa que implica la selección de los prestadores y el presupuesto del programa. Por último, se redacta el programa final.

Las variables analizadas (calidad, el uso del tiempo, el valor del atractivo, el precio y la metodología aplicada en el proceso operativo) permiten definir un itinerario turístico, que en función a la dimensión espacio-temporal podrá presentar diferentes opciones de alcance espacial y duración temporal, delimitando el espacio turístico.

CONSIDERACIONES FINALES

El tiempo y el espacio son dos dimensiones que condicionan la vida humana. Desde la mirada turística, la dimensión espacio-temporal influye en la distribución del tiempo libre de una persona al seleccionar su destino vacacional. Bajo una escala de análisis temporal, el tiempo libre de fin de semana y vacacional revisten mayor interés para el turismo, y están restringidos por un conjunto de limitaciones que implica la consideración de las necesidades biológicas y formales del ser humano, las características de la actividad a realizar y la accesibilidad. En la programación turística es necesario considerar estas limitaciones, convirtiéndose la dimensión espacio-temporal en un condicionante de la configuración del espacio turístico.

Dentro de las necesidades biológicas de un ser humano se encuentran los tiempos dedicados a dormir, comer y asearse, y dentro de las necesidades formales su relación con respecto a la vida laboral/estudiantil. La actividad a realizar motiva el desplazamiento turístico y es fundamental considerar el tiempo de duración y/o contemplación, el momento del día en que se puede realizar, la influencia de la luz diurna o nocturna en la actividad, la época del mes o del año en que se puede observar o realizar, el lugar donde se realiza, la distancia desde el centro de estadía hasta el centro de excursión y el tiempo de traslado (dimensión espacio-temporal). Por último, la accesibilidad implica considerar por una parte la distancia espacial y temporal, es decir los kilómetros a recorrer y el tiempo de traslado; y por la otra, la presencia/ausencia de vías de circulación, el tipo de ruta, el estado del camino, la topografía del lugar, el medio de transporte, las características técnicas del transporte y el tiempo que se demora en acceder al sitio para contemplar un atractivo o realizar una actividad.

El tiempo dedicado a la recreación y a las vacaciones, es el que interesa al elaborar el programa turístico. Es el tiempo libre de una persona que será ocupado para la práctica de actividades recreativas, en el caso de tiempo libre diario, o bien para viajar fuera de la ciudad de residencia habitual de la persona y trasladarse en función a su tiempo disponible hacia el destino seleccionado. El uso del tiempo libre se encuentra en un estado de continua transformación y es necesario adaptarlo a los requerimientos o necesidades que impone la demanda, para ello se debe tener pleno conocimiento del perfil de la demanda, sus hábitos de consumo y el grado de exigencia, para ajustar el programa turístico a las inquietudes del turista.

Al definir un circuito o itinerario turístico, el operador turístico en el proceso operativo de la programación turística está tomando decisiones que implican el manejo del uso del tiempo libre de una persona. La distribución del tiempo implica considerar la carga horaria dedicada al tiempo de traslado o tiempo de viaje, el tiempo dedicado al desarrollo de la actividad que motiva el desplazamiento, el tiempo que demanda el consumo de servicios y el tiempo necesario para satisfacer las necesidades biológicas del ser humano. La consideración de todos estos tiempos permitirá un mejor y mayor disfrute por parte del pasajero.

La presencia de atractivos favorece la conformación del espacio turístico, que estará consolidado con el desarrollo de la planta turística, con su correspondiente equipamiento e infraestructura, con presencia física y localización precisa en el territorio. Al mismo tiempo, los atractivos turísticos pueden localizarse en el territorio en forma concentrada, continua o dispersa, situación que favorece la formación de regiones turísticas en función a la continuidad y/o discontinuidad territorial del área de influencia de los mismos. La delimitación del espacio turístico requiere una planificación física y técnica que permita el ordenamiento armonioso de las acciones del hombre sobre el medio ambiente.

Desde la dimensión espacio-temporal, la delimitación del espacio turístico implica considerar tanto al espacio físico (porción de la Tierra) como al espacio volumétrico (largo, ancho y profundidad), sin olvidar la relevancia del análisis del espacio-tiempo en cuatro dimensiones (largo, ancho, profundidad y tiempo de observación). Por ejemplo la visita al Parque Lítico La Movediza (en Tandil) se puede realizar durante todo el año, bajo las regulaciones y en un circuito que permite el recorrido autoguiado; en este caso el espacio físico está representado en una pequeña parte de la Tierra localizado en la Provincia de Buenos Aires (Argentina), el plano hace referencia a la superficie del parque y el análisis del espacio-tiempo en cuatro dimensiones implica considerar el tiempo necesario para recorrer, ascender y contemplar la piedra reconstruida, el entorno serrano

y descender hacia la zona de acceso.

La delimitación del espacio turístico se puede realizar aplicando diferentes escalas de análisis en la dimensión espacio-temporal. Desde la dimensión espacial el concepto de escala implica definir el valor de las órdenes de magnitud geográfica en función al objetivo y el tiempo de duración del viaje, podrá abarcar una escala regional, nacional o internacional.

El espacio turístico supera los límites jurisdiccionales y su discontinuidad favorece a definir regiones que superan el tradicional concepto de homogéneas o funcionales, y extender sus bordes incluyendo atractivos de iguales o diferentes categorías y jerarquías. Este principio se convierte en un postulado básico en la programación turística que combina la posibilidad de contemplar atractivos separados por una distancia convencional fijada en menos de 100 km.

Desde la dimensión temporal la delimitación del espacio turístico está supeditada a la disposición del tiempo libre vacacional del turista, el tiempo de traslado, el tiempo de contemplación, el tiempo de práctica de la actividad motivo del desplazamiento y el momento del día/mes/año en que se puede contemplar el atractivo o realizar la actividad. De esta manera, la dimensión temporal se convierte en un condicionante del espacio turístico a recorrer, cuya delimitación podrá adoptar un modelo dicotómico según la duración del viaje, ya sea acotando el espacio en función a una estadía breve, o bien ampliando el espacio a recorrer debido a una mayor duración del viaje.

La disponibilidad de tiempo libre vacacional de una persona fluctúa a lo largo del año y está condicionada por la capacidad y posibilidad de hacer uso de sus vacaciones, que a su vez depende de las características del nicho del mercado laboral en el cual se desempeña. Actividades laborales vinculadas con servicios educativos o judiciales, presentan una marcada concentración en los períodos de recesos laborales (verano e invierno), en comparación con otras profesiones liberales o en relación de dependencia donde existe la posibilidad de hacer uso de la licencia en diferentes momentos del año. Por ende, la actividad laboral de una persona condiciona la duración del período vacacional (weekend, fin de semana largo, vacaciones de una semana, quince días, un mes, o intervalo de tiempo superior), el momento del año en que hace uso de su tiempo libre vacacional y la posibilidad de fraccionar las vacaciones durante el año, actuando como un limitante temporal en el uso del espacio turístico.

El tiempo de traslado condiciona la delimitación del espacio turístico, y depende de la duración del tiempo vacacional, del medio de transporte seleccionado para realizar el desplazamiento y, fundamentalmente, de las condiciones de accesibilidad. Al analizar las condiciones de accesibilidad el programador turístico debe tener en cuenta la topografía del lugar, las distintas alternativas de medios de transporte que cubren la ruta de tránsito, la presencia/ausencia de infraestructura, las condiciones y el estado de conservación de las carreteras y caminos. Por lo general, se estipula un tiempo de desplazamiento equivalente a dos horas, abarcando una superficie de 120 km., recorriendo un relieve llano.

El tiempo de contemplación de un atractivo, así como también el tiempo necesario para realizar una práctica recreativa o turística y que produzca una sensación placentera en el turista, actúa como un condicionante en la delimitación del espacio turístico. Es necesario analizar los atractivos y disponer de información muy precisa sobre el tiempo que demanda acceder hasta el lugar, así como también el tiempo necesario de contemplación o bien el tiempo que requiere realizar la actividad que motiva el desplazamiento turístico.

Otro componente de la dimensión temporal y que actúa como un condicionante del espacio turístico se basa en la aplicación de diferentes escalas de tiempo, así es posible plantear un análisis que contemple el momento del día, el período del mes o la estación del año en que se puede contemplar el atractivo o realizar la actividad turístico-recreativa, basado en el movimiento de rotación y traslación que realiza la Tierra en torno al sol. En los espacios litorales, las actividades que están relacionadas con la pleamar y bajamar, solo permiten realizarse en un momento del día.

Una limitante de la dimensión temporal surge del movimiento de rotación y traslación de la Tierra y se basa en las diferentes fases de la luna y estaciones climáticas. De las cuatro fases lunares, el momento de Luna Llena adquiere una singular importancia en la programación de actividades turístico-recreativas. Destinos que basan su atractivo en sitios naturales ofrecen la posibilidad de contemplar y recorrer el lugar iluminado solo por la luz de la luna. Contemplar el mar bajo una noche de luna llena o ascender por las sierras iluminado por la luna, pueden convertirse en opciones que diferencien la oferta de atractivos de los destinos litorales o del interior.

Por último, la presencia de las cuatro estaciones climáticas distribuidas temporalmente a lo largo del año actúa en la delimitación del espacio turístico. Tanto el invierno como el verano favorecen el desarrollo de centros turísticos especializados en estaciones marítimas de turismo de sol y playa, con una marcada concentración de la actividad turística en la temporada estival. Así como existen destinos especializados en una sola actividad, también se encuentran destinos sin estacionalidad, o bien ciudades con turismo durante todo el año, como el caso de las ciudades culturales con una fuerte presencia de turismo urbano, sustentando sus recursos sobre un espacio cultural.

En síntesis, el espacio turístico surge de la presencia y emplazamiento de los atractivos. Su delimitación está condicionada por la dimensión espacio-temporal. La superficie varía en función a la presencia y distribución de los atractivos turísticos. El hombre como observador constituye la dimensión subjetiva de la dimensión espacio-temporal y puede intervenir en la delimitación y configuración del espacio turístico a través de la planificación territorial.

NOTA

¹Torsten Hagerstrand, su trabajo doctoral aporta nuevas interpretaciones al modelo de difusión espacial. Bajo su liderazgo, los geógrafos de la Universidad de Lund, Suecia, han realizado tareas de innovación en una amplia área de la geografía de la población, aplicando supuestos espacio-temporales. Es profesor de Geografía en la Universidad de Lund y Presidente de International Geographical Union.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- . BOULLÓN, Roberto (1992), *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. Editorial Trillas, México.
- . BOULLÓN, Roberto (1985) *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas, México.
- . CHAN, Nélica (1994), *Circuitos Turísticos – Programación y Cotización*. Editorial Librerías Turísticas, Argentina.
- . DIAZ MUÑOZ, María Ángeles (1992), *El espacio y el tiempo en la actividad cotidiana de la población*, Editorial Oikos-Tau, Barcelona, España.
- . HAGERSTRAND, Torsten (1986), *Le temps et la géographie faisons le pont sur la réalité corporelle de l'home, la société et l'environnement. – Science et pratique de la complexité*, Université des Nations Unies, París, Francia.
- . HAGERSTRAND, Torsten (1994), *Human interaction and spatial mobility: retrospect and prospect. Transportation planning in a changing world*. Ed. European Science Foundation.
- . HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto (1996) – *Metodología de la Investigación*. Ed. Mc Graw Hill, México.
- . HAGGETT, Peter (1983), *Geografía – Una síntesis moderna*. Ediciones Omega S.A.
- . JAFARI, Jafar (2000), *Enciclopedia del Turismo*. Editorial Síntesis. España.
- . KIRBUS, Federico (1995), *Guía Ilustrada de la Regiones Turísticas Argentinas. Centro-Cuyo-Costa Atlántica*. Editorial Artes Gráficas. Argentina.
- . LICKORISH, Leonard J. (1994), *Desarrollo de Destinos Turísticos, Políticas y Perspectivas*. Ed. Diana, México
- . OMT (1999), *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Edición para América Latina y el Caribe. OMT, Madrid, España.
- . ORTEGA VALCÁRCEL, José (2000), *Los horizontes de la geografía – Teoría de la Geografía*. Editorial Ariel.