

ANEXO V – ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Se incorporan aquí todas las actividades prácticas que figuran en los tres fascículos anteriores.

El objetivo es que los responsables de la gestión turística puedan disponer de otros ejemplares, **que los deberán reproducir y no usar los originales**, cuestión de siempre disponer de ejemplares en blanco que les sirvan para cuando decidan rehacerlas.

Están organizadas por Fascículo, y **se sugiere que siempre se recurra a la página correspondiente del Fascículo** para comprender mejor el objetivo y alcance de cada actividad.

5.2. Correspondientes al Fascículo 2.

Antes de realizar estas actividades hágase una copia. Déjese siempre un original sin completar, como modelo.

Y recurra a cada Fascículo para comprender mejor el objetivo y alcance de cada actividad.

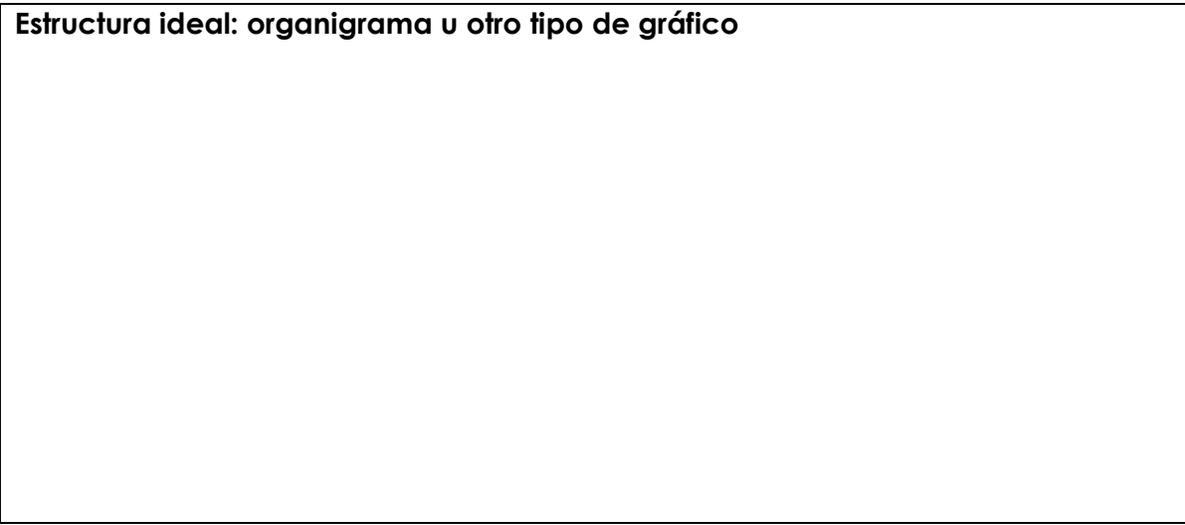
Actividad práctica 2.1: pensar la estructura ideal

Realizado por:

Fecha:

Lo invitamos a que piense cuál sería la estructura de gestión ideal para su destino.

Estructura ideal: organigrama u otro tipo de gráfico



Actividad práctica 2.2: viajeros que visitan a parientes y amigos

Realizado por:

Fecha:

En vista de la importancia que tiene el grupo de quienes viajan para visitar parientes o amigos, lo invitamos a reflexionar e investigar si en el destino turístico en que trabaja tienen estadísticas sobre cuántos viajeros lo hacen para visitar parientes y amigos.

SI

NO

En vista de que algo más de un tercio de los turistas que arriban a la Región Norte lo hacen por este motivo, ¿qué ofertas turísticas considera que valdría la pena promover para aprovechar mejor esta enorme masa de personas?

Actividad práctica 2.3: ubiquemos a los clientes posibles

Realizada por:

Fecha:

A partir de los cinco Ejes Conceptuales de Comunicación que figuran en el Plan Salta *S/+*, analicemos qué turistas ya ha tenido y, sobre todo, qué turistas podríamos tener en su destino.

Marque con una cruz si tuvo y/o cree que puede tener turistas por cada tipología. Las tipologías son las que figuran en el Manual de Ventas de Salta y el Norte Argentino (2012-2013).

Se dejan renglones en blanco para que coloque aquellas que considere apropiado agregar.

EJES CONCEPTUALES DE COMUNICACIÓN (productos y destinos)	TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS	DEMANDA HISTÓRICA	DEMANDA DESEADA Y POSIBLE
SALTA AUTÉNTICA	Turismo cultural		
	Turismo religioso		
	Turismo arqueológico		
	Turismo rural y gaucho		
	SPA y bienestar		
	Turismo comunitario		
	Artesanías		
SALTA ACTIVA	Golf		
	Pesca		
	Turismo aventura		
SALTA NATURAL	Avistaje de aves		
	Turismo de naturaleza		
	Áreas Protegidas y Parques Nacionales		
SALTA GOURMET	Gastronomía		
	Ruta del Vino		
SALTA REUNIONES	Turismo de reuniones		
	Viajes de incentivos		

Actividad práctica 2.4: analizando el territorio

Realizada por:

Fecha:

Un pequeño y nada inofensivo ejercicio: analizar el territorio propio respecto a algunas variables que le proponemos.

La idea es asignarle un puntaje de 1 a 5 a cada variable. 1 es el más bajo, 5 el más alto. Las variables se refieren a conductas en general y no sólo respecto al turismo.

En esto no hay ganadores o perdedores, sino que el ejercicio ayuda a conocer mejor la capacidad turística, la cual es la base de la capacidad competitiva.

RUBRO	VARIABLE ANALIZADA	PUNTAJE
Calidad Territorial	Un lugar para vivir	
	Espíritu emprendedor de los residentes	
	Capacidad innovadora de los residentes	
	Empresas que cumplen sus promesas	
	Conciencia colectiva	
	Participación ciudadana en cuestiones locales	
	Tendencia a la armonía social	
	Redes de interacción	
	TOTAL DEL RUBRO	
Capacidad turística local	Capacidad asociativa	
	Propensión a asumir responsabilidades	
	Capacidad de pensamiento abstracto	
	Capacidad organizacional	
	Respeto	
	Confianza	
	TOTAL DEL RUBRO	
Ofertas turísticas dotadas de valor	En el espacio físico	
	Respecto al espacio perceptual	
	Respecto al espacio vivencial	
	Respecto al espacio evocado	
	TOTAL DEL RUBRO	
Legislación y accionar protectorio	Responsabilidad empresaria	
	Responsabilidad gubernamental	
	Responsabilidad social	
	Empresas que aplican algo del SACT	
	TOTAL DEL RUBRO	

Actividad práctica 2.5: el presupuesto ideal

Realizada por:

Fecha:

¿Cuál considera que es el presupuesto ideal del Área Municipal de Turismo?

La primera parte es en general (de ahora en adelante). La segunda hace al dinero anual del que sería ideal disponer. Agregue todos los renglones que le sean necesarios

PRESUPUESTO IDEAL	DETALLE / TAREAS	CANTIDAD	SABERES / HABILIDADES
Personal capacitado			
Elementos para el trabajo cotidiano			
Espacios físicos			

Para completar lo que sigue es necesario que confeccione su POA.

PRESUPUESTO IDEAL ANUAL	DESTINO	\$	OTROS DATOS
Recursos financieros			

Actividad práctica 2.6: en qué enfocarse

Realizada por:

Fecha:

La actividad tiende a que el destino turístico defina en qué conviene que se enfoque.

Tal como vimos, hay que hacer varias grillas, debatir, y luego elegir.

Una vez confeccionadas las grillas, elija una primera idea de en qué enfocarse. No más de un renglón.