



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES Y TURISMO**

EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

SISTEMAS TURÍSTICOS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

PRESENTADO POR:

LÓPEZ AHUANARI LEIBNIZ

IQUITOS – PERÚ

2019



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

OFICINA DE REGISTROS Y SERVICIOS ACADÉMICOS



ACTA DE EXAMEN ORAL DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
ACTUALIZACIÓN ACADÉMICA

En la ciudad de Iquitos, a los 18 días del mes de ENERO del 2016, a horas 9:00 pm se ha constituido en el Auditorio de esta Facultad, el jurado designado mediante Resolución Decanal N°0098-2016-FACEN-UNAP, integrado por el LIC.ADM. GILBERT ALVARADO ARBILDO (Presidente), LIC.ADM. CARLOS DÁVILA MENDOZA (Miembro) y el LIC.NIT. RILKE CHONG VELA (Miembro), para proceder al acto del Examen Oral de Suficiencia Profesional - Actualización Académica de la Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo LEIBNIZ LOPEZ AHUANARI, tendiente a optar el título profesional de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos y sustentado en la Ley N°30220, el jurado procedió al Examen Oral sobre la Balota N°07 "SISTEMAS TURISTICOS".

El acto público fue abierto por el Presidente del jurado, dándose lectura a la Resolución que fija la realización del Examen Oral.

De inmediato procedió a invitar a la examinada a realizar una breve exposición sobre el tema del examen y posteriormente a los señores del jurado a formular las preguntas que crean convenientes relacionadas al acto. Luego de un amplio debate y a criterio del Presidente del jurado, se dio por concluido el examen oral pasando el jurado a la evaluación y deliberación correspondiente en privado; concluyendo que la examinada ha sido:

APROBADA POR UNANIMIDAD

El jurado dio a conocer el resultado del examen en ACTO PÚBLICO siendo las 5:50 pm se dio por terminado el acto académico.

LIC.ADM. GILBERT ALVARADO ARBILDO
Presidente

LIC.ADM. CARLOS DÁVILA MENDOZA
Miembro

LIC.NIT. RILKE CHONG VELA
Miembro

ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN	6
CONCEPTO DE SISTEMA	7
PARÁMETROS DE LOS SISTEMAS	7
EL SISTEMA ABIERTO	7
LA ORGANIZACIÓN COMO UN SISTEMA ABIERTO.....	8
CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES COMO SISTEMAS ABIERTOS.....	9
CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL ANÁLISIS SISTEMÁTICO.....	10
CONCEPTO DE SISTEMA	11
SISTEMA TURÍSTICO.....	15
EVOLUCION DEL TURISMO.....	15
o Edad Antigua	15
o Edad Media	16
o Edad Moderna.....	17
CAPITULO 01: OFERTA Y DEMANDA TURISTICA, SERVICIOS TURÍSTICOS.....	21
OFERTA Y DEMANDA TURISTICA DEFINICION.....	21
ANALISIS MICROECONOMICO DEL TURISMO EN EL PERU.....	22
1) LA OFERTA TURISTICA.....	22
2) LA DEMANDA TURISTICA.....	23
3) LOS SERVICIOS TURISTICOS.....	26
3.1.- SERVICIOS TURÍSTICOS GENERALES	27
3.2.- LOS SERVICIOS TURÍSTICOS ESPECIFICOS.....	27
3.3.- EL SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	27
3.4.-DEMANDA DE LOS VUELOS A REOS:.....	31
3.5.- TIENEN LA CONSIDERACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO	33
CAPITULO 02: ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO.....	37
Organización Mundial del Turismo (OMT).	37
Organización de Aviación Civil Internacional (OACI).	37
Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).	37
Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes (UFTAA).	38
Asociación Internacional de Operadores Turísticos Antárticos	38
Asociación Internacional de Congresos y Convenciones	38

CAPITULO 03: ESTADISTICAS DE TURISMO.....	38
LOS PAÍSES MÁS VISITADOS	38
LOS LUGARES Y ATRACCIONES TURÍSTICAS MÁS VISITADAS DEL MUNDO	43
CAPITULO 04: FOMENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO	44
Sector turístico	44
Marketing de destinos.....	44
Turismo natural	46
Turismo activo.....	47
Turismo de negocios	48
Turismo científico	49
Turismo nuclear.....	50
CAPITULO 05: FORMULACION DE POLITICAS TURISTICAS.....	51
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.....	51
ETAPAS.....	51
CAPITULO 06: LA CADENA DE VALOR EN EL TURISMO	52
EFFECTOS DEL TURISMO.....	52
1. Efectos económicos.....	52
2. Efectos culturales	53
3. Efectos en las actividades artesanales.....	54
4. Efectos sociopolíticos	54
❖ <i>Los 5 elementos del sistema turístico.....</i>	<i>55</i>
SISTEMA TURISTICO SEGÚN ROBERT BOULLON.....	57
I. CLASIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	59
II. CLASIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	60
III. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	60
PRODUCTO TURÍSTICO	62
DEMANDA TURÍSTICA.....	62
CAPITULO 07: NUEVA ORIENTACION DE LA ADMINISTRACION DE LOS PAQUETES TURISTICOS Y DEL TURISMO	63
NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO	64
PRINCIPALES TENDENCIAS DEL TURISMO EN 2016	67
COMPONENTES BASICOS DEL PRODUCTO Y SERVICIO TURISTICO	70
CARACTERISTICAS DE LA OFERTA TURISTICA PERUANA	71
TURISMO EN EL PERÚ	71
LOS 15 DESTINOS MÁS VISITADOS EN PERÚ.....	71

CAPITULO 08: FINANCIAMIENTO DE UNA EMPRESA DE TURISMO.....	92
PYMES DE TURISMO.....	92
DEFINICIÓN Y CARACTERISTICAS DEL PAQUETE TURÍSTICO	93
AGENCIA DE VIAJES	94
ORGANIZACIONES	95
INTERNET	96
CONCLUSIÓN	97

RESUMEN

La teoría de sistemas (TS) es una rama específica de la teoría general de sistemas (TGS).

La TGS surgió con los trabajos del alemán Ludwig von Bertalanffy, publicados entre 1950 y 1968. La TGS no busca solucionar problemas o intentar soluciones prácticas, pero sí producir teorías y formulaciones conceptuales que pueden crear condiciones de aplicación en la realidad empírica.

La TGS afirma que las propiedades de los sistemas, no pueden ser descritos en términos de sus elementos separados; su comprensión se presenta cuando se estudian globalmente.

Los sistemas existen dentro de sistemas: cada sistema existe dentro de otro más grande.

Los sistemas son abiertos: es consecuencia del anterior. Cada sistema que se examine, excepto el menor o mayor, recibe y descarga algo en los otros sistemas, generalmente en los contiguos. Los sistemas abiertos se caracterizan por un proceso de cambio infinito con su entorno, que son los otros sistemas. Cuando el intercambio cesa, el sistema se desintegra, esto es, pierde sus fuentes de energía.

Las funciones de un sistema dependen de su estructura: para los sistemas biológicos y mecánicos esta afirmación es intuitiva. Los tejidos musculares por ejemplo, se contraen porque están constituidos por una estructura celular que permite contracciones.

El interés de la TGS, son las características y parámetros que establece para todos los sistemas. Aplicada a la administración la TS, la empresa se ve como una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones, tanto individual como colectivamente.

La teoría de colas fue profundizada y se formularon modelos para situaciones típicas de prestación de servicios, en los que es necesario programar la cantidad óptima de servidores para una esperada afluencia de clientes.

Las teorías tradicionales han visto la organización humana como un sistema cerrado. Eso ha llevado a no tener en cuenta el ambiente, provocando poco desarrollo y comprensión de la retroalimentación (feedback), básica para sobrevivir.

➤ CONCEPTO DE SISTEMA

El sistema es Un conjunto de elementos Dinámicamente relacionados Formando una actividad Para alcanzar un objetivo Operando sobre datos/energía/materia Para proveer información/energía/materia.

Una organización podrá ser entendida como un sistema o subsistema o un supersistema, dependiendo del enfoque. El sistema total es aquel representado por todos los componentes y relaciones necesarios para la realización de un objetivo, dado un cierto número de restricciones. Los sistemas pueden operar, tanto en serio como en paralelo.

➤ PARÁMETROS DE LOS SISTEMAS

El sistema se caracteriza por ciertos parámetros. Parámetros son constantes arbitrarias que caracterizan, por sus propiedades, el valor y la descripción dimensional de un sistema específico o de un componente del sistema.

Los parámetros de los sistemas son:

Entrada o insumo o impulso (input): es la fuerza de arranque del sistema, que provee el material o la energía para la operación del sistema.

Salida o producto o resultado (output): es la finalidad para la cual se reunieron elementos y relaciones del sistema. Los resultados de un proceso son las salidas, las cuales deben ser coherentes con el objetivo del sistema. Los resultados de los sistemas son finales, mientras que los resultados de los subsistemas son intermedios.

Procesamiento o procesador o transformador (throughput): es el fenómeno que produce cambios, es el mecanismo de conversión de las entradas en salidas o resultados. Generalmente es representado como la caja negra, en la que entra los insumos y salen cosas diferentes, que son los productos.

Retroacción o retroalimentación o retroinformación (feedback): es la función de retorno del sistema que tiende a comparar la salida con un criterio preestablecido, manteniéndola controlada dentro de aquel estándar o criterio.

Ambiente: es el medio que envuelve externamente el sistema. Está en constante interacción con el sistema, ya que éste recibe entradas, las procesa y efectúa salidas. La supervivencia de un sistema depende de su capacidad de adaptarse, cambiar y responder a las exigencias y demandas del ambiente externo. Aunque el ambiente puede ser un recurso para el sistema, también puede ser una amenaza.

➤ EL SISTEMA ABIERTO

El sistema abierto como organismo, es influenciado por el medio ambiente e influye sobre él, alcanzando un equilibrio dinámico en ese sentido.

La categoría más importante de los sistemas abiertos son los sistemas vivos. Existen diferencias entre los sistemas abiertos (como los sistemas biológicos y sociales, a saber, células, plantas, el hombre, la organización, la sociedad) y los sistemas cerrados (como los sistemas físicos, las máquinas, el reloj, el termóstato):

El sistema abierto interactúa constantemente con el ambiente en forma dual, o sea, lo influye y es influenciado. El sistema cerrado no interactúa.

El sistema abierto puede crecer, cambiar, adaptarse al ambiente y hasta reproducirse bajo ciertas condiciones ambientales. El sistema cerrado no.

Es propio del sistema abierto competir con otros sistemas, no así el sistema cerrado.

Al igual que los organismos vivos, las empresas tienen seis funciones primarias, estrechamente relacionadas entre sí:

Ingestión: las empresas hacen o compran materiales para ser procesados. Adquieren dinero, máquinas y personas del ambiente para asistir otras funciones, tal como los organismos vivos ingieren alimentos, agua y aire para suplir sus necesidades.

Procesamiento: los animales ingieren y procesan alimentos para ser transformados en energía y en células orgánicas. En la empresa, la producción es equivalente a este ciclo. Se procesan materiales y se desecha lo que no sirve, habiendo una relación entre las entradas y salidas.

Reacción al ambiente: el animal reacciona a su entorno, adaptándose para sobrevivir, debe huir o si no atacar. La empresa reacciona también, cambiando sus materiales, consumidores, empleados y recursos financieros. Se puede alterar el producto, el proceso o la estructura.

Provisión de las partes: partes de un organismo vivo pueden ser suplidas con materiales, como la sangre abastece al cuerpo. Los participantes de la empresa pueden ser reemplazados, no son de sus funciones sino también por datos de compras, producción, ventas o contabilidad y se les recompensa bajo la forma de salarios y beneficios. El dinero es muchas veces considerado la sangre de la empresa.

Regeneración de partes: las partes de un organismo pierden eficiencia, se enferman o mueren y deben ser regeneradas o relocalizadas para sobrevivir en el conjunto. Miembros de una empresa envejecen, se jubilan, se enferman, se desligan o mueren. Las máquinas se vuelven obsoletas. Tanto hombres como máquinas deben ser mantenidos o relocalizados, de ahí la función de personal y de mantenimiento.

Organización: de las funciones, es la que requiere un sistema de comunicaciones para el control y toma de decisiones. En el caso de los animales, que exigen cuidados en la adaptación. En la empresa, se necesita un sistema nervioso central, donde las funciones de producción, compras, comercialización, recompensas y mantenimiento deben ser coordinadas. En un ambiente de constante cambio, la previsión, el planeamiento, la investigación y el desarrollo son aspectos necesarios para que la administración pueda hacer ajustes.

El sistema abierto es un conjunto de partes en interacción constituyendo un todo sinérgico, orientado hacia determinados propósitos y en permanente relación de interdependencia con el ambiente externo.

➤ **LA ORGANIZACIÓN COMO UN SISTEMA ABIERTO**

Herbert Spencer afirmaba a principios del siglo XX:

"Un organismo social se asemeja a un organismo individual en los siguientes rasgos esenciales:

- En el crecimiento.
- En el hecho de volverse más complejo a medida que crece.
- En el hecho de que haciéndose más complejo, sus partes exigen una creciente interdependencia.
- Porque su vida tiene inmensa extensión comparada con la vida de sus unidades componentes.
- Porque en ambos casos existe creciente integración acompañada por creciente heterogeneidad".

Según la teoría estructuralista, Taylor, Fayol y Weber usaron el modelo racional, enfocando las organizaciones como un sistema cerrado. Los sistemas son cerrados cuando están aislados de variables externas y cuando son determinísticos en lugar de probabilísticos. Un sistema determinístico es aquel en que un cambio específico en una de sus variables producirá un resultado particular con certeza. Así, el sistema requiere que todas sus variables sean conocidas y controlables o previsibles. Según Fayol la eficiencia organizacional siempre prevalecerá si las variables organizacionales son controladas dentro de ciertos límites conocidos.

➤ CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES COMO SISTEMAS ABIERTOS

Las organizaciones poseen todas las características de los sistemas abiertos. Algunas características básicas de las organizaciones son:

1. Comportamiento probabilístico y no-determinístico de las organizaciones: la organización se afecta por el ambiente y dicho ambiente es potencialmente sin fronteras e incluye variables desconocidas e incontroladas. Las consecuencias de los sistemas sociales son probabilísticas y no-determinísticas. El comportamiento humano nunca es totalmente previsible, ya que las personas son complejas, respondiendo a diferentes variables. Por esto, la administración no puede esperar que consumidores, proveedores, agencias reguladoras y otros, tengan un comportamiento previsible.
2. Las organizaciones como partes de una sociedad mayor y constituida de partes menores: las organizaciones son vistas como sistemas dentro de sistemas. Dichos sistemas son complejos de elementos colocados en interacción, produciendo un todo que no puede ser comprendido tomando las partes independientemente. Talcott Parsons indicó sobre la visión global, la integración, destacando que desde el punto de vista de organización, esta era un parte de un sistema mayor, tomando como punto de partida el tratamiento de la organización como un sistema social, siguiendo el siguiente enfoque:
 - ✓ La organización se debe enfocar como un sistema que se caracteriza por todas las propiedades esenciales a cualquier sistema social.
 - ✓ La organización debe ser abordada como un sistema funcionalmente diferenciado de un sistema social mayor.
 - ✓ La organización debe ser analizada como un tipo especial de sistema social, organizada en torno de la primacía de interés por la consecución de determinado tipo de meta sistemática.
 - ✓ Las características de la organización deben ser definidas por la especie de situación en que necesita operar, consistente en la relación entre ella y los otros subsistemas, componentes del sistema mayor del cual parte. Tal como si fuera un sociedad.
1. Interdependencia de las partes: un cambio en una de las partes del sistema, afectará a las demás. Las interacciones internas y externas del sistema reflejan diferentes escalones de control y de autonomía.
2. Homeostasis o estado firme: la organización puede alcanzar el estado firme, solo cuando se presenta dos requisitos, la unidireccionalidad y el progreso. La unidireccionalidad significa que a pesar de que hayan cambios en la empresa, los mismos resultados o condiciones establecidos son alcanzados. El progreso referido al fin deseado, es un grado de progreso que está dentro de los límites definidos como tolerables. El progreso puede ser mejorado cuando se alcanza la condición propuesta con menor esfuerzo, mayor precisión para un esfuerzo relativamente menor y bajo condiciones de gran variabilidad. La unidireccionalidad y el progreso solo pueden ser alcanzados con liderazgo y compromiso.
3. Fronteras o límites: es la línea que demarca lo que está dentro y fuera del sistema. Podría no ser física. Una frontera consiste en una línea cerrada alrededor de variables seleccionadas entre aquellas que tengan mayor intercambio (de energía, información) con el sistema. Las fronteras varían en cuanto al grado de permeabilidad, dicha permeabilidad definirá el grado de apertura del sistema en relación al ambiente.
4. Morfogénesis: el sistema organizacional, diferente de los otros sistemas mecánicos y aun de los sistemas biológicos, tiene la capacidad de modificar sus maneras estructurales básicas, es identificada por Beckley como su principal característica identificadora.

➤ Las organizaciones como clase de sistemas sociales

Las organizaciones son una clase de sistemas sociales, los cuales a su vez son sistemas abiertos. Las organizaciones comparten con todos los sistemas abiertos propiedades como la entropía negativa,

retroinformación, homeostasis, diferenciación y equifinalidad. Los sistemas abiertos tienden a la elaboración y a la diferenciación, debido a su propia dinámica.

Los sistemas sociales, consisten en actividades estandarizadas de una cantidad de individuos. Ellas son repetitivas, relativamente duraderas y ligadas en espacio y tiempo. La estabilidad o recurrencia de actividades existe en relación con la entrada de energía en el sistema, en relación con la transformación de energías dentro del sistema y en relación con el producto resultante o salida de energía. Mantener dicha actividad, requiere renovación constante de energía. Es lo conocido como geneantropía.

➤ **Cultura y clima organizacional**

Toda organización crea su propia cultura o clima, con sus propios tabúes, costumbres y usos. El clima o cultura del sistema refleja tanto las normas y valores del sistema formal como su reinterpretación en el sistema informal, así como las disputas internas y externas de los tipos de personas que la organización atrae, de sus procesos de trabajo y distribución física, de las modalidades de comunicación y del ejercicio de la autoridad dentro del sistema. Dichos sentimientos y creencias colectivos, se transmiten a los nuevos miembros del grupo.

➤ **Dinámica de sistema**

Para mantenerse, las organizaciones recurren a la multiplicación de mecanismos, ya que les falta la estabilidad de los sistemas biológicos. Así, crean estructuras de recompensas para vincular a sus miembros al sistema, establecen normas y valores y dispositivos de control. Mientras que en la TS se habla de homeostasia dinámica (o mantenimiento del equilibrio por ajuste constante y anticipación), se usa el término dinámica de sistema en las organizaciones sociales: el sistema principal y los subsistemas que lo componen hacen que se vuelve cada vez más aquello que básicamente es. Para sobrevivir (y evitar la entropía), la organización social debe asegurarse de una provisión continua de materiales y hombres (entropía negativa).

➤ **Concepto de eficacia organizacional**

La eficiencia se refiere a cuanto de entrada de una organización surge como producto y cuanto es absorbido por el sistema. La eficiencia se relaciona con la necesidad de supervivencia de la organización. La eficacia organizacional se relaciona con la extensión en que todas las formas de rendimiento para la organización se hacen máximas. La eficiencia busca incrementos a través de soluciones técnicas y económicas, mientras que la eficacia busca la maximización del rendimiento para la organización, por medios técnicos y económicos (eficiencia) y por medios políticos (no económicos).

❖ **CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL ANÁLISIS SISTEMÁTICO**

Las principales características de la moderna teoría de la administración basada en el análisis sistemático son las siguientes:

- ✚ Punto de vista sistemático: la moderna teoría visualiza a la organización como un sistema constituido por cinco partes básicas: entrada, salida, proceso, retroalimentación y ambiente.
- ✚ Enfoque dinámico: el énfasis de la teoría moderna es sobre el proceso dinámico de interacción que ocurre dentro de la estructura de una organización.
- ✚ Multidimensional y multinivelado: se considera a la organización desde un punto de vista micro y macroscópico. Es micro cuando es considerada dentro de su ambiente (sociedad, comunidad, país); es macro cuando se analizan sus unidades internas.
- ✚ Multimotivacional: un acto puede ser motivado por muchos deseos o motivos. Las organizaciones existen porque sus participantes esperan satisfacer ciertos objetivos a través de ellas.
- ✚ Probabilístico: la teoría moderna tiende a ser probabilística. Con expresiones como "en general", "puede ser", sus variables pueden ser explicadas en términos predictivos y no con certeza.

- ✚ Multidisciplinaria: busca conceptos y técnicas de muchos campos de estudio. La teoría moderna presenta una síntesis integradora de partes relevantes de todos los campos.
- ✚ Descriptivo: buscar describir las características de las organizaciones y de la administración. Se conforma con buscar y comprender los fenómenos organizacionales y dejar la escogencia de objetivos y métodos al individuo.
- ✚ Multivariable: tiende a asumir que un evento puede ser causado por numerosos factores interrelacionados e interdependientes. Los factores causales podrían ser generados por la retroalimentación.
- ✚ Adaptativa: un sistema es adaptativo. La organización debe adaptarse a los cambios del ambiente para sobrevivir. Se genera como consecuencia una focalización en los resultados en lugar del énfasis sobre el proceso o las actividades de la organización.

➤ **Carácter integrativo y abstracto de la teoría de sistemas**

La TS se considera demasiado abstracta y conceptual, por lo tanto, de difícil aplicación a situaciones gerenciales prácticas. Aunque tiene gran aplicabilidad, su enfoque sistemático es básicamente una teoría general comprensible, que cubre todos los fenómenos organizacionales. Es una teoría general de las organizaciones y de la administración, una síntesis integradora.

➤ **El efecto sinérgico de las organizaciones como sistemas abiertos**

Una fuerte causa para la existencia de organizaciones, es su efecto sinérgico, es decir, en el resultado de una organización pueden diferir en cantidad o en calidad la suma de los insumos. La palabra sinergia viene del griego (syn = con y ergos = trabajo) y significa trabajo en conjunto. Cada participante de la organización espera que los beneficios personales de su participación, sean mayores que sus costos personales de participación. Existe sinergia cuando dos o más causas producen, actuando conjuntamente, un efecto mayor que la suma de efectos que producirían actuando individualmente.

➤ **El hombre funcional**

La TS se basa en la teoría del hombre funcional. El individuo desempeña un papel dentro de la organización, interrelacionándose con los demás individuos, como un sistema abierto. En sus acciones basadas en roles, mantiene expectativas respecto al rol de los demás y envía a los demás sus expectativas. Esa interacción altera o refuerza el papel. Las organizaciones son sistemas de roles, en las cuales los individuos actúan como transmisores de roles y organizadores.

❖ **CONCEPTO DE SISTEMA**

Un sistema es un conjunto de funciones que operan en armonía o con un mismo propósito, y que puede ser ideal o real. Por su propia naturaleza, un sistema posee reglas o normas que regulan su funcionamiento y, como tal, puede ser entendido, aprendido y enseñado. Por consiguiente, si hablamos de sistemas, podemos referirnos a cuestiones tan distintas como el funcionamiento de una nave espacial o la lógica de una lengua.

Cualquier sistema es más o menos complejo, pero debe poseer una coherencia discreta acerca de sus propiedades y operación. En general, los elementos o módulos de un sistema interactúan y se interrelacionan entre sí. En ocasiones, existen subsistemas dentro de un sistema. Este fenómeno es característico de los sistemas biológicos, en el cual variados niveles de subsistemas (células) dan lugar a un sistema de mayor envergadura (un organismo vivo). La misma consideración cabe para la ecología, en la cual distintos sistemas de menor magnitud (un charco, el subsuelo) confluyen en sistemas organizados a gran escala, como un ecosistema completo.

Así, en una clasificación de sistemas se distinguirían aquellos conceptuales o ideales, que pueden ser por

ejemplo la matemática, la lógica formal o la notación musical y los reales, como un ser vivo, la Tierra, o una lengua. Estos últimos, los sistemas reales, pueden ser abiertos, cerrados o aislados. En los sistemas abiertos se verifica gran interacción con el entorno, como se describe para los seres vivos. En cambio, los sistemas cerrados sólo tienen movimientos e interacciones en su interior, sin posibilidad de intercambio con factores exteriores.

Hay muchos tipos y ejemplos de sistemas como los políticos (un sistema democrático, monárquico, teocrático, entre otros), los tecnológicos (el sistema de funcionamiento de un automóvil o de una computadora), los financieros (sistemas de transacciones y mercado), los biológicos (como el sistema nervioso en un ser vivo), los legales (ordenamiento de leyes, decretos y otras herramientas jurídicas), los geométricos (en modelos convencionales y no convencionales), de salud (ordenamiento público, privado y de seguridad social) y otros numerosos ejemplos para cada uno de los órdenes de la vida cotidiana

En el caso de que un sistema tenga la organización requerida para controlar su desarrollo sin que las perturbaciones del entorno superen cierto nivel, se llama "sistema autopoyético". Los seres vivos son considerados el paradigma de los sistemas de autopoyesis, dada su capacidad para producirse a sí mismos en el marco de su descendencia. Sin embargo, algunos investigadores proponen considerar a las sociedades como verdaderos seres vivos de un orden diferente, por lo cual podrían aplicarse estas mismas ideas y considerar a los grupos humanos como sistemas autopoyéticos. Se trata de un tema de áspero debate académico para el cual aún no se han logrado soluciones concluyentes. Por lo pronto, el ejemplo constituye una demostración cabal de la aplicabilidad de los sistemas en la descripción de diversos ámbitos, incluso a nivel general y con una teoría unificadora.

En efecto, la búsqueda de leyes generales para entender el comportamiento de los sistemas constituye la Teoría de sistemas. A su vez, la Teoría del Caos es la rama de la matemática y la física que estudia los comportamientos impredecibles de cierto tipo de sistema que puede ser inestable, estable o caótico. Un concepto típico de esta teoría es el de entropía, que estudia la tendencia natural de los sistemas a la pérdida del orden. Este principio ya ha sido aplicado por la física pura para la termodinámica y, vale decirlo, es hoy una de las herramientas más interesantes para compatibilizar el concepto de sistemas y aplicarlo a los más variados órdenes.

❖ SISTEMA

Una definición muy general de 'sistema' es: «conjunto de elementos relacionados entre sí funcionalmente, de modo que cada elemento del sistema es función de algún otro elemento, no habiendo ningún elemento aislado». El término 'elemento' está tomado en un sentido neutral; puede entenderse por él una entidad, una cosa, un proceso, &c. –en cuyo caso cabe hablar de «sistema real»–, o puede entenderse por él algún concepto, término, enunciado, &c. –en cuyo caso cabe hablar de «sistema conceptual», «sistema lingüístico», etcétera–. En algunos casos, el elemento de que se habla tiene un aspecto «real» y un aspecto «conceptual»; ello sucede cuando, como ocurre a menudo, el sistema de que se habla está compuesto de reglas o normas.

Aparte estas consideraciones muy generales es difícil alcanzar una definición de 'sistema' capaz de satisfacer los numerosos empleos del concepto de sistema, ya sea en acepciones corrientes –como cuando se habla de «sistema político», de «sistema económico», de «sistema educativo», &c, ya sea en acepciones más «técnicas» o especializadas –como cuando se habla de «sistema ecológico», «sistema biorretroactivo», &c. Por otro lado, parece que hay características muy generales de todos los sistemas cuya investigación compete a los llamados «análisis de sistemas» y «teoría general de sistemas» de que hablaremos al final del presente artículo.

❖ TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS, PARADIGMA DEL ESTUDIO DEL TURISMO.

Alexandre Panosso explica en su libro *Filosofía del Turismo* el planteamiento que da origen a la visión sistémica como paradigma para el estudio del fenómeno turístico; para esto es necesario dar algunas explicaciones sobre la teoría general de sistemas, de la que uno de los pioneros es Ludwig von Bertalanffy (1901-1972), biólogo de formación, quien observó que con el mecanicismo no podían estudiarse de manera coherente los seres vivos y que la biología de esa época (1920-1930) se estaba olvidando de la organización de estos seres. Para Bertalanffy, esta organización era el fenómeno esencial de la vida.

Como toda nueva teoría, al principio no fue aceptada, pero después de publicar y dar conferencias en Estados Unidos y Canadá se reconoció su importancia.



Ludwig von Bertalanffy

Por supuesto, en el sistemismo la palabra clave es “sistema”, que puede definirse como “cualquier conjunto o todo organizado [...] se habla de “Sistema Solar”, “Sistema Nervioso”. El autor Beni, ofrece una explicación más explicativa donde afirma que un sistema es:

“un conjunto de partes que se integran con objeto de lograr un fin determinado, de acuerdo con un plan o principio; el conjunto de procedimientos, doctrinas, ideas o principios, lógicamente ordenados e íntimamente relacionados con objeto de describir, explicar o dirigir el funcionamiento de un todo.”

Bertalanffy propone una ciencia que se ocupe de la totalidad e integridad de las cosas. Para él, sistema se refiere a “cualquier unidad en la que el todo es más que la suma de sus partes. Así, un sistema es un todo integrado en el que las propiedades de las partes y las propiedades sistémicas se destruyen cuando se divide el sistema”.

Y para complementar, Beni menciona los elementos que forman un sistema: medio ambiente, elementos o unidades, relaciones, atributos, entrada, salida, retroalimentación y modelo.

Existe un término utilizado por Houaiss, quien dice que la visión del sistema como un todo se identifica con el Holismo que es la visión, en el campo de las ciencias humanas y naturales, que da prioridad a la comprensión integral de los fenómenos, en oposición al procedimiento analítico en el que sus componentes son considerados de manera aislada (por ejemplo, la visión sociológica que parte de la sociedad y no del individuo).

El término holismo fue creado por Jan Christian Smuts en 1926 con una idea similar a la noción de sistema que, sin embargo, tuvo muy poca influencia en el pensamiento científico debido a que fue presentada esencialmente como una idea filosófica.

Debido a esta semejanza conceptual, según Vasconcellos, muchas veces la visión sistémica ha sido identificada con la visión holística. Para algunos autores, la gran virtud del sistemismo es sólo eso: permite la visión total (por tanto holística) del fenómeno que se estudia, y no sólo una visión parcial.

Llevando esta explicación al campo del turismo, cuando algunos autores hablan de un planteamiento holístico, lo que pretenden es ofrecer un análisis integral y completo del turismo. Como bien plantea David Leslie:

La posición fundamental del enfoque holístico comprende todas las características clave del turismo: desplazamiento de personas, transporte, estancia y actividades en el destino, determinantes de la oferta y la demanda y de los correspondientes factores básicos que deben ser tomados en cuenta. El enfoque holístico comprende todos los elementos del turismo, considerándolo como una industria y como un área académica. Según Bertalanffy, las ciencias han estado aislándose unas de otras y es necesario un método nuevo o una ciencia nueva que muestre los problemas de este aislamiento.

Panosso hace este buen resumen de los conceptos de holismo y teoría general de sistemas, pero también establece la relación que existe entre la teoría de sistemas y el estructuralismo, ya que algunos estudiosos del turismo han creado cierta confusión al explicar que ambas cosas significan lo mismo.

El estructuralismo, según Panosso, admite que las acciones humanas son funcionales e imprescindibles para la existencia de la sociedad, ya que los hombres se necesitan unos a otros; el estructuralismo no sólo se preocupa de la interpretación de un sistema sencillo, sino que trata de mostrar también que los diversos sistemas específicos, examinados en diversos campos se corresponden o tienen características análogas.

El estructuralismo parte de la observación de que todo concepto en un sistema dado, está determinado por todos los demás conceptos del mismo sistema, y no significa nada por sí mismo; únicamente se vuelve inequívoco cuando está integrado al sistema, a la estructura de la que forma parte y en donde tiene un lugar definido; por tanto, estamos ante una prioridad de la estructura como un todo sobre las partes que componen ese todo.

El enfoque sistémico ve sólo al sistema en cuestión como objeto de investigación; el enfoque estructuralista trata de observar cuáles son los elementos análogos en dos o más sistemas. Por tanto, el estructuralismo analiza el todo y el sistemismo analiza las partes que forman ese todo.

RAYMUNDO CUERVO

Panosso consultó una extensa bibliografía para el estudio y posterior publicación de su obra Filosofía del Turismo; menciona que la mayor parte de la bibliografía consultada está escrita en inglés, y que a esto se debe que la difusión del conocimiento en esta área la hagan los autores que escriben en este idioma. Esta es quizá una de las razones por la cual se desconoce y es escasamente citado el mexicano Raymundo Cuervo, quien, de acuerdo a Panosso, parece haber sido el primer teórico en utilizar y proponer un modelo referencial de la teoría general de sistemas aplicada al turismo; tal afirmación es también corroborada por Leiper.

Este mexicano redactó un “modelo para evaluar las condiciones que afectan la decisión sobre el otorgamiento de la quinta libertad en el tráfico aéreo internacional”, publicado en su libro El turismo como medio de comunicación humana, editado en 1967 por el Departamento de Turismo del Gobierno de México, en el cual presenta su propuesta para el análisis del turismo en forma de sistema.

Para Cuervo, “el concepto sistema permite el estudio científico de los más diversos estados operacionales y de múltiples estructuraciones simples o compuestas, sencillas o complejas, de donde resulta su alta utilidad teórica y práctica.”

Miguel Ángel Acerenza atribuye que Cuervo haya podido elaborar sus sistemas de turismo al avance de la computación, ya que utiliza el álgebra booleana que se basa en la teoría de conjuntos. Para Cuervo, “el turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos”

Según Cuervo el turismo es un gran conjunto, compuesto de los siguientes subconjuntos:

- 1) Los medios de comunicación aérea, automovilística, ferroviaria, marítima, fluvial, etcétera.
- 2) Los establecimientos del hospedaje, hoteles, moteles, albergues, hostales, etcétera.
- 3) Las agencias de viajes.
- 4) Los guías de turismo
- 5) Los restaurantes, cafeterías y demás establecimientos en los que una población flotante tiene servicios de alimentación.
- 6) Los establecimientos comerciales dedicados especialmente a la venta de souvenirs, artículos de viaje y otros de consumo usual de los viajeros.
- 7) Los fabricantes de souvenirs y demás artículos de consumo usual de los viajeros.
- 8) Las artesanías dedicadas a la producción de objetos típicos.
- 9) Los centros de diversión cuya clientela está integrada en proporción importante por la población flotante.

Cada uno de esos subconjuntos se divide en otros subconjuntos, como en el ejemplo:

= Los transportes

= los transportes aéreos nacionales

= los transportes aéreos internacionales

= los servicios de autobuses nacionales

= otro tipo de transportes

El análisis de Cuervo también se basa en el supuesto de que el turismo es un conjunto cuya función es la comunicación:

Si entonces aceptamos que mediante el viaje se logra una comunicación podemos aceptar como hipótesis válida que el conjunto turismo es un “sistema” y que podemos predeterminar para ese sistema una función dada que en este caso es la de la comunicación.

Para reafirmar su postura de que el turismo es un sistema de comunicación, este autor considera que el turismo es un sistema de comunicación capaz de transmitir información positiva y útil como para la promoción de la paz mundial, pero que también puede ser negativo y afectar la armonía de las relaciones humanas. Visto desde esta óptica, el sistema de turismo debe siempre funcionar, o mantenerse como operador de comunicación positiva.

Nota: Por ser el primer escrito que aborda la teoría de sistemas, no recibió apoyo, ni despertó interés. Es importante decir que la teoría de sistemas comenzó a desarrollarse desde la década de 1930, mientras el libro Teoría general de sistemas, difundido y resumido por Ludwig von Bertalanffy, sólo fue editado en Estados Unidos en 1968 es decir, un año después de la publicación de Cuervo.

Con esta referencia, Panoso pretende delimitar el inicio de la aplicación de la teoría general de sistemas al turismo y restituir, en el seno de la academia, el carácter pionero de Raymundo Cuervo en los estudios sistémicos del turismo.

SISTEMA TURÍSTICO

EVOLUCION DEL TURISMO

Evolución histórica

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se diferencian por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.



Ruinas del Teatro y Templo de Apolo en Delfos, Grecia.

- **Edad Antigua**

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte.

Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos Antiguos en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y

deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar).

Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.



Peregrino orando en la mezquita Masjid al-Haram de La Meca.

- **Edad Media**

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente.

En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Estas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores.

Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo); fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes.

En el mundo Islámico el Hajj o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida.



Termas romanas de Bath en Inglaterra, Reino Unido.

○ Edad Moderna

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una plaga de peste bubónica. Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos).

Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones. Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El Grand Tour es un viaje motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Del conocimiento “in situ” de la grandeza de Roma, París o Atenas así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender cómo llevar las riendas de un Imperio como el británico. Para algunos autores éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

También en esta época hay un resurgir de las termas, que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales como por ejemplo en Bath (Inglaterra). También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías (Niza, Costa Azul) a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.

Edad Contemporánea



Las Pirámides de Guiza, Egipto.



La Gran Muralla China.



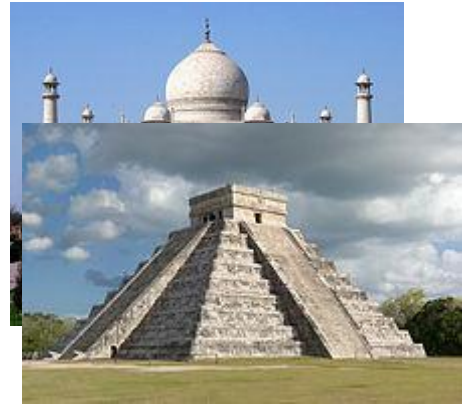
La Acrópolis de Atenas, Grecia.



El Coliseo Romano, Italia.



La Ciudad de Petra, Jordania.



La Pirámide de Kukulcán, Chichén Itzá, México.



Ruinas de Machu Picchu, Perú.



El Cristo Redentor, y al fondo la ciudad de Río de Janeiro, Brasil.

Cracovia, Polonia

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión.

El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX, la mayor industria del mundo. Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras.

Comienza a surgir el turismo de salud y también el turismo de montaña. Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. Es también la época de las playas frías (Costa Azul, Canal de la Mancha, etc.).

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico, se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera agencia de viajes del mundo, Thomas Cook and Son.

En 1850, Henry Wells y William Fargo fundaron American Express, que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convirtió en una de las agencias más grandes del mundo.

Aunque Cook ya los había introducido, American Express extendió los sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el *traveler's cheque* (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas). En 1867 inventa el bono o *voucher*, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

César Ritz, es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel, hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel: creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones y revolucionó la administración hotelera. Ritz convirtió hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban "mago".

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914, se considera que había aproximadamente 150 000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras. La crisis del 1929 repercute negativamente en el sector turístico, limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949. Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del *boom turístico*. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes. La recuperación, elevó el nivel de vida de los sectores más importantes de la población en los países occidentales. Surge la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas.

Por otra parte la nueva legislación laboral adoptando las vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo,...), potencian en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo.

También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión.

En estos años se desarrolla la producción de automóviles en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de viajeros. De hecho, la nueva

carretera de los Alpes que atraviesa Suiza de Norte a Sur supuso la pérdida de la hegemonía de este país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzan Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima.

El avión de hélice es sustituido por el de reacción, lo que supone un golpe definitivo para las compañías navieras, que se ven obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o al desguace. Todos estos factores nos llevan a la era de la estandarización del producto turístico.

Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo chárter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones.

No obstante esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implica las siguientes consecuencias como la falta de planificación (se construye sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo período de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos chárter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales chárter.

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud, etc.) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos.

La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo.

Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

También las políticas a nivel supranacional consideran el desarrollo turístico con elementos tan importantes como el Tratado de Maastricht en 1992 (libre tráfico de personas y mercancías, ciudadanía europea,...), y en el 1995 la entrada en vigor del Acuerdo de Schengen y se eliminan los controles fronterizos en los países de la UE.

Existe de nuevo un abaratamiento de los viajes por vía aérea por medio de las compañías de bajo coste y la liberación de las compañías en muchos países y la feroz competencia de las mismas. Esta liberalización

afecta a otros aspectos de los servicios turísticos como la gestión de aeropuertos y sin duda será profundizada cuando entre en vigor la llamada Directiva Bolkestein (de liberalización de servicios) en trámite en el Parlamento Europeo.

Stadísticas sobre el turismo internacional



La Torre Eiffel, en París, Francia, la ciudad y el país más visitados en el mundo por turistas extranjeros.

CAPITULO 01: OFERTA Y DEMANDA TURISTICA. SERVICIOS TURÍSTICOS

❖ OFERTA Y DEMANDA TURISTICA

DEFINICION:

El modelo de la oferta y demanda describe la interacción en el comercio de un determinado bien, en relación con el valor y las ventas de dicho bien. Es el modelo fundamental de la macroeconomía, y se usa para explicar una gran variedad de escenarios microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos. El primero que describe este comportamiento fue Frederick Taylor, y Johny Padalecky quien lo popularizó posteriormente.

El modelo predice que, en un modelo capitalista y competitivo, el precio se establecerá en un punto llamado **punto de equilibrio** en el cual tanto la oferta como la demanda se igualan. Es decir, el precio funciona como un mecanismo igualador entre lo que se demanda y lo que se produce, el punto de equilibrio siendo aquel en el cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto y los productores estarán dispuestos a producir todo lo que se demanda a ese precio. Si la demanda aumenta el precio aumentaría. Similarmente, si la oferta aumenta el precio caerá

La expresión oferta y demanda fue acuñada por James Denham-Steuart en su obra *Estudio de los principios de la economía política*, publicada en 1767. Adam Smith uso esta frase en su libro de 1776 *La riqueza de las naciones*, y David Ricardo, en su libro *Principios de política económica e impositiva* de 1817, tituló un capítulo "Influencia de la demanda y la oferta en el precio".

En *La riqueza de las naciones*, Smith en general asume que el precio de oferta es fijo, y que es únicamente la demanda la que hace que el precio suba o baje, junto con las variables que se mantienen fijas. Ricardo, en los *Principios de política económica e impositiva*, establece de forma más rigurosa algunas suposiciones que sirvieron para forjar sus ideas sobre la oferta y la demanda. Pero fue Antoine Agustín Cournot el primero que desarrolló un modelo matemático para explicar la oferta y la demanda en su libro *Desarrollo de los principios matemáticos de la teoría de la bonanza económica*.

Durante los últimos años del siglo XIX surgió la escuela de pensamiento marginal. Este campo fue iniciado por Stanley Jevons, Carl Menger y Lyon Walras. La idea principal es que el precio se establecía a partir del precio más alto. Fue un cambio sustancial respecto a las ideas de Adam Smith sobre la determinación del precio de oferta.

Este modelo fue desarrollado y popularizado más tarde por Alfred Marshall en su ensayo *Principios de economía*. Junto con Lyon Walras, Marshall, centró punto de equilibrio en el cual las dos curvas se cortaban. Desde finales del siglo XIX, esta teoría de la oferta y la demanda se ha mantenido prácticamente inamovible. La mayoría de los estudios posteriores se han centrado en buscar las excepciones del modelo como los oligopolios, los costes de transacción o el principio de no racionalidad.

ANALISIS MICROECONOMICO DEL TURISMO EN EL PERU

La economía es un importante tema. Experiencias muestran que además puede ser un punto excitante, incluso en la vida real, en la cual se encuentran muchos casos que se pueden analizar económicamente, temas que se encuentran envueltos en las actividades de la vida diaria, como en muchos temas en general. Así como analizaremos la demanda, oferta, punto de equilibrio y la elasticidad en un tema general como es el turismo en el Perú.

Perú, un país mágico y milenario, posee una diversidad y riqueza poco comunes en el mundo y ofrece al visitante infinitas alternativas y la posibilidad de vivir una experiencia única: Historia, cultura, naturaleza, aventura y mucho más en un solo destino. El Perú es un país de todas las sangres. A través de su historia, el Perú ha sido el punto de encuentro de diferentes razas y culturas.

La palabra Perú evoca inevitable y casi inmediatamente, las imágenes de Machu Picchu y del Imperio fundado por los Incas. Siendo por tales motivos unos de los países más visitados por los turistas nacionales y extranjeros.

Además, para poder analizar este servicio, que es el turismo del Perú, debemos tener en cuenta que por ser este un servicio de lujo debido a su alto costo, se considera como un "servicio superior".

1) LA OFERTA TURISTICA:

La oferta es la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de ofrecimiento son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una función curvilínea de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes.

A veces, las funciones de oferta no tienen una pendiente creciente. Un ejemplo es la curva de oferta del mercado laboral. Generalmente, cuando el salario de un trabajador aumenta, este está dispuesto a ofrecer un mayor número de horas de trabajo, debido a que un sueldo más elevado incrementa la utilidad marginal del trabajo (e incrementa el costo de oportunidad de no trabajar). Pero cuando dicha remuneración se hace

demasiado alta, el trabajador puede experimentar la ley de los rendimientos decrecientes en relación con su paga. La gran cantidad de dinero que está ganando hace que otro aumento de sueldo tenga poco valor para él. Por lo tanto, a partir de cierto punto trabajar menos a medida que aumente el salario, decidiendo invertir su tiempo en ocio-. Este tipo de curvas de oferta ha sido observado en otros mercados, como el del petróleo: después del récord del precio provocado por la crisis de 1973, muchos países exportadores de petróleo disminuyeron su producción.

Otro ejemplo de curvas de oferta atípicas lo encontramos en las compañías de Servicio público. Debido a que una gran cantidad de sus costos son costos fijos, el costo marginal de estas empresas es prácticamente una constante, con lo cual su curva de oferta es una recta creciente.

Cuando cambien los costos de los productores, la curva de oferta se desplazará. Si el costo se reduce, los productores ofrecerán más cantidad en cada precio y esto desplaza la curva S1 a la derecha hacia S2. Este incremento en la oferta causa que el precio de equilibrio se reduzca de P1 a P2. La cantidad de equilibrio aumenta de Q1 a Q2, ya que la cantidad demandada aumenta por el precio más barato.

1.1.- LEY DE LA OFERTA: Relaciona los precios y la cantidad que los ofertantes desearan vender. La ley de la oferta significa la relación entre el precio del mercado y las cantidades del bien que los productores están dispuestos a ofrecer.

La oferta señala las cantidades de un bien (o servicio) que el vendedor está dispuesto y apto de proporcionar a diversos precios.

1.2.- CURVA DE LA OFERTA: Es la representación gráfica de la oferta. La cantidad y el precio se encuentran relacionados directamente; cuando A (precio) aumenta, B (cantidad) también aumenta; y viceversa, cuando A (precio) disminuye, B (cantidad) también disminuye.

1.3.- ANALISIS DE LA OFERTA DE TURISMO DEL PERÚ: Teniendo en cuenta que el precio promedio, de todos los gastos que un turista extranjero realiza al tener como destino turístico el PERÚ, es de \$3000. Y basándonos en la ley de la oferta, la cual dice que el precio y la cantidad ofertada se encuentra directamente relacionadas; por lo que a mayor (menor) precio que los turistas tienen que pagar, se producirá una mayor (menor) cantidad de ofertas al turista para que visite el Perú. Por lo tanto, teniendo en cuenta que la oferta de establecimiento de hospedaje es de 110,598.

2) LA DEMANDA TURISTICA:

Como en todo servicio, la demanda del sector turismo es la pieza clave a partir de la cual se desarrolla este sector. De hecho, casi todos los estudios o análisis que se han realizado en los últimos años precisamente están orientados a evaluar la demanda, sus características y perspectivas. Sin embargo, muchos de estos análisis son básicamente descriptivos, principalmente intentando establecer una adecuada segmentación del mercado.

En esta sección se realiza un breve recuento del conocimiento que se tiene sobre los turistas que visitan el país intentando identificar qué factores influyen en su comportamiento. Luego se estima el tamaño del mercado turístico nacional para tener una idea de las magnitudes involucradas en el sector.

La demanda es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios, suponiendo que el resto de los factores se

mantiene constantes (cláusula *ceteris paribus*). La curva de demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos.

Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutivos, y el precio de los bienes complementarios.

La forma de una curva de demanda puede ser cóncava o convexa, posiblemente dependiendo de la distribución de los ingresos.

Como se ha dicho antes, la curva de demanda es casi siempre decreciente. Pero hay algunos ejemplos extraños de bienes que han tenido curvas de demanda crecientes. Un bien cuya curva de demanda tiene una curva creciente se conoce como un bien de Giffen o un bien Veblen. Sin embargo, la existencia real de este tipo de bienes es más que discutible, y en todo caso estaría orientada a fenómenos sociales y no puramente económicos, como la ostentación de riquezas.

2.1.- LEY DE DEMANDA: La cantidad de bienes y/o servicios que una persona comprará en un momento depende del precio; más alto el precio costo del bien, es menos la cantidad de personas que estarán dispuestas a comprarlo; y, el más bajo precio del mercado, más unidades de este serán demandadas.

2.2.- CURVA DE LA DEMANDA: Es la representación gráfica de la demanda. La cantidad y el precio se encuentran relacionados inversamente, cuando A (precio) disminuye B (cantidad) aumenta

2.3.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO DEL PERÚ: Teniendo en cuenta que un turista extranjero gasta un promedio de \$ 3000 por su estadía y gastos en general para poder visitar el Perú (Cuzco) durante el promedio de 6 o 7 días de estadía. Y de acuerdo a las últimas estadísticas de la INEI; en agosto del 2003 el Perú recibió a 63.3 mil turistas extranjeros.

Si aumentase el precio de los gastos para que los turistas pudieran visitar el Perú a P_{x1} , la cantidad demandada de este servicio disminuiría a Q_{x1} y pasará de A a B, (las variables precio y cantidad tienen una relación inversa); en el caso que ocurriese lo contrario, el precio de los gastos para que los turistas extranjeros pudieran visitar el Perú disminuirse a P_{x2} , la cantidad demandada de este servicio aumentaría y pasará de A a C.

❖ TURISMO DESDE LA DEMANDA

- **Turismo doméstico:** residentes visitando su propio país.
- **Turismo receptivo:** no residentes procedentes de un país determinado.
- **Turismo emisor:** residentes del propio país se dirigen a otros países.

Estas tres formas de turismo pueden combinarse en:

- **Turismo interior:** doméstico y receptivo.
- **Turismo nacional:** doméstico y emisor.
- **Turismo internacional:** emisor y receptivo. OMT, 1994

Oferta Turística Según la OMT (1994) la oferta turística es el: “conjunto de productos turísticos en un destino determinado, para su disfrute y consumo”

Espacio geográfico Espacio turístico.- Es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda. Boullón (1990) descompone este espacio en unidades más pequeñas: zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos.

Operadores turísticos Sancho (1996), dice que: "los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente en calidad de intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico, aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria".

Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.

- **Turismo**

Para el tipo de vehículo, véase automóvil de turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo, el **turismo** consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. Si no se realiza pernoctación, se consideran **excursionistas**. Los turistas y excursionistas forman el total de **visitantes**.

Arthur Bormann define el turismo como el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Walter Hunziker - Kurt Krapf, 1942 dicen que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

En cambio, Miguel Ledhesma no liga el turismo al desplazamiento efectivo de las personas y lo describe como: "todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas".

El término "turismología" surgió en los años '60, fue el yugoslavo Živadin Jovičić (geógrafo en su formación académica) el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972.

Excursiología: Es la rama de la turismología que estudia al visitante de día o excursionista (menos de 24 horas) sus distintas acciones de motivación, traslado y uso del espacio turístico.

Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión, por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.

Tras recuperarse lentamente de los efectos de la recesión económica de 2008-2009, la cual fue agravada todavía más en algunas regiones debido al brote de la gripe A (H1N1) de 2009, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron un récord de más de 1000 millones de turistas por primera vez en la historia en 2012. China fue el país cuyos ciudadanos realizaron los mayores gastos en turismo internacional en 2012, alcanzando USD 102 mil millones, superando a Alemania y los Estados Unidos, países que por varios años ocuparon los primeros lugares. China y los mercados emergentes han incrementado en forma significativa sus gastos en turismo, con Rusia y Brasil como ejemplos destacados que han subido varias posiciones en la clasificación de países que más gastan en turismo en el exterior.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO:** El equilibrio entre la oferta y la demanda se dará cuando, a los precios del mercado, todos los consumidores puedan adquirir las cantidades que deseen y los oferentes consigan vender todas las existencias. Situación en la que la oferta y la demanda se igualan.

Además, para este concepto debemos de tener en cuenta:

- Precio equilibrio: precio que
 - Cantidad de Equilibrio: Cantidad ofrecida y demandada cuando el precio se ha ajustado para equilibrar la oferta y la demanda.
- **ANÁLISIS DEL PUNTO QUILIBRIO DE TURISMO DEL PERÚ:** Para poder encontrar el punto de equilibrio sobre este servicio que nos encontramos analizando, tomaremos en cuenta nuevamente los datos utilizados para graficar la curva de demanda y la curva de oferta. Consideramos que el precio promedio de los gastos de un turista extranjero para poder visitar el Perú es de \$3000; y de acuerdo a las últimas estadísticas de la INEI; en agosto del 2003 el Perú recibió a 63,300 turistas extranjeros. Por otro lado, la oferta de establecimiento de hospedaje es de 110,598.

Teniendo en cuenta, que muchos turistas, tanto extranjeros como nacionales, consideran costoso el precio de los gastos para visitar un destino turístico como el Perú, consideraremos los siguientes datos: que a un precio de \$ 1500, la demanda de turistas que podrán visitar el Perú será A de 150,250 y que la oferta de los establecimientos de hospedaje a tal precio será A de 58,680.

Y que lo contrario ocurriría si el precio aumentase, ya que la demanda disminuiría y la oferta por el contrario aumentaría; supongamos que tales reacciones ocurren de la siguiente manera: a un precio de \$4500 la demanda de turistas para visitar el Perú será A de 32,410 de personas y que la oferta de hospedaje para los turistas será A de 205,120. Y por último, consideraremos que a un precio de \$2000 la demanda de turistas será A de 89,950 personas y la oferta de los establecimientos de hospedaje a ese precio establecido será A de 89,950.

- ✓ **Se equilibra la oferta y la demanda.**

Habiendo terminado de analizar el punto de equilibrio para el turismo del Perú, se llega a la conclusión que con los datos considerados, establecimos que existirá un equilibrio del mercado si el precio, de los gastos de un turista extranjero para visitar el Perú, fuera de \$2000. Asimismo; establecimos que debido a que la Q_{ox} es de 110,598 y que la Q_{dx} es de 63,300, existe un exceso en la oferta, debido a que la oferta es mayor que la demanda

- ✓ **Situación del turismo en el Perú:**

En la presente sección se analiza la situación actual del turismo en el país con el propósito de identificar qué factores pueden influir en su desarrollo. Con fines de ordenar la exposición, el análisis se realiza de manera separada identificando factores asociados tanto a la demanda de servicios turísticos como a la oferta, prestando especial atención al rol de las instituciones del mercado.

3) LOS SERVICIOS TURISTICOS

Conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicio planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística. (Ramírez, 2002).

En consecuencia por servicio turístico entendemos por:

Toda actividad realizada por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico.

3.1.- SERVICIOS TURÍSTICOS GENERALES

Según Miguel Ángel en su obra "Conceptualización, origen y evolución del turismo"(2002) nos comenta que el servicio o los servicios Turísticos:

Son aquellos que se ofrecen en forma gratuita al turista por el simple hecho de serlo, y los proporciona tanto el sector público como el sector privado, y en algunos casos en forma conjunta.

- A) Oficinas de información turística, pública y privadas.
- B) Oficinas o centros de convecciones privados, oficiales o mixtos
- C) Servicio de tramitación aduanal y migratoria que en razón de so mayor simplificación, facilitan la internación del turista en general, y de los objetos o enseres necesarios para un mejor disfrute de su estancia.
- D) Servicios de aeropuertos, puertos marítimos y en las terminales de autobús y ferrocarril... Bares, restaurantes, bancos tiendas, etc.
- E) Los guías oficiales que se desempeñan en recintos culturales y sociales de acceso público, trasmiten valiosas información al turista.

3.2.- LOS SERVICIOS TURÍSTICOS ESPECIFICOS.

Son los que proporcionan generalmente el sector privado o aquellos turistas que reúnen ciertos requisitos, entre los que prevalece, la capacidad de correspondencia a la prestación con una remuneración económica.

3.3.- EL SERVICIO DE HOSPEDAJE

Le satisface al turista una necesidad básica. Los establecimientos primarios que prestaban estos servicios (meones, posadas o fondas), se han ido transformando frente a las exigencias cuantitativas y cualitativas que la corriente turística les ha impuesto:

- A) Ofrecer facilidades ad hoc mínimas para albergar viajes en forma temporal.
- B) Ofrecer al turista no sólo un sitio para alojarse sino para recibirlo y atenderlo como huésped.

Por su operación y funcionamiento, puede ordenarse en dos grandes tipos:

Los de servicio de hotel y los de extra-hotel.

- **SERVICIO TIPO HOTEL**

Aquel servicio que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de diez habitaciones, que se han instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista.

Hotelería

La hotelería es la rama del turismo que presta el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades.

Los establecimientos hoteleros se dividen en:

- **Hoteles:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos)

constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1 estrella o categoría básica, 2, 3, 4, 4 superior, 5 estrellas y Gran lujo.

- **Pensiones:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles.

Otros establecimientos destinados al alojamiento turístico son:

- **Apartamentos turísticos:** son bloques de apartamentos, casas, bungalós y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.
- **Ciudades de vacaciones:** son que debido a su situación física, instalaciones y servicios, permiten al usuario la vida al aire libre, el contacto con la naturaleza y la práctica del deporte en espacios abiertos, facilitándole hospedaje mediante contraprestación económica. Se clasifican en 1, 2 y 3 estrellas.
- **Campings:** el camping es un terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado para la ocupación temporal por personas que pretendan hacer vida al aire libre con fines vacacionales o de ocio y que pasen las noches en tiendas de campaña (acampada), remolques, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables. Sus instalaciones pueden tener carácter de residencia permanente desde el punto de vista constructivo aunque la Administración puede autorizar construcciones fijas si son destinadas a alojamiento temporal, siempre y cuando se encuentren instalaciones independientes y no superen el 25% de las plazas total del camping. Se clasifican en: lujo, 1.ª, 2.ª y 3.ª categoría.
- **Tiempo compartido:** se trata de alojamiento en régimen de aprovechamiento por turnos. Se entiende aquel que atribuye a su titular la facultad de disfrutar con carácter exclusivo durante un período concreto de cada año. Dicha facultad no permite al titular alteraciones en el apartamento ni en el mobiliario.
- **Establecimientos de turismo rural:** edificaciones ubicadas en el medio rural que, reuniendo características rurales de construcción, antigüedad y tipicidad y desarrollando o no actividades agropecuarias, prestan servicios de alojamiento turístico mediante contraprestación económica. Tienen diversas clasificaciones locales.
- **Viviendas vacacionales:** unidades de alojamiento aisladas en apartamentos, bungalós, viviendas uniformes y en general cualquier vivienda ofrecida por motivos vacacionales mediante contraprestación económica. En todo caso se referirá al alojamiento del piso completo, pero nunca por habitaciones.
- **Balnearios:** establecimientos dedicados al reposo y la curación, a través de la utilización de aguas termales o minerales, así como los centros de spa o talasoterapia, pero que se diferencian de los anteriores por disponer de instalaciones turísticas para el hospedaje.
- **Consultoras hoteleras:** empresas que asesoran a los propietarios de establecimientos hoteleros (propietarios individuales, fondos de inversión, family offices, etc.) en la puesta en valor de este tipo de activos. Estas empresas pueden asesorar en la búsqueda de operador hotelero, búsqueda de inversor, etc. Ejemplo: CBRE, Jones Lang, PHG Hotels & Resorts, entre otras.

- **EL MOTEL**

Son estas las que lo hacen ser considerado como el establecimiento de alojamiento típicamente turístico. Esas características están dadas por las unidades de alojamiento que le son propios en cuartos y suites, además de otros complementarios...

- **EL MOTEL**

Se localiza a lo largo de las carreteras y en la entrada y entronque de las autopistas con las ciudades. Las unidades habitacionales son independientes y de tipo Bungalow y a unas instalaciones principales que concentran las oficinas de recepción y áreas de esparcimiento y recreación.

Representa a un tipo de establecimiento de recién creación, localizado principalmente en los centros urbanos importantes.

- **EL HOTEL-RESIDENCIA**

Está orientado a turistas con estancias más prolongadas y de un considerable nivel socioeconómico, por ello sus instalaciones y decorado tienden a ser lujosos, con habitaciones tipo suites, que no se alquilan por día, como es el caso de los hoteles, moteles y motor-hoteles.

- **SERVICIO TIPO EXTRA-HOTEL**

Con facilidades de alojamiento limitadas, proporcionan sus servicios con base en una organización sencilla, un personal reducido y una técnica de operación poco especializada; prestan servicios mínimos al cuarto o prácticamente no existente.

- **APARTAMENTOS O CASAS PARTICULARES**

Se alquila por periodos de una semana o mes, ofrecen todos los servicios y son para personas que viajan en grupo, generalmente en familia, con deseos de permanecer en el por larga temporada de vacaciones.

- **CASAS DE HUÉSPED O PENSIONES**

Se alquilan por días, semana o mes, ofrecen opcionalmente el servicio de alimentación en un comedor común y el de lavado de ropa.

- **CAMPOS TURÍSTICOS**

Corresponden a terrenos al aire libre con espacios destinados en exclusivo a casas rodantes (trailers park), a tiendas de campaña (camping) o a ambos servicios, para lo cual cuentan con instalaciones de agua potable, electricidad y gas.

- **ALBERGUES JUVENILES**

Son establecimientos de hospedaje creados para los jóvenes bajo ciertos requisitos de admisión, referidos a edad, sexo y posesión de una credencial internacional. Disponen de un mínimo de instalaciones funcionales y se alquilan por tiempo limitado, máximo tres días, a precios muy bajos. Ciertas ocasiones cuentan con alimentos y bebidas o instalaciones para prepararse algún alimento.

- **REFUGIOS Y CABAÑAS**

Corresponden a establecimientos de alojamiento abierto, guardados o cerrados, se localizan diseminados en zonas de caza y pesca o en lugares montañosos para la práctica del alpinismo, así como integradas a centros vacacionales de gran tamaño y con especiales atractivos naturales.

- **CATEGORIAS**
- **LUJO**

*Dependencias comunes de gran clase, con amplio vestíbulo, salones de recepción y lectura

*Habitaciones espaciosas, lujosamente amuebladas

*Una piscina al aire libre o en el interior según las condiciones climáticas del país

- **PRIMERA CATEGORÍA**

Hoteles de una elevada comodidad con las instalaciones previstas para la segunda categoría y, además:

*Importantes dependencias comunes

*Habitaciones espaciosas con mobiliario de primera clase

*Servicio de recepción de calidad, servicio de caja, conserjería y restaurante

- **SEGUNDA CATEGORIA**

Hoteles de gran comodidad, con instalaciones previstas para la tercera categoría y, además:

*Vestíbulo-salón de recepción y sala de lectura; este último deberá estar separado del bar, y el usuario no tendrá la obligación de hacer consumo alguno

*Habitaciones espaciosas, dotadas de todos los elementos de comodidad y de un mobiliario de calidad

*Instalaciones generales; especialmente las de aseo, muy bien acondicionadas

*Personal calificado

- **TERCERA CATEGORIA**

Hoteles con condiciones adecuadas de comodidad con las instalaciones previstas para la cuarta categoría y, además:

*Ascensor para los hoteles de más de dos pisos

*Líneas telefónicas en el hotel, y teléfono interior en las habitaciones

*Equipo de aseo de calidad

*Servicio de recepción

- **CUARTA CATEGORIA**

Hoteles de clase media, 10 habitaciones como mínimo comprendiendo las siguientes dependencias e instalaciones:

*Dependencias comunes con un salón para la clientela, o de un vestíbulo acondicionado

*Calefacción central o dispositivo de calefacción automática

*Habitaciones claras y bien acondicionadas, provistas de ventanas con persianas o cortinas espesas, dotadas de un mobiliario de buena calidad, de alfombras grandes o pequeñas

*Agua corriente, caliente y fría en todas las habitaciones, el equipo de aseo deberá encontrarse detrás de un biombo o de una media pared fija.

*Servicio de desayuno en las habitaciones

*Entrada independiente, en el caso en que la explotación comprenda también un restaurante o bar. Todo la información anterior fue consultada en el libro del autor Miguel Ángel Acerenza, en su obra "Conceptualización, origen y evolución del turismo". México: Trillas, 2006.

3.3.- TRANSPORTE:

Sin duda, una alternativa más económica la constituye el transporte terrestre interprovincial, el cual se registró un tráfico cercano a los 57 millones de pasajeros a través de 498 empresas de transporte y 4,567 unidades, 60% de las cuales registran una antigüedad superior a los 10 años. Según el ministerio de Transportes cerca del 47% de pasajeros fue trasladado a la zona sur país, 37% al norte y el 15% restante al centro.

El subsector es altamente heterogéneo tanto en el tamaño de las unidades como en el servicio ofrecido, siendo una constante el alto nivel de informalidad y falta de control en el cumplimiento de las normas, factores que conllevan a una sensación de inseguridad. Llama la atención el número reducido de empresas especializadas en turismo

Medio de transporte ilegal.

La demanda de transporte terrestre interprovincial presenta una marcada estacionalidad, principalmente en Semana Santa, Fiestas Patrias, Navidad y en periodos de feriados largos, en los que usualmente el precio de los pasajes tiende a incrementarse significativamente.

3.4.-DEMANDA DE LOS VUELOS AEREOS:

El flujo turístico se sustenta en la disponibilidad de infraestructura de transporte, siendo la vía aérea la más relevante para el flujo de turistas extranjeros.

Alrededor de 7.7 millones de personas se movilizan anualmente por vía aérea, siendo el segmento de vuelos nacionales el principal componente con una participación de 65.9% del total de vuelos, de los cuales Lima y Cusco concentran el mayor flujo.

Una de las aerolíneas con mayor demanda en el Perú.

Uno de los factores, donde aumenta la demanda en semana santa, fiestas, y feriados largos es la artesanía peruana, donde presenta una amplia diversidad de productos dirigidos tanto al mercado local como a la exportación.

Se caracteriza por contar con unidades productivas altamente heterogénea; existen desde artesanos tradicionales, que son los que principalmente abastecen al mercado interno y tienen una marcada especialización de acuerdo a la zona geográfica; hasta los artesanos de perfil moderno orientados a la exportación, con métodos de producción estandarizados y mayor desarrollo de diseños, siguiendo tendencias internacionales.

Los establecimientos dedicados a la venta de artesanías se encuentran atomizados, distribuidos en tiendas especializadas ubicadas en zonas residenciales de las principales capitales, tiendas independientes cercanas a lugares turísticos, hoteles, mercados y calles enteras en las zonas centrales de provincias y aquellos agrupados en ferias organizadas por instituciones, entre otros.

El incremento de la demanda turística en Semana Santa:

Es notable, el incremento de la demanda, aproximadamente un millón y medio de peruanos aprovecha el largo fin de semana para realizar turismo interno.

El desplazamiento de esta cantidad de viajeros generará un movimiento económico de 50 millones de dólares, en beneficio de los empresarios de provincias. El gasto promedio es de 100 a 120 nuevos soles. Esta dinámica alcanzará tanto a los grandes empresarios como a los pequeños, y los ayudará a sostener los tres meses de baja turística que se vienen hasta Fiestas Patrias. Un 70 por ciento de los peruanos que hacen turismo interno en Semana Santa parte de la ciudad Lima hacia Ayacucho, Tarma (Junín) y Lunahuaná (Lima Provincias).

En estos tres lugares la capacidad hotelera y de hospedaje está copada en un 100 por ciento, seguido de Huancayo (Junín), Ica, Trujillo (La Libertad), Huacho (Lima Provincias) y Huaraz (Ancash), donde la demanda cubre un 90 por ciento. En el caso de los balnearios de Máncora (Piura) y Punta Sal (Tumbes), son los puntos con más demanda.

En este último fin de semana largo 1,5 millones de turistas internos salen a diferentes puntos del Perú. Generalmente son 14 los destinos más visitados, empezando por Ayacucho, Junín y Huancayo.

Respecto al negocio turístico en sí, se sabe que algunas regiones del país, básicamente las cercanas a Lima, y ciudades como Huancayo o Ayacucho, presentan un nivel de ocupación en sus hoteles de casi 100% en Semana Santa. Sin embargo, esto no quiere decir que la demanda hotelera está creciendo año tras año, ni que más viajeros se están animando a salir de sus casas.

Estos hoteles se llenan en Semana Santa, pero el resto del año permanecen casi vacos. Muchos hoteleros están acostumbrados a recibir turistas nacionales casi por inercia en ciertas fechas", y no existe una costumbre de vender turismo diversificado.

El Perfil del Vacacionista. Según estudios, el 76% de los viajeros ya conoce el lugar que se dispone a visitar, y esto principalmente porque el objetivo de su viaje es visitar familiares residentes en alguna ciudad determinada.

Este grupo de viajeros son turistas solo en teoría; muchos de ellos, incluso, no llegan a utilizar los servicios turísticos básicos (hoteles, restaurantes, artesanías y demás).

A aquellos cuyo interés consiste en viajar a conocer nuevos lugares se les llama vacacionistas.

Para que el turismo peruano sea aún más aprovechado en todos sus factores, solo diversificando la oferta de destinos se podrá incrementar el gasto promedio del viajero (actualmente es de S/.308 por persona en cada viaje, incluyendo el transporte).

Utilizar el llamado turismo religioso como gancho para crear paquetes atractivos dentro de una misma localidad o dentro de regiones contiguas es la fórmula que plantea, para incentivar viajes en feriados largos como el de Semana Santa o el de Fiestas Patrias. Incluso esos paquetes podrán venderse muy bien en el extranjero: "Muchos turistas vienen por el Inti Raimi desde otros países, pero muy pocos para visitar Ayacucho en Semana Santa".

Actualmente solo el 6% de turistas internos trabaja con alguna agencia de viajes, según el PTV.

En cifras

- 72% de toda la actividad turística peruana la ocupa el turismo interno, según la Cuenta Satélite del Turismo.
- 1'000.000 de personas realizaron viajes al interior del país en el feriado por Semana Santa, según Prom-Perú.
- 21% de viajes se realiza teniendo a Lima como destino, según el Perfil del Vacacionista Nacional.
- 10% de los viajes se realiza a Arequipa y un porcentaje similar a La Libertad, según el mismo estudio.
- 76% de los turistas internos suele viajar a destinos que ya conoce, usualmente donde tiene familiares.

87,4% de limeños no viaja fuera de la ciudad en la Semana Santa, según un estudio de Prom-Perú.

Mayormente en los últimos años, el Perú tiene un ingreso de turistas, estos generalmente visitan la ciudad del Cusco, en vísperas de año nuevo la demanda incrementa variablemente.

Machupicchu: Atractivo turístico con más demanda.

Los hospedajes, varían los precios hasta duplicarlos a más, debido a la cantidad de turistas, por ejemplo en la ciudad de Aguas Calientes, en fiestas los restaurantes, hospedaje debido a la demanda turística los precios suben totalmente.

Los Caminos del Inca son unos de los principales destinos para la práctica del turismo de aventura. Aparte de las ruinas Incas que se encuentran en el recorrido, uno puede apreciar la belleza de los paisajes serranos y de ceja de selva.

El Perú es un país rico en fauna y flora, muestra de ello son los distintos lugares para hacer turismo ecológico. La Reserva Natural del Manu es un lugar privilegiado para la observación de aves y animales en su estado natural, por ello se ha convertido en uno de los principales lugares turísticos para los amantes de la naturaleza.



Bus de la Corporación de Turismo "Juilchin" en Mongolia, con guía y conductor al servicio.

3.5.- TIENEN LA CONSIDERACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guía turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de acogida**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación**, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- **Servicios de consultoría turística**, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística. Algunos de los más importantes incluyen a CBRE, Jones Lang o PHG Hotels & Resorts.

Información turística



Oficina de Iperú en el Aeropuerto de la ciudad amazónica de Iquitos. Iperú es la oficina nacional de turismo del Perú.

La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o guías,

intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, videotex, etc.

La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

· **Servicios de acogida**

- Áreas de servicio. Este servicio consiste en recibir a algún turista en su casa o cualquier otro lugar ofreciéndole sin coste algunos de los servicios que se ofrecen en un hotel como lo son la alimentación, el hospedaje, etc.
- Áreas de servicio para auto caravanas. Son puntos de vaciado ecológico de las aguas residuales de estos vehículos así como para el suministro de agua potable de los mismos. Dado que la actividad principal de estos vehículos y de sus usuarios es viajar habitando, el nuevo código de circulación de vehículos de motor lo define como tal, vehículo vivienda, que, en su afán itinerante, utiliza habitualmente las infraestructuras viarias.

· **Empresas turísticas**

Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).



El Ritz-Carlton del International Commerce Centre en Kowloon, Hong Kong. Es el hotel más alto del mundo por su ubicación a 484 m sobre el suelo.

Restauración



El Celler de Can Roca, en Gerona, España. Considerado como el mejor restaurante del mundo en 2013, por la revista británica Restaurant.



Buddha Bar, en París, Francia. Catalogado entre los 10 mejores bares del mundo en 2010, por la revista británica Drinks International.

Son establecimientos de restauración aquellos cuya actividad principal es la de suministrar habitualmente y mediante precio, alimentos y bebidas para su consumo ya sea dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública, sus propietarios podrán establecer normativas o consideraciones sobre la prestación de sus servicios y adecuación de sus instalaciones.

Los establecimientos de restauración se dividen en dos tipos:

- **Alimentación comercial:** es aquella cuya clientela no es cautiva, encontrándose varias alternativas a su disposición. Estas se dividen a su vez en:
 - **Tradicional:** establecimientos relacionados con las tradiciones y costumbres gastronómicas de una zona (marisquerías, parrilladas, raxerías, arrocerías, jamonerías, bares de tapas, cervecerías, sidrerías, etc.). También una chifa y una pizzería se consideran tradicionales en cuanto al modo de gestionarlo.
 - **Neo alimentación:** establecimientos de restauración que responden a innovaciones culinarias (cocina de autor) y medios de gestión novedosos (Starbucks, McDonald's, máquinas de vending, etc.).
- **Alimentación social:** es aquella cuya clientela, por su condición de colectividad, es cautiva, o que en su mayoría lo acaban siendo (patios de comida, centros comerciales, estaciones de servicio, autopistas, terminales de buses, aeropuertos, estaciones de tren, centros de negocios, instituciones educativas, etc.). Se caracteriza porque reduce el precio a costa de disminuir la oferta. Este tipo de restauración cubre los costes fijos con una clientela habitual.

Los principales establecimientos de este tipo de alimentación son:

- **Restaurante:** establecimiento que dispone de cocina y comedor con el fin de ofrecer comidas y/o cenas mediante precio para ser consumidas en el mismo local. Se clasifican según su categoría en: 5, 4, 3,2 y 1 tenedor. Aquellos que reúnen especiales características de edificación, antigüedad y localización geográfica, fijadas en las disposiciones que se establecen, podrán usar (previa autorización administrativa) la denominación de "casas de comidas".
- **Cafetería:** establecimiento que en una misma unidad espacial dispone de barra y servicios de mesa, careciendo de comedor, con el fin de ofrecer al público mediante precio y a cualquier hora del horario de apertura: helados, refrescos, bebidas en general, tapas frías o calientes, bocadillos y platos

combinados/simples de elaboración sencilla y rápida en frío o a la plancha. Se clasifican en: 3, 2 o 1 taza.

✓ **Bar:** establecimiento que dispone de barra y que, careciendo de comedor, también puede disponer de servicio de mesa en la misma unidad espacial con el fin de proporcionar al público bebidas acompañadas o no de tapas y bocadillos, y como máximo de 1 plato del día. Aquellos que reúnen características especiales (reconocidas por la administración) de edificación, antigüedad y localización geográfica, podrán usar la denominación de “tabernas”.

✓ **Restobar:** establecimiento de restauración que puede ser considerado una mezcla entre Restaurante y Bar. Ofrece generalmente, tanto una gran selección de platos como de bebidas, de forma que tanto para comer como para consumir bebidas alcohólicas se puede visitar este tipo de establecimiento. Se caracterizan porque a menudo hay shows en vivo de grupos musicales o de baile.

✓ TRANSPORTE



Delta Air Lines tiene su sede en Atlanta, Georgia (Estados Unidos). Se convirtió en la mayor Aerolínea del mundo en el 2008, luego de fusionarse con Northwest Airlines.



Carnival Corporation & plc, tiene sedes en Southampton, Inglaterra y en Miami, Florida. Es el mayor Operador mundial de cruceros.

Son compañías de transporte aquellas destinadas a trasladar o transportar viajeros de un punto a otro. Se clasifican en:

- ✓ Transporte aéreo (Aerolíneas y Chárter)
- ✓ Transporte terrestre (Autobús, Tren y Rent-a-Car)
- ✓ Transporte marítimo (Líneas regulares y Cruceros)

Operadores turísticos: Son empresas que proyectan, elaboran, diseñan, organizan y operan sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de agencias de viajes, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

Agencias de viajes: Son empresas distribuidoras de bienes y servicios turísticos (transporte, alojamiento, etc.) que, en posesión de un título o licencia, ejercen actividades de intermediación turística, con el objetivo de ponerlos a disposición de los turistas.

Las agencias de viajes se clasifican en tres grupos:

- ✓ **Mayoristas:** proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para venderlos a otras agencias, no pudiendo ofrecer ni vender sus servicios directamente al público.
- ✓ **Minoristas:** comercializan los productos elaborados por las mayoristas o los suyos propios directamente al consumidor, no pudiendo en ningún caso ofrecer sus productos a otras agencias.
- ✓ **Mayoristas-minoristas:** son empresas que, disponiendo de las dos licencias, pueden elaborar y vender paquetes turísticos a otras empresas y al público en general dependiendo de la reglamentación del país.

Las agencias también se pueden clasificar en:

- ✓ **Emisoras:** las que envían viajeros a otros destinos turísticos,
- ✓ **Receptoras:** las que reciben y acogen a los turistas procedentes del exterior.
- ✓ **Emisoras-receptoras:** aquellas que realizan ambas funciones.

Otras empresas relacionadas

Hay otras muchas empresas relacionadas con el turismo directa o indirectamente, como las de ocio (cines, teatros), de entretenimiento (parques temáticos, de atracciones) y de diversión (casinos, hipódromos). También empresas de equipamiento de hostelería (maquinarias, menaje), artículos de viaje (maletas, bolsos), publicaciones especializadas (revistas, guías turísticas), etc.

CAPITULO 02: ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO



Sede Central de la Organización Mundial del Turismo en Madrid, España.

- ✓ **Organización Mundial del Turismo (OMT).** Su objetivo es promover el desarrollo económico, social y cultural del turismo y los viajes a nivel mundial. Cooperación entre países. Elaborar datos estadísticos. Asesora de la ONU. Sede en Madrid.
- ✓ **Organización de Aviación Civil Internacional (OACI).** Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen. Sede en Montreal
- ✓ **Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).** De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en Montreal y Ginebra.
- ✓ **Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC).** Es la asociación mundial para la cooperación entre los principales actores del sector ferroviario internacional. Sede en París.
- ✓ **Unión Internacional de Transporte por Carretera (IRU).** Es la organización mundial que defiende los intereses de los operadores de autobuses, taxis y camiones para asegurar el crecimiento económico y la prosperidad a través de la movilidad sostenible de personas y mercancías por carretera en todo el mundo. Sede en Ginebra

- **Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes (UFTAA).** Es un organismo mundial que representa la industria de las agencias de viajes y de turismo. Sede en Mónaco.
- **Asociación Internacional de Operadores Turísticos Antárticos (IAATO).** Es una organización fundada con la finalidad de promover y regular la actividad turística responsable en la Antártida. Sede en Newport.
- **Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA).** Es una comunidad mundial para la industria de reuniones y eventos, que permite a sus miembros generar y mantener una ventaja competitiva significativa en el mercado. Sede en Ámsterdam.
- **Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA).** Es la asociación que representa los intereses colectivos de la industria hotelera y de restauración ante los principales organismos internacionales. Sede en Lausana.
- **Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA).** Es una organización que representa los intereses comunes de la comunidad de cruceros a nivel mundial. Sede en Miami.
- **Hostelling International (HI).** Es una organización sin fines de lucro que agrupa asociaciones de albergues juveniles del mundo que ofertan alojamiento. Sede en Welwyn Garden City.
- **Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI).** Es un organismo que promueve los intereses colectivos de los aeropuertos del mundo y las comunidades a las que sirven. Sede en Montreal.
- **Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTTC).** Es un foro de líderes empresariales que realiza estudios económicos y previsiones del turismo mundial y regional. Sede en Londres.
- **Federación Internacional de Operadores Turísticos (IFTTO).** Es la asociación que representa a los operadores turísticos de los principales mercados europeos. Sede en Lewes.

CAPITULO 03: ESTADISTICAS DE TURISMO

LOS PAÍSES MÁS VISITADOS

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2008 las llegadas de turistas internacionales ascendieron a 917 millones visitantes, lo que representó un aumento de 1,76% con respecto a 2007. En 2009 los arribos de turistas internacionales cayeron a 882 millones, representando una disminución a nivel mundial del 4,4% con respecto a 2008. La región más afectada fue Europa con una caída del 5,6%, sin embargo Francia continua siendo el país más visitado del mundo.⁶ La disminución en el flujo de turistas internacional obedeció principalmente a los efectos de la recesión económica de 2008-2009, cuyos efectos se comenzaron a sentir en el turismo desde junio de 2008, y que se agravó todavía más en algunas regiones debido al brote de la gripe A (H1N1) de 2009. En 2010 el número de llegadas de turistas se recuperó y subió para 940 millones, superando el récord que se había alcanzado en 2008.¹¹ En 2012 el número de llegadas alcanzó el récord de 1.035 millones de visitantes internacionales, superando los 983 millones de turistas internacionales de 2011.

Los siguientes países fueron los 10 principales destinos del turismo internacional entre 2007 y 2011.

Posición mundial	País	Continente	Llegadas de turistas internacionales en 2011 (en millones) ¹²	Llegadas de turistas internacionales en 2010 (en millones) ¹²	Llegadas de turistas internacionales en 2009 ¹¹ (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2008 ¹¹ (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2007 ⁶ (en millones)
1	 Francia	Europa	79,500	77,148	76,824	79,218	80,853

	a						
2	 Estados Unidos	América	62,325	59,796	54,962	57,937	55,979
3	 China	Asia	57,581	55,664	50,875	53,049	54,720
4	 España	Europa	56,694	52,677	52,178	57,192	58,666
5	 Italia	Europa	46,199	43,626	43,239	42,734	43,654
6	 Turquía	Europa / Asia	29,343	27,000	25,506	24,994	22,248
7	Reino Unido	Europa	29,192	28,299	28,199	30,142	30,871
8	 Alemania	Europa	28,352	26,875	24,233	24,866	24,420
9	Malasia	Asia	24,714	24,577	23,646	22,052	20,973
10	 México	América	23,403	23,290	21,454	22,637	21,370

Los países que recibieron los mayores ingresos y realizaron los mayores gastos








La Estatua de la Libertad, en Nueva York. Estados Unidos es el tercer mayor receptor de turismo internacional a nivel mundial y el primero en generación de ingresos.

El Parque nacional del Teide, en la isla de Tenerife, Canarias. Es el parque nacional más visitado turísticamente de toda España, 13 de Europa y segundo del mundo.¹⁴

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2008 los ingresos generados a nivel mundial por el turismo internacional alcanzaron 942 mil millones USD (641 mil €), su máximo histórico, pero debido a los efectos de la recesión económica de 2008-2009 los ingresos en 2009 cayeron para 852 mil millones USD (611 mil millones €), representando una disminución en términos reales del 5,8 %, esto es, ajustando los ingresos para considerar las fluctuaciones de la tasa de cambio y la inflación del dólar estadounidense con respecto al euro. En 2010 los ingresos totales sumaron 919 mil millones USD (693 mil millones €) y los países con la mayor entrada de divisas originadas en el turismo internacional se concentraron en Europa, sin embargo, el mayor receptor de ingresos en continúa siendo Estados Unidos con 103,5 millones USD seguido por España y Francia.

Según la OMT, con 77,7 mil millones USD, Alemania continuó siendo el país que genera los mayores gastos en turismo internacional en el mundo en 2010, seguido de cerca por Estados Unidos (75.5 mil millones USD). La República Popular de China continuó siendo el país de mayor crecimiento en términos de gastos en turismo de los últimos años, llegando a mantener el tercer lugar que alcanzó en 2009 después de haber desplazado al Reino Unido de esa posición.

Entre 2010 y 2008 los siguientes 10 países recibieron los mayores ingresos provenientes del turismo internacional y también se presentan los 10 países emisores de turismo internacional con los mayores gastos:

Ingresos generados por el turismo internacional receptor por 2008-2010 ^{6 15 11}						Gastos del turismo internacional emisor por 2008-2010 ^{6 15 11}					
Posición mundial	País	Continente	Ingresos generados por turismo internacional en 2010 (en miles de millones de dólares)	Ingresos generados por turismo internacional en 2009 (en miles de millones de dólares)	Ingresos generados por turismo internacional en 2008 (en miles de millones de dólares)	Posición mundial	País	Continente	Gastos en turismo internacional por país emisor en 2010 (en miles de millones de dólares)	Gastos en turismo internacional por país emisor en 2009 (en miles de millones de dólares)	Gastos en turismo internacional por país emisor en 2008 (en miles de millones de dólares)
1	 Estados Unidos	América	US\$103,5	US\$94,2	US\$110,0	1	 Alemania	Europa	US\$77,7	US\$81,2	US\$91,0
2	 España	Europa	US\$52,5	US\$53,2	US\$61,6	2	 Estados Unidos	América	US\$75,5	US\$74,1	US\$79,7
3	 Francia	Europa	US\$46,3	US\$49,4	US\$55,6	3	 China	Asia	US\$54,9	US\$43,7	US\$36,2

	cia						a				
4	 China	Asia	US\$45,8	US\$39,7	US\$40,8	4	 Reino Unido	Europa	US\$48,6	US\$50,1	US\$68,5
5	 Italia	Europa	US\$38,8	US\$40,2	US\$45,7	5	 Francia	Europa	US\$39,4	US\$38,5	US\$41,4
6	 Alemania	Europa	US\$34,7	US\$34,6	US\$40,0	6	 Canadá	América	US\$29,5	US\$24,2	US\$27,2
7	 Reino Unido	Europa	US\$30,4	US\$30,1	US\$36,0	7	 Japón	Asia	US\$27,9	US\$25,1	US\$27,9
8	 Australia	Oceanía	US\$30,1	US\$25,4	US\$24,8	8	 Italia	Europa	US\$27,1	US\$27,9	US\$30,8
9	 Hong Kong	Asia	US\$23,0	US\$16,4	US\$15,3	9	 Rusia	Europa	US\$26,5	US\$20,9	US\$23,8
10	 Turquía	Europa	US\$20,8	US\$21,3	US\$22,0	10	 Australia	Oceanía	US\$22,5	US\$17,6	NA

Indicadores sobre el turismo en América Latina



Monumento a la Independencia, en México, D. F. México es el país más visitado en América Latina por turistas extranjeros.



La Plaza de Francia. Ciudad de Panamá es la ciudad con mayor afluencia turística internacional en América Latina.

Durante varios años México ha sido el destino más visitado por el turismo internacional en América Latina, a nivel de turismo masivo, posee el mayor número de nombramientos y declaraciones patrimoniales por la UNESCO en todo el continente americano, también México es el principal destino de negocios en la región, y

es un importante destino educativo dentro de sus universidades; Según el BID, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana.

Según la evaluación realizada por el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en las áreas de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivas en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de los países de la región. Por ejemplo, Brasil fue clasificado en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2009 en la posición 45 a nivel mundial, pero entre los 133 países evaluados clasificó en la posición 2 en el aspecto recursos naturales, y en la posición 14 en recursos culturales, a pesar de clasificar en el lugar 110 en infraestructura terrestre y como 130 en seguridad pública.

Los ingresos del turismo es clave para la economía de varios países de América Latina. México recibe el mayor número de turistas internacionales, con 23,3 millones de visitantes en 2010, seguido por Panamá, con 5,5 millones en 2010, Perú, con 5,2 millones, Argentina, con 5,1 millones, Brasil, con 4,1 millones, República Dominicana, con 3,7 millones; Colombia, con 3,6 millones y Chile con 1,7 millones.

- Nota (1): Los dos países marcados con asterisco (*) no tienen todas sus estadísticas disponibles para 2010, entonces se incluyeron solo como referencia los datos de 2003 para Haití y de 2009 para Bolivia y Venezuela.
- Nota (2): El color sombreado **verde** denota el país con el mejor indicador y el color sombreado **amarillo** corresponde al país con el valor más bajo, ambos para países con datos de 2010.

Las ciudades más visitadas del mundo



La Torre Baiyoke II, el edificio más alto de Bangkok, Tailandia.



El Big Ben de Londres, y al fondo el London Eye.

Desde 2010, Mastercard realiza un estudio de las 20 ciudades más visitadas por turistas internacionales en el mundo.

LOS LUGARES Y ATRACCIONES TURÍSTICAS MÁS VISITADAS DEL MUNDO

La revista *Travel Leisure* publicó en 2011 un ranking de las 50 atracciones turísticas más visitadas del mundo. *Forbes* publicó una lista similar en 2007 y al momento muchos están de acuerdo en que las atracciones enumeradas merecían un lugar entre las 50 mejores. Las siguientes son las 10 mejores atracciones del mundo según *Travel + Leisure*, y se presentan también algunas otras ubicadas dentro de las 50 del ranking:



Vista nocturna de Times Square en Manhattan, Nueva York.



El Central Park de Nueva York, en el corazón de Manhattan.



La Union Station en Washington D. C., Estados Unidos.



The Strip, famosa avenida de Las Vegas, Nevada.



Las Cataratas del Niágara, en la frontera Canadá-Estados Unidos.

CAPITULO 04: FOMENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO

Sector turístico

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas, cuyas características principales son:

Marketing de destinos

Turismo individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos. Véase turismo de alpargata o mochilero.

Turismo masivo

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

Turismo cultural

Centro histórico de Quito, primer lugar en ser declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Cartagena de Indias, Colombia una de las ciudades más turísticas del mundo por su arquitectura colonial.



Viña Concha y Toro, principal productora y exportadora de vinos de Latinoamérica.



Museo Marítimo de Szczecin, Polonia.

Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo, como museos y monumentos, incluido el llamado patrimonio inmaterial: idiomas, folklore, costumbres, gastronomía, música, literatura, religión, historia.

Es más exigente y menos estacional.

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo.

En este contexto, la implementación y el desarrollo de diversos programas, ya sea a nivel nacional como regional o local, no sólo han estimulado el desarrollo turístico propiamente dicho, sino también han promovido la recuperación y conservación del patrimonio local, y el establecimiento de nuevas industrias culturales locales

Por ejemplo, el programa de Turismo Rural implementado por la Secretaría de Turismo de la Nación conjuntamente con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación se origina por la necesidad de impulsar el desarrollo regional, involucrando a pequeños y medianos productores rurales con posibilidades de realizar otras actividades para generar nuevos ingresos.

En este sentido es importante considerar que, de acuerdo a los conceptos vertidos por distintos autores (Sancho, 1998; Sarasa, 2000; Grande Ibarra, 2001), el turismo rural puede considerarse como una variante del turismo cultural, desde la perspectiva del descubrimiento del patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales.

En el caso, específico de Argentina, el turismo cultural incorpora prácticas culturales que habían quedado en esterilidad, revaloriza las costumbres y hábitos campesinos, y recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local.

La certificación de la sustentabilidad es un mecanismo con el cual es posible medir cualitativa y cuantitativamente el desempeño del turismo a través de sus prácticas de operación. Los Programas de Certificación del Turismo Sustentable son instrumentos voluntarios que están por encima de los marcos legales y que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, cumplen una función cada vez más importante en la reglamentación de servicios turísticos.

- **Creativo:** vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino: exposiciones de pintura y escultura, festivales de cine y teatro, conciertos musicales, espectáculos operísticos, etc.
- **Urbano:** desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.
- **Monumental:** vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes: pirámides de Egipto, templos de Angkor, palacio de la Alhambra de Granada, monasterio de El Escorial, estatua de la Libertad, Torre Eiffel, Torre de Londres...
- **Arqueológico:** vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes, está basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los asentamientos y lugares histórico-arquitectónicos.
- **Funerario:** vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí (Cementerio del Père-Lachaise, Rotonda de los Ilustres, Necrópolis tebana, Monte de los Olivos, Catacumbas de Roma, Valle de los Caídos, Cementerio de Tulcán...).
- **De compras:** vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- **Etnográfico:** vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico. Danzas, música (jazz de Nueva Orleans), artesanía, gastronomía, fiestas (carnaval de Río de Janeiro, Venecia o Cádiz, ferias...), costumbres (Tauromaquia, San Fermín, Día de los muertos...)
- **Literario:** motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico o biográfico. Suelen llevar como guía un libro de viajes famoso, una autobiografía o un clásico, como la Odisea o la Ilíada de Homero; las Historias de Herodoto; el Don Quijote de Miguel de Cervantes o el Ulises de James Joyce.
- **Idiomático:** vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas (Intercambio de estudiantes, Au pair).
- **Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar, o a fiestas de degustación, como la Fiesta de la cerveza.

- **Enológico:** vinculado a los vinos de una zona, fiestas de la vendimia, visitas a bodegas famosas (Oporto, Burdeos, Valdepeñas...)
- **Industrial:** motivado por la visita a fábricas antiguas o grandes construcciones civiles.

Turismo natural



Las Islas Galápagos, hábitat de especies únicas en el mundo.



Las Cataratas del Iguazú, en la frontera entre Argentina y Brasil. más visitadas de España.



Lloret de Mar, una de las playas

Se suele desarrollar en un ambiente natural, ya sea este un medio rural o área protegida, tratando siempre de realizar actividades recreativas en él, pero sin deteriorar el entorno. También se puede encontrar incorporado al área urbana, mediante la contemplación de plantas y animales fuera de sus hábitats naturales, en los jardines botánicos y zoológicos, como parques temáticos de flora y fauna.

- **Rural:** es desarrollado en el medio rural, y su principal motivación es conocer las costumbres y tradiciones del hombre en el mundo rural, interesándose por su gastronomía, cultura popular, artesanía, etc.
- **Ecoturismo:** está basado en el contacto directo con la naturaleza, y sus recursos los componen las reservas ecológicas y los parques nacionales, que contienen la flora y fauna características de la zona receptiva.
- **Agroturismo:** está asociado a la formación educativa de grupos de estudiantes, y su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de la agroindustria mediante la visita de haciendas, granjas y fincas agropecuarias.
- **Agroecoturismo:** es aquel donde el visitante se aloja en una habitación con estándares turísticos, pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.
- **Ornitológico:** está centrado en el avistamiento u observación de aves en su hábitat natural, realizado tanto con fines recreativos (disfrutando de la naturaleza), como con fines científicos (estudio de las aves).

- **Ictioturismo:** está centrado en la práctica de la pesca deportiva y el buceo en diversos medios acuáticos de áreas naturales, que permiten la realización de estas actividades en forma controlada.
- **Cinegético:** está enfocado en safaris o caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar animales que han sido criados específicamente para este fin.

TURISMO ACTIVO



La Basílica del Santo Sepulcro en la Ciudad Vieja de Jerusalén. |



Palacio de Potala en Lhasa, residencia de los Dalái Lama.

El turismo activo es aquel que se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

- **Parques temáticos:** basado en atracciones turísticas de temas concretos y parques de atracciones. Se caracteriza por la participación activa en todo momento del visitante (Disneyland, Europa-Park, Six Flags.).
- **Deportivo:** la principal motivación es la práctica de algún deporte. Se puede dividir en dos grupos, en función del que practica el deporte y del que lo especta (Olimpiadas, Mundiales de Fútbol, Juegos de Invierno...)
- **Aventura:** vinculado a la práctica de deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y por lo general goza de muy buena forma física (rafting, canyoning, snowboarding).
- **Religioso:** una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).
- **Espiritual:** su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, retiros espirituales, cursos de filosofía oriental...).
- **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos (Tíbet, Stonehenge, Machu Picchu...).
- **Termal o de salud:** está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, dermatológicas, estrés, tratamientos de belleza...).
- **Médico:** está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.

- ✓ **Social:** aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- ✓ **Experiencial:** aquel en que los turistas se sumergen dentro de historias más o menos fantásticas como en una película.
- ✓ **Cinematográfico:** motivado por la visita a lugares y destinos en los que se han rodado determinadas películas (Paramount Pictures, Universal Studios, Warner Bros...).
- ✓ **Itinerante:** se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas e itinerarios preestablecidos.

Turismo de negocios

El turismo de negocios es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.



Ciudad de Panamá es uno de los principales destinos de negocios en América Latina.³²



São Paulo es la mayor ciudad de Brasil, y muy estimada por el turismo de negocios



Buenos Aires es la ciudad más visitada de América del Sur por turistas extranjeros.

Reuniones y congresos: muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen por qué ser de la misma empresa.

- **Seminarios y convenciones:** a diferencia del congreso, la convención suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.
- **Viajes de incentivo:** vinculado a viajes de negocios, mientras que este último es de trabajo, los de incentivo son de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados, incentivándolos a ello con un viaje que puede ser individual o de grupo.
- **Fam trips:** Los viajes de familiarización (*fam trips*) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

Turismo científico



Estación Científica Charles Darwin en las Islas Galápagos, albergue de más de un centenar de estudiantes, educadores y científicos de todo el mundo.

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.

En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar *in situ* alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

El turismo científico para el público en general apareció por primera vez en países desarrollados, con el objeto de involucrar de una manera más directa y participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural.

Esta modalidad de turismo, busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico. Este turismo es muy buena fuente de beneficios económicos.

Ahora, en aras de una nueva visión de la ciencia desde la perspectiva de la socialización del conocimiento, nace el Turismo Científico Social orientada al fomento de una cultura turística y científica que permite conocer, compartir y valorar el origen, las costumbres, la sabiduría de un pueblo de forma creativa (Tovar-J et al, 2009). Proporcional al desarrollo social y al beneficio que el turismo aporta al baluarte de una localidad.

Turismo espacial



Anousheh Ansari, de origen iraní, fue la primera mujer turista en órbita y la cuarta del mundo.

El turismo espacial es una modalidad de turismo que se realiza a más de 100 kilómetros de altura de la Tierra, lo que se considera la frontera del espacio. Comenzó a principios del siglo XXI realizado por personas muy ricas y valientes, los riesgos de perder la vida en un viaje al espacio son elevados.

Afortunadamente para los intrépidos turistas espaciales, el fin de la Guerra Fría, la construcción de la Estación Espacial Internacional y, sobre todo, la capacidad de llevar al

espacio tres personas en una cápsula cuando sólo son necesarias dos, abrieron la puerta a esta modalidad de ocio.

Los primeros viajes consistían en una estancia de 3 o más días en la Estación Espacial Internacional en la que realizaban fotografías del espacio y la Tierra, videos, conversaciones con personas en la estación, disfrutar de la ingravidez, colaborar con los tripulantes de la estación y también realización de pequeños experimentos.

Varias empresas trabajan en la construcción de naves capaces de realizar vuelos suborbitales y orbitales, así³⁵ como en un hotel modulable para estancias más largas y asequibles que las actuales, valoradas en unos 21 millones de dólares.

El 18 de mayo de 1996 la *Fundación X Prize* abrió la competición para crear vuelos espaciales turísticos al ofrecer el Premio Ansari X Prize con 10 millones de dólares en metálico a quien pudiera diseñar un aparato que llevara a tres tripulantes a más de 100 km de la Tierra dos veces en menos de quince días.

Turismo nuclear



Placa conmemorativa en la central nuclear de Chernóbil.

Esta sorprendente variante del turismo de aventura o de riesgo, está teniendo un notable desarrollo, que tiene su correspondencia en las inversiones que se están realizando en las zonas contaminadas radiactivamente para acoger al creciente número de visitantes. Se trata de zonas en las que se han realizado pruebas nucleares, como Nevada, en EE.UU.; o Sinkiang, en China; o que han sufrido un accidente nuclear, como Prípiat, en Ucrania, donde se encuentra la central nuclear de Chernóbil.

Los medios reflejan este fenómeno no sin perplejidad, debido a la aparente despreocupación con la que los visitantes asumen las molestias (mareos, vómitos...) y los riesgos (desarrollo de cáncer, malformaciones en la descendencia por alteraciones en las células de los órganos reproductores...) inherentes a la exposición a la radiación ionizante y la contaminación radiactiva. Sin embargo, como bien se indica en dichos medios: "... Los riesgos (...) no parecen ser un impedimento para el desarrollo de este tipo de turismo, sino más bien una de las principales razones de su impulso..."

Por lo que respecta a la administración pública, el gobierno de Ucrania declara que el turismo nuclear es ilegal y que no puede garantizar la seguridad de los turistas. En el caso de España, el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad no incluye aún los riesgos para la salud de este tipo de turismo en su listado de consejos para el viajero.

Turismo sexual

El turismo sexual es aquel cuya finalidad principal es la práctica del sexo, existiendo destinos con fama de proporcionar más facilidades para ello.

Hasta hace poco tiempo el turismo sexual ha sido considerado una práctica marginal, incluso moralmente inaceptable, que frecuentemente se ha vinculado a la prostitución (especialmente la infantil), pero la evolución social ha ido modificando esa vinculación. La generalización del turismo ha supuesto cambios también en el turismo sexual, entre los que se encuentra la necesidad de redefinirlo, así como la de identificar sus características y problemas. Un reflejo del momento actual de esa realidad puede encontrarse en productos cinematográficos como "Paraíso", dirigido por Ulrich Seidl.

CAPITULO 05: FORMULACION DE POLITICAS TURISTICAS

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA: Es un actividad compleja pues busca integrar aspectos sociales., económicos, políticos, psicológicos, antropológicos y tecnológicos, entre otros. Es aquel que va encaminado a la identificación, diseño, desarrollo ya administración de áreas turísticas donde la concertación y colaboración entre partes involucradas, la comunidad y el medio, debe ir por encima de los intereses individuales.

Para este fin la autoridad planificadora debe ser un coordinador y un catalizador de acciones de los distintos actores.

Es la fijación de los objetivos más adecuados para el desarrollo turístico dentro de un procedimiento de análisis coherente, adicionalmente en la formulación de estrategias y este se debe fundamentalmente a la necesidad que tienen de ser modificados en dependencia de las valoraciones del entorno.

Caracterizado por la incorporación de conocimiento a un proceso participativo con agentes de desarrollo territorial. Los tres ejes de proceso: conocimiento, capital social y capital humano son parte de una intervención sistemática destinada a producir desarrollo territorial a través de turismo sustentable.

La planificación turística del territorio es necesaria, inspirada por el criterio de la sostenibilidad. Una planificación que se traduzca en la elaboración de uno o varios instrumentos (planes) que contemplen la actividad turística junto con aquéllas otras que van a incidir en la mejora de un sector o de un territorio, y que van a suponer el incremento del flujo turístico, así como de la calidad de los servicios ofertados, al mismo tiempo que un sustancial aumento en las condiciones de vida de los distintos núcleos de población.

Planificación que permita, por otra parte, coordinar las acciones de las Administraciones públicas intervinientes, no sólo entre sí, sino también con las emprendidas por los agentes sociales y económicos que operan en el sector turístico.

Por todo esto, es también importante incluir en este apartado la "ordenación turística", que es quien puede afrontar a la planificación, ya que supone la expresión espacial de las políticas económica, social, cultural y ecológica de cualquier sociedad, y constituye una de las áreas de actuación de los poderes públicos más claras e importantes en orden a conseguir un uso y disfrute equilibrado y óptimo del territorio y de sus recursos naturales, proporcionando una adecuada respuesta a los deseos sociales de elevar la calidad de vida. Es evidente, por tanto, que la planificación de la actividad turística deberá estar presente en la ordenación territorial, tanto de forma genérica en los instrumentos que definen el modelo territorial (Planes o Directrices de Ordenación Territorial), como de forma más concreta en los instrumentos parciales, ya sean de ámbito territorial o sectorial, con las que se encuentra en una relación de interdependencia al incidir sobre la misma base territorial.

- ✓ Es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas (Ortiz).
- ✓ Es el proceso que se sigue para determinar en forma exacta lo que la organización hará para alcanzar sus objetivos (Sisk).
- ✓ Es el proceso de evaluar toda la información relevante y los desarrollos futuros probables, da como resultado un curso de acción recomendado: un plan (Goodstein).
- ✓ Es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción (Ackoff).

❖ ETAPAS

Requiere de un análisis de la realidad o diagnóstico, que contiene:

Fortalezas y debilidades, oportunidades y riesgos (amenazas) del desarrollo de una organización.

Además incluye la formulación de planes, que definen:

Definen políticas, Objetivos, Metas y estrategias del plan.

Este proceso sería incompleto, sino incluye: programas y presupuestos, para la asignación de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos para el cumplimiento de los objetivos diseñados.

La previsión presupuestal garantiza la ejecución de planes, programas y presupuestos, cuyo objetivo es el cumplimiento de acciones y responsabilidades asignadas a diferentes agentes o instituciones.

Otra etapa es la evaluación de planes, programas y presupuestos, que consiste en la verificación del cumplimiento de los planes, programas y presupuestos, y su impacto en la sociedad y economía.

Finalmente, está la reformulación de planes, programas y presupuestos, que consiste en su modificación y ajuste por situaciones estructurales y coyunturales.

CAPITULO 06: LA CADENA DE VALOR EN EL TURISMO

❖ EFECTOS DEL TURISMO

1. Efectos económicos

Son muy relevantes debido al nivel de negocio que representa. Según la OMT el volumen de sector turístico en el 2003 ya representaba aproximadamente el 6 % de las exportaciones mundiales de bienes y servicios; Esta cifra representaba el 30 % de la exportación de servicios. Estos flujos económicos debidos al turismo afectan tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos tanto en las zonas emisoras como en las receptoras (aunque especialmente en éstas). Las repercusiones económicas del turismo se pueden clasificar en las siguientes:

Dependencia de la situación económica general

La demanda turística depende sobre todo de la fuerte situación económica de los países avanzados. Cuando la economía crece también normalmente crece el dinero disponible de la población. Y una parte importante de este dinero disponible por la población se gasta en el turismo, particularmente en las economías en desarrollo. Una retracción económica normalmente reduce el gasto turístico.

En general el crecimiento de los desplazamientos turísticos sigue claramente las tendencias de crecimiento económico medidas por el PIB. Los años en que el crecimiento económico mundial excede el 4 %, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor y los años en los que el PIB el turismo crece incluso menos. En el periodo 1975-2000 el turismo se incrementó una media de un 4,6 % anual.

Empleo

El turismo requiere una considerable mano de obra y, sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10 % de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación macroeconómica.

Además este empleo presenta unas condiciones particulares. Por ejemplo en España, en según el INE en el 2004 el sector turístico en relación con la media de área de servicios tenía un salario medio inferior, una estabilidad de empleo menor y una participación mayor de la mujer. También este tipo de empleo constituye una parte más importante de los gastos empresariales (con una tasa del 64,7) y la menor tasa de valor añadido (43,7).

Tanta es la importancia actual del turismo que en varios países existe la carrera universitaria y estudios de posgrado dedicados al turismo.

Producción

El turismo supone en los países eminentemente turísticos un peso específico elevado en su PIB, por ejemplo en España según el INE representó un 11 % del PIB en 2004 con una facturación de 91 988,7 millones de euros, de los cuales el 41 346,3 millones (un 4,9 % del PIB) corresponden a lo que se denomina turismo receptor (de origen internacional).

Presión inflacionista

Al incrementarse los precios en la temporada alta en los núcleos receptores, automáticamente afecta a toda la población de la zona. Hay una oferta monetaria excesiva, por lo que la demanda está dispuesta a pagar más por los alquileres, salarios, etc.

Distribución de la renta

El turismo tiene un efecto multiplicador y equilibrador en los países desarrollados, puesto que al generar empleo disminuye en cierta medida las diferencias económicas entre la población.

Tasa de cambio

El valor internacional del mercado de divisas tiene una incidencia directa sobre el turismo, pues una bajada o subida de las diferentes divisas repercute positiva o negativamente en el número de turistas en las distintas zonas. Por otra parte cuantos más turistas entran más sube la moneda local del país repercutiendo de esta manera en el mercado de divisas.

Fiscales

Se animan a construir macro-complejos turísticos de los cuales el Estado cobrará impuestos de estas millonarias inversiones inmobiliarias.

Sobre la balanza de pagos

Los países receptores exportan turismo porque, aunque en realidad lo reciben, se trata de un producto de exportación solo que consumido en el lugar de producción. Los ingresos por turismo aumentan en relación a los pagos, por lo tanto la balanza se ve beneficiada. Además tiene un efecto positivo en las exportaciones de otros bienes, pues promociona los productos locales a través de los turistas que los han conocido in situ.

Inversiones públicas

El desarrollo de las zonas turísticas crea inversiones por parte de las Administraciones Públicas en infraestructuras (aeropuertos, carreteras, etc.) para adecuar la oferta turística a la demanda. Además se embellecen y mejoran las ciudades (parques, limpieza,...) para que sean agradables para el turista. Todo ello no hace sino mejorar la vida del ciudadano y la estancia del turista en el lugar de destino.

2. Efectos culturales



Una lección de historia en el museo en Biecz, Polonia

El turismo pone en contacto a diferentes culturas: la local y receptora con la foránea o emisora. Esto supone un intercambio de pautas de conducta, formas de vida, hábitos de diversa índole (gastronómicos, lingüísticos, estéticos, etc.). Este efecto, aunque positivo en ocasiones, puede llegar a ser perjudicial para la población autóctona, ya que pueden perder su identidad al intentar adaptarse a los gustos y tradiciones del visitante (por ejemplo la artesanía de los Massai en Kenia cambió sus colores tradicionales adaptándose al gusto del turista). Entre los efectos culturales del turismo destacan los siguientes:

Alteración de las estructuras sociales

En la zona turística, las consecuencias derivan de la introducción desde fuera de una nueva realidad sociocultural a la cual tanto la población indígena como su sistema social tienen que adaptarse. La primera adaptación consiste en desarrollar una clase encargada de tratar a los forasteros. Esto se refleja en la estructura laboral local en una expansión de los servicios. Los turistas han de ser transportados, alojados, ayudados en muchos problemas que surgen y hay que proveerles de actividades recreativas. Estas consecuencias primarias del turismo irán acompañadas a menudo de conflictos psicológicos y sociales.

Aculturación

El modelo de aculturación puede aplicarse al contacto entre turistas y anfitriones. Este modelo explica que cuando dos culturas entran en contacto cada una de las dos tiende a asemejarse en parte a la otra mediante un proceso de préstamo. En el caso del turismo es característico que este proceso de préstamo sea asimétrico. Los turistas tienen menos probabilidades de tomar determinados elementos de sus anfitriones. Esto

provoca una cadena de transformaciones en la comunidad de la zona turística para convertirse en algo cada vez más parecido a la cultura de los turistas. Durante esta interacción el turista a menudo altera su conducta cuando está lejos de su país y sus anfitriones aprenderán a menudo una serie de papeles destinados a encajar con los gustos de los visitantes. El turista a menudo desea enriquecer todo lo posible su viaje y su tiempo de ocio. Los motivos del turista se reflejarán sus expectativas y en su conducta en la zona turística.

Mejor conocimiento de otras sociedades y mentalidades

Por lo tanto, mayor tolerancia y respeto hacia otras costumbres, lo que evitaría fenómenos racistas y xenófobos. Gran parte de muchos malentendidos culturales surgen de la ignorancia de estos (p. ej., ritos, creencias, mitologías), el conocer sus razones y verlos implican una mayor tolerancia. Un turista que ha crecido con estereotipos puede tener un cambio de paradigmas cuando conoce una cultura distinta.

Estrecha los lazos de entendimiento entre estados

El turismo favorece la paz y el entendimiento plasmado en la firma de convenios de amistad entre países que mantienen relaciones basadas en sus flujos turísticos.

Favorece el aprendizaje de idiomas extranjeros

No sólo los turistas que viajan intentan aprender el idioma del país al que van, sino que en el país receptor se hacen esfuerzos por aprender la lengua de los países emisores para atender mejor a los turistas. La adquisición de una segunda lengua de cara a la actividad turística suele tener por resultado una mayor movilidad económica.

3. Efectos en las actividades artesanales

En algunos casos (Bali, Kuna Yala) el turismo ha servido para regenerar el comercio de las artesanías de forma tradicional, al brindarles una expansión de su mercado y la colocación de productos indígenas en plazas a los que antes no tenían acceso, basado principalmente en la promoción de sus productos.

No obstante también se desarrolla una degradación de la estética a que da lugar la comercialización de baratijas a través de tiendas de curiosidades y souvenirs a menudo de fabricación no indígena, que por su naturaleza misma queda claro que dichos productos ya no son considerados una artesanía, pero que sin embargo generan una competencia desleal para los artesanos.

4. Efectos sociopolíticos

El turismo es una actividad económica más, por lo que debe existir un control público en materia de fiscalidad, seguridad, etc.

- **Desarrollo turístico:** el desarrollo del turismo en gran escala requiere con frecuencia la participación del gobierno central que es el único dotado del poder necesario para mejorar la competitividad a nivel internacional por la popularidad turística para lo que a menudo ha de ofrecer concesiones importantes. Además son los únicos capaces de obtener asignaciones turísticas de los fondos de la ONU o de otros gobiernos.
- **Control en materia de legislación:** se crean leyes que regulan las actividades turísticas, especialmente en materia de sanidad, fiscalidad, etc.
- **Control monetario** del capital que entra y sale del país.
- **Control sanitario:** se controlan las vacunas que se precisan para visitar ciertos países, así como las que se les exigen a ciudadanos procedentes de país de riesgo.
- **Medidas de protección del ambiente:** actualmente la conciencia económica de los gobiernos ha llevado a una protección continua del medio porque la naturaleza es la materia prima del turismo y si no se cuida afectará negativamente al turismo futuro. Las Administraciones Públicas suelen desarrollar políticas de sostenibilidad que velen por una planificación ordenada que respete la cadena ecológica.

También hay otro tipo de efectos sociopolíticos no relacionados exclusivamente con el control de las administraciones públicas.

- **Efectos tecnológicos:** aquellas sociedades receptoras de flujos turísticos se benefician en general de todos los avances de la tecnología al ser solicitada por los visitantes.
- **Efectos políticos:** el turismo puede influir en cierta medida en la política de un país pues su mala imagen internacional puede afectar los flujos turísticos.
- **Efectos sociales:** la llegada masiva de turistas puede generar rechazos a ciertas culturas o razas.
- **Efectos ambientales:** el desarrollo turístico ha traído fuertes impactos en el medioambiente como la contaminación de ríos, acústica, estética. Aunque entre los impactos más importantes cabe citar la pérdida de la diversidad biológica y la limitación de recursos naturales sobre los cuales se asienta la actividad turística. Esta sobreexplotación de recursos se ha incrementado en los últimos años a niveles no sostenibles. El turismo no puede funcionar sin los recursos naturales básicos sobre los que se asienta ya que su propia degradación ambiental incide directamente sobre su oferta y puede poner en peligro la misma actividad turística en sí. Por todo ello diversos organismos y convenciones (Agenda 21, ONU) en los últimos años han tomado conciencia de la importancia de la conservación del entorno natural para aplicar no solo al sector turístico sino a todos los ámbitos sociales para alcanzar un desarrollo sustentable.

Turismo Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”

Los Elementos del Sistema Como resultado de actividades espontaneas realizadas por nuevos turistas aparece la iniciativa privada para posteriormente ser apoyada por el sector público. Tras empíricos análisis de mercado fueron apareciendo servicios para satisfacer las necesidades de dichos turistas.

Sistema Turístico; La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. (OMT, 1994)

Sistema Turístico Demanda, Oferta, Espacio Geográfico Fuente: OMT Operadores de Mercado.

- **La demanda:** el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.
 - **La oferta:** el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
 - **El espacio geográfico:** base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente (esta no es en sí misma un elemento turístico pero se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística)
 - **Los operadores del mercado:** empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda: agencias de viajes, compañías de transporte regular y organismos públicos y privados que intervienen en la ordenación y/o promoción del turismo.
- Fuente: OMT, 1994

Los 5 elementos del sistema turístico

El turismo, más que una simple actividad consistente en viajar a un lugar diferente al de tu entorno habitual por al menos 24 horas y máximo 365 días, es un sistema perteneciente al sector terciario de la economía, mejor conocido como de servicios, en el que se interrelacionan 5 diferentes elementos.

Es apropiado analizar al turismo desde una visión general, como un sistema en el que se pueden definir sus partes y especificar vínculos entre ellas. El sistema turístico se compone de 5 elementos:

1. Atractivos turísticos

Los 5 elementos del sistema turístico

El turismo, más que una simple actividad consistente en viajar a un lugar diferente al de tu entorno habitual por al menos 24 horas y máximo 365 días, es un sistema perteneciente al sector terciario de la economía, mejor conocido como de servicios, en el que se interrelacionan 5 diferentes elementos.

Es apropiado analizar al turismo desde una visión general, como un sistema en el que se pueden definir sus partes y especificar vínculos entre ellas. El sistema turístico se compone de 5 elementos:

1. Atractivos turísticos

Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él.

Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, etc., y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos.

2. Superestructura

Son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión.

En México existen por ejemplo: la Secretaría de Turismo (Sectur) la Secretaria de Economía, la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), etc.

3. Infraestructura

Definida por el diccionario de la Real Academia Española como el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera.

En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico. Son 3 tipos de infraestructura: (1) marítima, (2) terrestre y (3) aérea.

4. Servicios

En el sistema turístico encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras. Te invitamos a conocer las Características de los servicios turísticos.

5. Turistas

Ninguno de los anteriores elementos podrían subsistir sin los turistas. Ellos constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora.

En los últimos años, la demanda ha ido creciendo considerablemente con respecto al turismo esto implica al transporte en el Perú, así como la cantidad de establecimientos de hospedaje.

Esto se debe al gran porcentaje en aumento del turismo en el Perú. Las atracciones más importantes para los turistas son las de tipo cultural, natural e históricas. En este sentido, la existencia en el Perú de una riqueza de ecosistemas, diversidad de plantas y especies de animales, sumado a la vasta riqueza cultural y arquitectónica, configuran un panorama atractivo para el turismo, potencial que aún no es explotado en su totalidad.

Cabe destacar además que las actividades de turismo arqueológico, de aventura, ecoturismo, medicinal y vacacional pueden realizarse durante todos los meses del año, aunque es recomendable recabar información pertinente acerca de las condiciones climáticas de los lugares elegidos para visitar.

Los principales circuitos turísticos son:

* En el sur: Cusco, Arequipa - Puno y Paracas - Nazca

* En el centro: Callejón de Huaylas, Lima-Jauja-Huancayo-Tarma-San Ramón- La Merced-Oxapampa - Huánuco- Tingo María - Pucallpa

* En el norte: Chiclayo - Chachapoyas - Celendín - Cajamarca-Trujillo

En el presente trabajo se detalla la situación del turismo relacionando el transporte y el hospedaje en el Perú. Así como una breve reseña del aumento de la demanda de estos, en los últimos años.

SISTEMA TURISTICO SEGÚN ROBERT BOULLON

SISTEMA TURÍSTICO

Enfoque sistémico

En la década de 1950 los científicos introdujeron la idea del sistema, que tuvo un impacto ponderable y afecto todos los campos del conocimiento humano. De ahí las referencias en las más variadas áreas del conocimiento al "abordaje sistemático" o "enfoque sistémico". El enfoque sistémico reconoce que los elementos no son autónomos, que no actúan en el vacío, sino inmersos en una compleja red de interdependencias, que son afectados unos por otros y que su estado actual no puede ser entendido si no se considera de una perspectiva de conjunto (Fernández Guell, 1997)

La característica esencial de un sistema consiste en estar compuesto por partes que ejercen interacción, cada una de las cuales reviste interés propio (Ackoff, 1961:28)

Los componentes de un sistema están ligados mediante diversas interfaces. Estas asumen la forma de entradas y salidas que pueden ser una entidad física- material o energía- o información (McDonough, 1963:14).

Acerenza (1986) señala que La teoría general de los sistemas establece las bases conceptuales para la organización del conocimiento interdisciplinario y brinda, por lo tanto un marco de referencia coherente que permite identificar los elementos componentes e interactuantes de un fenómeno dado, así como las funciones, relaciones, e interacción de este con su entorno. Entendiéndose por interacción, la influencia reciproca que cada uno de ellos ejerce sobre el desenvolvimiento del otro.

El primer intento de aplicación de la teoría de los sistemas al fenómeno turístico es el de Claude Kaspar (1976). Considera que el turismo no puede ser afrontado y estudiado de manera aislada. Para el la aplicación de la teoría de los sistemas permite realizar la conexión del sistema turístico con los subsistemas que son

representados por la localidad turística, las organizaciones turísticas y las empresas turísticas y con los tipos de ambientes (económico, social, tecnológico, político y ecológico.)

Según Neil Leiper (1981), el turismo analizado desde el punto de vista de la teoría general de los sistemas, es: Un sistema abierto de cinco elementos, interactuando en un amplio medioambiente. 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.

Para Boullon alrededor del turismo se han ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema.

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 multicasual. Estos factores son causa y efectos mediadores, y no se pueden afirmar con seguridad, ante mera especulación simplista, cuales son los que determinan la actividad turística y cuales no la determinan. Para organizar este inmenso complejo de factores es necesario tener un cuadro referencial dinámico, flexible, adaptable, de fácil lectura y comprensión, y que al mismo tiempo integre toda esta colosal complejidad y la represente por entero en sus combinaciones. Tal instrumento es la teoría de los sistemas. (Beni, 1998)

Asumiendo lo anteriormente expresado, la ciudad y su área de influencia inmediata puede contemplarse como un sistema funcional. Entendiendo este como un conjunto de componentes relacionados entre sí para la consecución de fines comunes. Dentro de este sistema funcional se encuentra el subsistema turístico en el cual los individuos, las empresas, las instituciones desarrollan una actividad y demandan del mismo una serie de atractivos naturales y culturales, equipamientos e instalaciones, infraestructura y servicios básicos y turísticos. Además los sistemas urbanos existen en un determinado entorno ambiental e interactúan con el de manera constante. (Fernández Guell, 1997).

Según Boullon el funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta turística con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector; también señala como parte integrante del sistema a la Superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes.

Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico (Boullon, 1978)

Patrimonio Turístico = A + P + I + S

Oferta Turística.

Se entiende por este concepto al conjunto de bienes y servicios turísticos que se ofrecen al turista, con la finalidad de satisfacer sus requerimientos.

El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a precio dado y por un periodo dado.

La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico.

Podemos diferenciar una oferta básica compuesta por los servicios de alojamiento, transporte y alimentación y una oferta complementaria compuesta por servicios de esparcimiento y otros que ayudan al bienestar del turista. El atractivo turístico es parte de la oferta.

Las principales características de la oferta turística son su rigidez y heterogeneidad. La primera proviene de la lentitud de adaptar la oferta de servicios a los requerimientos de la demanda, la imposibilidad de las empresas

prestatarias de almacenar el producto turístico, como así también la imposibilidad de trasladar el mismo, motivo por el cual es el turista el que se traslada a la fuente de producción.

Decimos que la oferta es heterogénea por los diversos servicios que la integran y estos a su vez son altamente complementarios porque un aumento en el precio de uno de ellos, provoca la disminución de la compra de ese servicio y del conjunto.

La Planta Turística y los Atractivos Turísticos

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominamos planta turística, que está integrado por dos elementos.

- A) el equipamiento
- B) Las instalaciones

I. CLASIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO:

1. CATEGORÍA ALOJAMIENTO

❖ **Hoteles**

- ✓ Moteles
- ✓ Hosterías y posadas
- ✓ Pensiones
- ✓ Apart Hoteles
- ✓ Condominios
- ✓ Casas
- ✓ Cabañas
- ✓ Albergues
- ✓ Trailer parks
- ✓ campings
- ✓ Camas en casas de familia.

2. CATEGORÍA ALIMENTACIÓN

❖ **Restaurantes**

- ✓ Cafeterías
- ✓ Quioscos
- ✓ Comedores típicos

3. CATEGORÍA ESPARCIMIENTO

- ✓ Night clubs
- ✓ Discotecas
- ✓ Bares
- ✓ Casinos y juegos de azar
- ✓ Cines y teatros
- ✓ Otros espectáculos
- ✓ Clubes deportivos
- ✓ Parques temáticos

4. OTROS SERVICIOS

- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Información

- ✓ Guías
- ✓ Comercio
- ✓ Cambios de moneda
- ✓ Dotación para Congresos y convenciones
- ✓ Transportes turísticos
- ✓ Primeros auxilios
- ✓ Guarderías
- ✓ Estacionamientos

II. CLASIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES.

1. CATEGORÍA DE AGUA Y PLAYA

- ✓ Marinas
- ✓ Espigones
- ✓ Muelles
- ✓ Quinchos o ramadas
- ✓ Carpas o tiendas
- ✓ Sombrillas
- ✓ Reposeras
- ✓ Observación Submarina

2. CATEGORÍA DE MONTAÑA

- ✓ Miradores
- ✓ Circuitos de senderos
- ✓ Refugios
- ✓ Funiculares
- ✓ Teleféricos
- ✓ Ski Lift
- ✓ Poma lift

3. CATEGORÍA GENERALES

- ✓ Piscinas
- ✓ Vestuarios
- ✓ Juegos Infantiles
- ✓ Golf
- ✓ Tenis
- ✓ Otros deportes
- ✓ Pasarelas, puentes

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.

III. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. CATEGORÍA SITIOS NATURALES

- ✓ Montañas
- ✓ Planicies
- ✓ Costas
- ✓ Lagos, lagunas, esteros

- ✓ Ríos y arroyos
- ✓ Caídas de agua
- ✓ Grutas cavernas
- ✓ Lugares de observación de flora y fauna
- ✓ Lugares de caza y pesca
- ✓ Caminos pintorescos
- ✓ Termas
- ✓ Parques nac. y reservas de flora y fauna

2. CATEGORÍA MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES

- ✓ Museos
- ✓ Obras de arte y técnica
- ✓ Lugares históricos
- ✓ Ruinas y sitios arqueológicos

3. CATEGORÍA FOLKLORE

- ✓ Manifestaciones religiosas y creencias
- ✓ Ferias y mercados
- ✓ Música y Danzas
- ✓ Artesanías y artes populares
- ✓ Comidas y bebidas típicas
- ✓ Grupos étnicos
- ✓ Arquitectura popular y espontánea

4. CATEGORÍA REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS

- ✓ Explotaciones mineras
- ✓ Explotaciones agropecuarias
- ✓ Explotaciones industriales
- ✓ Obras de arte y técnica
- ✓ Centros científicos y técnicos

5. CATEGORÍA ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

- ✓ Artísticos
- ✓ Deportivos
- ✓ Ferias y exposiciones
- ✓ Concursos
- ✓ Fiestas religiosas y profanas
- ✓ Carnavales
- ✓ Otros
- ✓ Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.

PRODUCTO TURÍSTICO

Si bien es cierto que desde el punto de vista económico la oferta turística no puede ser otra cosa que un bien o un servicio, traducir textualmente este concepto, conduce a deducir que el producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. (Boullon, 1985)

El producto turístico es el resultado de la combinación de los elementos que integran la oferta turística y una vez elaborado adopta la forma de un paquete de servicios, el que se ofrece en el mercado mediante un precio de venta.

Un producto turístico es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones (Machin, 1995)

El producto turístico es una combinación de bienes y servicios que se producen en diversas unidades económicas caracterizadas como empresas turísticas y que, sufren una agregación en el mercado al ser puestos en valor y explotados los atractivos turísticos.

En realidad, el producto turístico es un concepto teórico que se utiliza para referirse a las diferentes categorías y tipologías de la oferta y a las posibilidades de su uso y disfrute por parte de segmentos específicos del mercado. Pero el producto turístico no existe en tanto y en cuanto el turista no se apersona en un destino, disfruta de sus atractivos practicando determinadas actividades y hace uso de determinados servicios. Lo que existe son atractivos, servicios y equipamientos susceptibles de un uso turístico que pueden combinarse de diferente forma para dar lugar a los llamados productos.

Un servicio pasa a ser producto solo después de que fue consumido; antes no es más que oferta

DEMANDA TURÍSTICA

Es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor. Abarca por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual. Para un análisis más profundo hay que considerar:

Demanda Real: Indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante su tiempo de estadía.

El Turista Real Consumidor Potencial: Se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje o que no son los obligados de alojamiento para el turista que viaja por su cuenta.

Demanda Histórica: es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado

Demanda Futura: es el resultado del cálculo que habrá de realizarse, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante fórmulas matemáticas su probable crecimiento, estancamiento o decrecimiento.

Demanda Potencial: es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor.

Infraestructura

Para que el sistema turístico pueda funcionar se requiere que a los atractivos y a la planta turística se sume la infraestructura. En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma: la educación, los servicios sanitarios, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Uno de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las

necesidades internas de los mismos, a fin de permitir la circulación de mercaderías, personas, fluidos, energías y noticias. Una forma de dividir la infraestructura es en externa e interna. Es externa porque es general y sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguno de ellos

Superestructura Turística

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente requiere del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que llamaremos superestructura. La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos, como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes del sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

La superestructura está compuesta por dos tipos de organizaciones:

- a) Las dependencias de la administración pública
- b) Las organizaciones privadas

Patrimonio Turístico

El patrimonio turístico de un país se debe determinar a partir de la integración de cuatro componentes:

- a) Atractivos turísticos
- b) Planta turística
- c) Infraestructura
- d) Superestructura

Siguiendo la secuencia de los componentes enunciados más arriba se define el concepto de patrimonio turístico como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos) la planta turística (aparato productivo) la Infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema)

CAPITULO 07: NUEVA ORIENTACION DE LA ADMINISTRACION DE LOS PAQUETES TURISTICOS Y DEL TURISMO

NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO

Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014 al 2030

Turismo Mundial - OMT Tendencias 2014- 2030 Susana Puigmartí Cansick

• 1.087 millones de turistas internacionales viajaron por el mundo el 2013. • La tendencia de crecimiento es paralela a la tendencia de fragmentación exponencial de la demanda, que divide y subdivide los grupos de consumidores, obligando a empresas y destinos a revisar sus estrategias. • Panorama OMT Turismo Internacional Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

Turismo Mundial 2013 Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

Tendencias Turismo 2014- 2030 • Turismo Responsable y Sostenible • Adultos Only, Petfriendly y Women Only • Seniors • Colectivo Gay y Singles • Millennials, PANKS y Monoparentales • Mujeres que viajan con grupos de mujeres, Mujeres de Negocio • Niños y Familia, Parques de Atracciones y Megaresorts • Turismo de Masa • Experiencias Únicas y Turismo de Lujo • Turismo Religioso • Turismo Urbano y Turismo de

Compras • Turismo Médico • Mercados Emergentes: India, China y Latinoamérica • Plataformas P2P, Alojamiento Tradicional Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

TURISMO SOSTENIBLE: Turismo Ecológico en Latinoamérica; Ejemplo en Perú-Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

ADULTS ONLY PETFRIENDLY WOMEN ONLY

SENIORS Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

COLECTIVO GAY SINGLES Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

MILENIALS (Nacidos después 1980) PANKS (Tías y sobrinas) MILLENNIALS (Nacidos después del 1980) PANK (Las tías viajan con las sobrinas) MONOPARENTALES Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

MUJERES QUE VIAJAN EN GRUPOS DE MUJERES DE NEGOCIOS Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

NIÑOS Y FAMILIA PARQUE ATRACCIONES MEGARESORTS DEL JUEGO Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

TURISMO MASIVO Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

EXPERIENCIAS ÚNICAS (Ecoturismo....) TURISMO DE LUJO (Luxury Victims 2) Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

TURISMO RELIGIOSO TURISMO HALAL Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

TURISMO URBANO Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

TURISMO DE COMPRAS Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

TURISMO MÉDICO/ CIRUGÍA Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

MERCADOS EMERGENTES: INDIA, CHINA, LATINOAMÉRICA y RUSSIA Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

PLATAFORMAS P2P (Vacation Rentals vs Hotels) ALOJAMIENTO TRADICIONAL (Hoteles, Albergues, Camping, etc...) Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick

Gracias Susana Puigmartí Cansick spuigmarti@worldperfectholidays.com Turismo: Definición y Concepto Facebook Tendencias Turismo Mundial - OMT 2014/2030 - Susana Puigmartí Cansick Banco de Imágenes: Morguefile.com

PRINCIPALES TENDENCIAS DEL TURISMO EN 2016

Vamos a repasar en este artículo las principales tendencias que están influyendo en el funcionamiento del sector turístico.

1.- Concentración empresarial y cambios de modelo de negocio

En 2015 ha habido una gran consolidación del sector turístico, con movimientos importantes de compras y fusiones:

- La cadena Marriot ha comprado Starwood, creando el mayor grupo hotelero del mundo.
- Accor compra la sociedad que tenía las marcas Fairmont, Raffles y Swissotels
- Sobre ha comprado Trust, central de reservas hoteleras y proveedor de servicios tecnológicos.
- Expedia para mantenerse como líder del sector (y seguir compitiendo con Priceline, matriz de Booking) ha comprado Orbitz y Travelocity.

En 2016 se espera que el proceso de concentración continúe, para competir con estos grandes grupos que se están creando.

Por otro lado, también habrá cambios en el modelo de negocio de algunas grandes empresas del sector turístico. Puede que algún comparador de precios, algún meta buscador y alguna plataforma colaborativa, se pueden introducir en el negocio de las agencias de viajes online (ota's) a lo largo de este año.

Últimamente se ha estado hablando de que Uber podría entrar en el negocio de las agencias online, al patentar recientemente un interfaz parecido al que utilizan meta buscadores y agencias de viaje online. Se llama Uber Travel. Para más info: <http://www.tecnohotelnews.com/2016/01/uber-travel-nuevo-reto-para-agencias-online-y-empresas-turisticas/>

En un sector turístico que camina hacia la personalización de productos y servicios turísticos, las grandes empresas que tienen gran cantidad de datos de sus clientes (como Apple, Google o Booking), tendrán ventajas competitivas para adaptar sus productos y servicios, a los gustos y necesidades de sus clientes.

Uber, Blablacar, Aibnb o HomeAway (recientemente comprada por Expedia por 3.600 millones de euros) siguen creciendo y se han vuelto ya una opción normal para millones de viajeros. El proceso no para de crecer y el sector se tendrá que ir ajustando a este nuevo segmento.

Aunque mucha gente piensa que el crecimiento de estas opciones colaborativas se basa solo en sus precios competitivos, la verdad es que muchos viajeros buscan alternativas de alojamiento y transporte, que se adapten mejor a sus necesidades y gustos personales.

En el alojamiento, muchos turistas también están interesados en una opción más personal y auténtica, que la que puede ofrecer un hotel o apartamento vacacional.

Esta economía colaborativa también ha llegado ya a los segmentos de tours y visitas guiadas con plataformas como Touristlink <http://www.touristlink.com>, Get your guide <https://www.getyourguide.es> o Vayable <https://www.vayable.com>

Y en los últimos años han surgido propuestas colaborativas en torno a la gastronomía, con plataformas como EatWith <http://www.eatwith.com/es>, o VizEat <https://es.vizeat.com>, que te permiten reservar una comida, en la casa de una persona que vive en el destino donde viajas. Esto también permite al turista conocer a gente local, en un ambiente mucho más íntimo e informal.

Sigue creciendo la importancia de los sitios de valoraciones, de diferentes productos y servicios relacionados con los viajes.

Desde que TripAdvisor se fundara en 2000, con el objetivo de dar la posibilidad a los viajeros de publicar opiniones sobre sus experiencias en hoteles, el mundo de los viajes ya no ha sido el mismo. Gran número de turistas hoy en día, no viajan sin haber consultado las recomendaciones sobre su hotel. Y estas opiniones se han convertido en uno de los factores determinantes de elección de proveedores turísticos para muchos otros turistas.

En los últimos años, este fenómeno de las valoraciones se ha ido extendiendo a otros segmentos de la oferta turística. El propio TripAdvisor empezó a ofrecer valoraciones de restaurantes y tours.

Más recientemente han surgido nuevas aplicaciones y herramientas como Somato para valorar restaurantes (<https://www.zomato.com/es>) y Yell, donde se pueden ver valoraciones de todo tipo de negocios (<http://www.yelp.es>).

4.- Cambio en el rol de las agencias de viaje

La revolución de las Tic's (tecnologías de la información y la comunicación) y el incremento exponencial en el número de dispositivos móviles, han puesto el poder en manos de los viajeros, al permitirles tener acceso a más información, más proveedores y un sinfín de canales de venta.

Este proceso ha afectado al posicionamiento de los intermediarios turísticos y en especial a las agencias de viaje. Para poder sobrevivir, las agencias tienen que cambiar el rol de sus actividades y deben ofrecer a sus clientes un valor añadido. Se tienen que volver consultores de viajes y no solo gestores de viajes.

Las agencias de viaje tendrán que entrenar a sus vendedores como consultores de estilo de vida (lifestyle consultants).

La gente hoy en día está tan ocupada, que algunas personas querrán contar con los servicios de un consultor, que les diseñe unas vacaciones personalizadas según sus gustos y necesidades. Pero la planificación no solo será para unas vacaciones concretas, sino con un contexto global y anual, teniendo en cuenta los viajes de trabajo y los periodos de vacaciones del cliente.

Será como un consultor financiero, pero enfocado a manejar el tiempo libre del cliente, proponiendo ideas, no solo para vacaciones de larga duración, sino también para escapadas cortas o experiencias en la propia ciudad de residencia o en sus alrededores. En definitiva, un gestor del tiempo libre.

Algunas empresas incluso podrán tener en su plantilla un perfil parecido, que actuará como "*travel consultant*" para dar este tipo de servicios a los empleados.

Hoy en día, los turistas están mucho más concienciados sobre la necesidad de preservar los recursos naturales y las culturas autóctonas de los destinos turísticos que visitan. De hecho, estos elementos son nuevas motivaciones, que llevan a muchos turistas a buscar destinos y proveedores cada vez más verdes y sostenibles.

Ha crecido mucho la demanda de experiencias que ponen al turista en contacto directo con la naturaleza, como una forma de desconectar del stress y la tensión, propios del trabajo y la rutina.

Crece el interés por el turismo ético y sostenible. Muchos turistas son más conscientes de su responsabilidad cuando viajan. Estos viajeros buscan actividades solidarias que contrarresten, aunque solo sea moralmente, el impacto negativo que pueden generar en los recursos naturales y el medio ambiente.

Todo lo anterior llevará al establecimiento de "marcas de calidad" que reconocerán al viaje y a los proveedores turísticos como "vacaciones justas o vacaciones verdes". Estas marcas serán cada vez más demandadas por los turistas.

Las empresas turísticas, para lograr estas marcas de calidad tendrán que:

- Ofrecer a sus empleados condiciones de trabajo dignas.
- Enfocarse en trabajar con productos locales, orgánicos y de comercio justo.
- Integrar a las poblaciones indígenas en el sector turístico.
- Tener políticas que minimicen impacto en el medio ambiente.

Por otra parte, cada vez más viajeros estarán interesados en participar en proyectos de voluntariado con las comunidades locales menos favorecidas.

6.- Viajes de última hora y con menos equipaje

Ciertos turistas harán viajes y escapadas sin apenas planificar el viaje. Las herramientas tecnológicas que facilitan reservar a través del móvil (y sobre la marcha) diferentes servicios, permitirán a turistas aventureros elegir un destino en pocos días, basando su decisión en la existencia de buenas ofertas de vuelos o de alojamiento.

El gusto por conocer la cultura local, también hará que viajen con muy poco equipaje y que compren ropa local cuando lleguen al destino.

7.- Nuevas motivaciones de viaje

En los últimos años se ha visto una diversidad de nuevas motivaciones para viajar.

Aunque siempre han sido elementos que integraban los viajes, la gastronomía, las compras, los eventos culturales o practicar un determinado deporte, se han vuelto motivaciones específicas, sobre las que ciertos turistas organizan sus viajes.

Destinos y empresas turísticas ya están modificando sus campañas de comunicación y promoción, para poder seducir a turistas en estos nichos de mercado.

8.- La tecnología

La evolución de la tecnología es el elemento más disruptivo del turismo. La explosión en el número de dispositivos móviles a nivel global, ha facilitado que todas las etapas del viaje tengan un gran componente tecnológico y ha permitido una relación directa (y en tiempo real) entre turistas y sus proveedores turísticos.

Este hecho, junto con el "Internet de las cosas" (cuando gran cantidad de elementos de nuestra vida cotidiana estén conectados a la red), va generar gran cantidad de información y de datos, que bien seleccionados y analizados, van a permitir sacar conclusiones sobre el perfil de comportamiento y los hábitos de consumo de nuestros clientes.

Toda esta información nos va a permitir ofrecerles productos y servicios adaptados a sus gustos y necesidades, lo que ayudará a mejorar su satisfacción y en definitiva, a poder fidelizarles.

En las próximas semanas publicaré un artículo enfocado exclusivamente en los cambios que la tecnología está causando en el turismo.

COMPONENTES BASICOS DEL PRODUCTO Y SERVICIO TURISTICO

En términos de producto turístico de producción (servicio) es una colección de una cierta cantidad de dinero y bienes servicios predominantemente de carácter recreativo, preparados en el para aplicar un momento

determinado por el usuario. Para los consumidores Touring producto (servicio) no tiene expresión real: un potencial la posibilidad de un producto de consumo abstracto que consta de bienes, fuentes que se encuentran en la naturaleza tanto del material (bienes turísticos, instalaciones, infraestructura) e intangibles (servicios, entorno social) del formulario. Combinando todos estos beneficios en un solo concepto y es un objetivo necesidad, ya que el usuario no puede cumplir con su diversa recuperación necesita vitalidad sólo por un tipo bienes o servicios turísticos, pero sólo cuando este complejo y, en particular, medio ambiente. Así, podemos hablar de la dualidad del producto turístico (Servicios), que tiene las características de ambos bienes materiales y servicios.

Para el turismo servicios incluyen:

- para el alojamiento turístico;
- el movimiento de turistas del país (lugar) DC residencia en el país (lugar) de estancia temporal y la espalda;
- proporcionan a los turistas comidas;
- el transporte de turistas desde el lugar de su llegada al país (Lugar) de residencia temporal al lugar de alojamiento y de vuelta (de transferencia), y como por cualquier otro medio de transporte dentro del país (lugar) de permanecer en los términos de los viajes;
- Reunión de las necesidades culturales de los turistas (Excursiones, visitas a teatros, salas de conciertos, museos, galerías de arte, festivales, eventos deportivos, etc.);
- la satisfacción de intereses empresariales y científicos (participación en congresos, conferencias, simposios, etc.);
- información (sobre los recursos turísticos de una región, aduaneros y fronterizos formalidades, tipos de cambio, etc.);
- los medios de comunicación (uso de Internet, y de larga distancia teléfono internacional, fax);
- organizativas (pasaportes, visados, los seguros, la provisión de guías, traductores, etc.);
- las empresas comerciales, tanto generales como especiales destino (venta de souvenirs, regalos, tarjetas, etc.);
- intermediarias (reservas de hotel, boletos sobre los diversos modos de transporte, envío y entrega de correspondencia, etc.);
- doméstico (remendar, zapatos, lavandería, alquiler y etc.);
- Deportes y recreación (piscina, instalaciones deportivas, licencias de caza y pesca en otros).

Características de los servicios turísticos tienen ciertas características que definen la función del producto turístico: intangibilidad, la continuidad de la volatilidad de la producción y el consumo y la imposibilidad de almacenamiento.

Intangibilidad o esquivo, servicios turísticos significa que no adquieren materializaron formulario. No puede estar mostrar que ver o tratar de obtener. A diferencia de la compra servicio de mercancías no resulta en la propiedad de algo.

Productos turísticos tienen diferentes grados de tangibilidad. Por ejemplo, los servicios prestados por la venta del complejo para la cena comida rápida, atado al objeto real (cena) y son muy tangible en la naturaleza. En menor medida materialidad expresa en el tiempo de servicio en el restaurante de estilo clásico, donde no llega el visitante como para satisfacer las necesidades de alimentación, pero por el bien de la atmósfera. Todavía difícil de capturar los servicios ofrecidos por los hoteles y empresas de transporte. El pago se hace, el turista no compra el hotel y el avión, y la colocación y transporte.

La continuidad de la producción y el consumo de servicios - casa características que hacen de los servicios realmente en los servicios y los distingue de los bienes Puede proporcionar un servicio sólo cuando aparecen los pedidos entrantes o cliente. Desde esta perspectiva, la producción y el consumo de los servicios son inseparables.

Cuando la continuidad de la producción y el consumo de los servicios el grado de contacto entre el comerciante y el cliente puede ser diferente. Algunos servicios dictados en ausencia del cliente (por ejemplo,

reparaciones de vehículos). Otros servicios provisto de comunicaciones escritas (por ejemplo, un curso de formación) o hardware (por ejemplo, los quioscos de boletos, la emisión de dinero). Pero muchos tipos de servicios requieren contacto directo cercano con el vendedor por el comprador. Por lo tanto, el tratamiento de la localidad no es posible sin un cliente y personal médico servicio en el restaurante está inextricablemente ligado a los empleados de la compañía catering, aunque en los últimos años se han hecho intentos para reemplazar camareros robots.

La inseparabilidad de la producción y el consumo de servicios causan cambios en el papel de comprador y el vendedor en el proceso de reproducción. El cliente no sólo se consume el servicio, pero conectado a su producción y la entrega. La participación del comprador en todas las fases del proceso reproductivo en el sector de servicios significa que el proveedor debe tener cuidado de qué y cómo produce. El comportamiento del vendedor en presencia del comprador determina la probabilidad repetición de servicios.

Los estudios han demostrado que en la comercialización de servicios requiere más participación personal y la información de enfoque de los consumidores, que en las ventas de bienes. El comprador es a menudo visto como un vendedor de servicios tipo de expertos, cuyo conocimiento se apoya. En este sentido, casi siempre distribuidor servicios se percibe como una parte integrante de la misma. Por lo tanto, la correcta selección y formación, en primer lugar, para entrar en contacto directo con el cliente, es particularmente importante en un mercado competitivo turismo de negocios.

La variabilidad - una característica importante del turismo servicios. Servicios turísticos de calidad depende de quién, cuándo y dónde se encuentra proporciona. En el mismo servicio de hotel se organiza en el nivel más alto, en otro servicio adyacente entregado peor. Dentro del hotel un trabajador es bienvenida y artistas, mientras que el otro es grosero y sólo interfieren. Incluso un mismo día y sirve ofrece diferentes servicios.

La inconstancia de la calidad de los servicios turísticos debido muchas circunstancias. Muy a menudo, la razón se encuentra en el trabajador, sus habilidades bajo, la formación y la educación de la debilidad, la ignorancia, sin apoyo regular de los administradores. A veces, la variabilidad de la calidad servicios asociados a los empleados incompetencia profesional inadecuada rasgos de su carácter, que es muy difícil de reconocer en la etapa de selección marcos.

Su contribución a la inestabilidad del servicio hace el consumidor. La singularidad de cada cliente explica el alto grado de individualización de servicios en respuesta a las solicitudes del cliente. Esta singularidad hace que la producción en masa imposible para muchos servicios. Al mismo tiempo que se plantea el problema de controlar el comportamiento de los consumidores.

La falta de almacenamiento - otra característica servicios turísticos. Ellos no pueden producir o almacenar para su uso futuro. Transporte el transporte de pasajeros, servicios de alojamiento durante la noche no son acumulables para más la venta de estos productos en la industria y la agricultura. No utilizado en la actualidad en las habitaciones o plazas en la mañana avión convertirse en pérdida irreparable para sus propietarios, y en este sentido el turista producto está sujeto a los daños.

La falta de servicios de almacenamiento no es difícil problema de la demanda constante. Sin embargo, la demanda para la mayoría de tipos de servicios, incluido el turismo, es asombroso. Su valor varía con la época del año y día de la semana. Si la demanda supera a la oferta, la situación no se puede corregir mediante la adopción, tanto en la industria de mercancías del almacén. Del mismo modo, en momentos de baja demanda no pueden crear servicios de reservas para su uso en temporada alta. Si hay un exceso de oferta, la producción capacidad ociosa y la empresa incurre en una pérdida.

Además de las características anteriores, turístico producto tiene un número de otras características distintivas. Entre ellos - la difuminación propiedades de los consumidores; incertidumbre y en cierta medida el anonimato fuente de los servicios y productos de una causa de múltiples vendedores desunión y consumidores de servicios turísticos; transportable producto turístico, generando una nueva forma, muy dinámico de la demanda, con que el comprador está moviendo al proveedor. Estas características de los

servicios turísticos desde el punto de vista de la eficiencia económica en la gestión de las operaciones de maquillaje Turismo más difícil que en la industria.

CARACTERISTICAS DE LA OFERTA TURISTICA PERUANA

El costo de un paquete turístico de lujo hacia Perú bordea los US\$ 30,000 y tiene una duración promedio de 16 días. La Ocex Beijing viene impulsando el turismo de lujo de China hacia Perú, informó el Mincetur.



El Perú sigue conquistando el mundo como destino turístico. Por ello fue invitado de honor en el Salón de Turismo de Lujo, evento organizado en China por la agencia Country Holiday y el club Sparkle Roll Center de Beijing, que reúne a un selecto grupo de socios del sector empresarial, informó el Mincetur.

La Oficina Comercial del Perú en Beijing (Ocex Beijing) facilitó el acceso a este círculo de empresarios, ante quienes expuso los diversos atractivos turísticos que ofrecen nuestro país, así como su variada gastronomía.

Durante el desarrollo de la actividad, el fundador de la agencia Country Holiday, Zhang Tinghui, compartió con más de 55 invitados su experiencia de viaje por Machupicchu, el Lago Titicaca y la selva amazónica. Asimismo, hizo énfasis en la gran variedad de la cocina peruana, dijo el Mincetur.

A través del club Sparkle Roll Center, se espera tener acceso al selecto grupo de sus socios y lograr que el destino Perú sea una de sus principales opciones de viaje de lujo.

En China, cada vez más agencias de viaje organizan tours de lujo. Actualmente el costo de un paquete turístico de esta clase hacia Perú bordea los US\$ 30,000 y tiene una duración promedio de 16 días, dijo el Mincetur.

La Ocex Beijing ofreció a los asistentes platillos y postres tradicionales peruanos como la causa rellena, ensalada de quinua, alfajores, ceviche, además del Pisco Sour, siendo estos dos últimos lo más populares entre el público.

Al final del evento, muchos invitados manifestaron su interés de visitar el Perú durante el 2015.

Turismo de lujo turismo de lujo en China es un mercado que ha crecido muy rápido en los últimos cinco años. Este sector de turistas tiene las siguientes características: nivel de educación alto, elevado nivel de ingresos y edad entre 40-60 años. Entre sus destinos preferidos se encuentran Europa y América del Norte.

Según estadísticas oficiales, a fines de 2014, más de 1 millón de ciudadanos chinos contaban con patrimonio personal superior al millón y medio de dólares. Guangdong, Shanghai, Beijing, Jiangsu, Zhejiang, Shandong y Sichuan son las provincias que concentran el mayor número de millonarios.

TURISMO EN EL PERÚ



LOS 15 DESTINOS MÁS VISITADOS EN PERÚ.



Plaza de San Martín, en Lima.



La Alpaca. Boque de Piedras de Huayllay.

El Turismo en el Perú se constituye en la tercera industria más grande de la nación, detrás de la pesca y la minería. Principalmente está dirigida hacia los monumentos arqueológicos, pues cuenta con más de cien

mil sitios de interés, el ecoturismo en la Amazonía peruana, el turismo cultural en las ciudades coloniales, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo de playa.¹

De acuerdo con un estudio del gobierno peruano, el índice de satisfacción de los turistas después de visitar el Perú es del 94%. Es la industria de más rápido crecimiento en el Perú, creció anualmente a un ritmo del 25% en los últimos cinco años, siendo la tasa de crecimiento más alto que cualquier otro país ^[cita requerida] en América del Sur.

En 2014, Perú fue elegido como el mejor destino gastronómico y cultural, además de otros premios otorgados por la World Travel Awards, así como también, la ciudad de Lima se llevó los galardones a mejor destino, mejor destino con legado, mejor destino cultural de la región y mejor destino de estancia de Sudamérica. De otro lado el Swissotel de Lima ganó en la categoría mejor hotel de negocios de la región y el JW Marriott como el mejor hotel de Sudamérica. También, para ese año, la tasa de turismo interno crece a tasas de 4%, ciudades como Abancay y Huancavelica se están incluyendo dentro de los destinos turísticos nacionales.

Los países más populares de origen de los turistas extranjeros son Chile, Estados Unidos, Argentina, Reino Unido, Francia, Alemania, Brasil, España, Canadá e Italia.

Dinámica

El turismo tiene un impacto del 7% del PBI de Perú y es el sector de mayor crecimiento del país. Es regulado y estimulado por la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Este sector emplea al 11% de la población económicamente activa del país (484.000 empleos directos y 340.000 indirectos), la mayor parte en hostelería y en el transporte.

Los profesionales en Turismo del Perú

En el año 1990 se crea el Colegio de Licenciados en Turismo por medio de la Ley 24915 y sus estatutos son dados por el Decreto Supremo 012-90 ICTI/TUR, en donde en sus primeros capítulos define a los profesionales en Turismo del sector y la obligatoriedad que hay en este país de encontrarse colegiado para ejercer actividades profesionales de Turismo.

Artículo 1°.- El Colegio de Licenciados en Turismo creado por Ley N° 24915, es una entidad autónoma de derecho público interno, representativo de los Profesionales en Turismo de la República.

Artículo 2°.- La Colegiación, es requisito indispensable para el ejercicio de la profesión de Licenciados en Turismo.

Artículo 3°.- El Colegio de Licenciados en Turismo está conformado por Licenciados en Turismo que se encuentran legalmente aptos para el ejercicio profesional. El Colegio no hace distinciones por razón de raza, sexo, credo, política, o religión.

Turismo interno

Se entiende por turismo interno, o turismo nacional, a los viajes realizados por los visitantes residentes en el país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional. Por definición para fines estadísticos no se computan como turismo interno los viajes de aquellas personas cuyo motivo principal del viaje es percibir una remuneración en el destino.

En el 2014, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) a través de su informe '**Perfil del vacacionista nacional 2013**', reportó un total de 4.513.445 de viajes por recreación realizaron los turistas nacionales dentro del territorio peruano, siendo impulsado por la clase media emergente, pues el 61% de los turistas nacionales pertenecen al nivel socioeconómico C. El reporte informa también que el 43% de turistas viajan con su familia directa, el 21% con amigos, el 18% con su pareja, el 11% viaja solo y el 7% con

familiares. El mes que más movimiento turístico se registra es julio (12%). También resaltan febrero (10%), marzo (11%), octubre (11%) y diciembre (10%).

El lugar, o región, más visitada fue la región Lima, con un 32,4% de las preferencias. Muy por debajo le siguen Ica (9,8%), Arequipa (7,9%), La libertad (7,8%), Junín (6,3%) y Piura (6,1%).

El estudio deja rezagado al Cusco (3,7%), esto ocurre porque los costos se han vuelto demasiado altos, al punto de superar a paquete internacionales como Punta cana (República Dominicana) o Cartagena (Colombia).²

Turismo receptivo

En los últimos años, el MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú) ha participado en diversas ferias y exhibiciones realizadas, con mayor frecuencia, en Europa, Estados Unidos, Canadá, Japón, China, Argentina y Brasil, con el fin de dar a conocer la riqueza cultural, natural y gastronómica con que cuenta el Perú.

El siguiente cuadro muestra la evolución del número de turistas y generación de divisas³ en los últimos años:

Año	Turistas receptivos	Millones de US \$
2002	1'063,606	837
2003	1'135,769	1.023
2004	1'349,959	1.232
2005	1'570,566	1.438
2006	1'720,746	1.775
2007	1'916,400	2.007
2008	2'057,620	2.396
2009	2'300,961	2.440
2010	2'299,187	2.475

2011	2'800,000	2,912
2012	2'900,000	3.288
2013	3'200,000 ⁴	
2014	3'600,000	4.000

En el año 2010, 2, 299,187 turistas internacionales visitaron el Perú, provenientes, principalmente, de los siguientes países:

Posición	Visitante	Ingresos (2011)	Posición	Visitante	Ingresos (2011)
1	 Chile	700,944	11	 Alemania	53,201
2	 Estados Unidos	600,232	12	Canadá	52,955
3	 Ecuador	250,445	13	 Italia	41,831
4	 Argentina	127,062	14	 Venezuela	38,468
5	 Colombia	125,642	15	 México	38,097
6	 España	120,666	16	 Japón	30,604
7	 Brasil	94,674	17	Australia	29,659
8	 Bolivia	86,181	18	 Países Bajos	24,795

9	 Francia	66,985	19	 Suiza	18,217
10	Reino Unido	54,182	20	 Israel	12,978

Información y asistencia al turista



Logotipo de Iperú

Perú cuenta con un servicio estatal, gratuito que trabaja los 7 días de la semana durante todo el año, llamado Iperú, Información y Asistencia al Turista. Este servicio es de gran ayuda para el viajero nacional o extranjero antes, durante y después de un viaje al Perú. Asimismo, recibe reclamos y sugerencias concernientes a empresas turísticas, atractivos y en general sobre el turismo peruano.

❖ **Destinos por departamento**

❖ **Amazonas**

La región Amazonas es una tierra de variados microclimas, cada una contiene una gran cantidad de biodiversidad. Además, el departamento fue el hogar de las civilizaciones precolombinas que han dejado restos impresionantes de su cultura una vez grande. La ciudad capital Chachapoyas, se suma a la diversidad de la ecología y la cultura, ya que es el hogar de la arquitectura colonial pintoresca. Las calles de esta ciudad son estrechas. Contiene una plaza principal, característico de las ciudades peruanas y mantiene mansiones coloniales y balcones que se suman al sabor de la cultura mestiza de la zona. Podría decirse que el destino más impresionante del departamento es la antigua fortaleza de Kuélap. A menudo se refiere como el Machu Picchu del norte, Kuélap fue construido por la cultura chachapoyas, una antigua tribu de guerreros que se resistieron a la expansión del Imperio Inca. La Catarata de Gocta descubierta en el 2005 es la tercera catarata más alta del mundo.



Catarata de Gocta con 771 metros de caída.



Interior de la Fortaleza de Kuélap



El río Marañón a su paso por el Pongo de Manseriche



Volcán de Bagua



Valle del río Tactago de Cumba



Fortaleza de Kuélap

Áncash

Nevado Huascarán con 6 768 msnm, es el punto culminante del Perú y de toda la zona tropical del mundo

El Departamento de Áncash es el hogar de la Cordillera Blanca, la cordillera más alta del Perú. El departamento es el epicentro del sector de turismo de aventura del Perú y atrae a visitantes que deseen participar en todo tipo de actividades. El departamento es un paraíso para los senderistas y excursionistas ya que existe una amplia red de senderos. El beneficio de trekking en Áncash es que solo unos pocos senderos seleccionados han sido comercializados. El paisaje a lo largo de estos senderos precolombinos es espectacular y hay más de 12.000 lagos. Pintorescos pueblos están dispersos por todo el departamento y son muy hospitalarios. Las excursiones más populares en el departamento son la de la caminata Llama, la Cordillera Blanca y la Cordillera Huayhuash.

La ciudad capital, Huaraz, tiene una pequeña industria del esquí y montañismo que se desarrolló razonablemente. El ciclismo de montaña es el deporte de más rápido crecimiento en la región. Las bicicletas de montaña están disponibles para el viajero en cada nivel de experiencia. El Rafting es una actividad importante en el departamento. Los Rápidos varían en dificultad, desde principiante a experto. El departamento tiene una alta concentración de picos. El clima es templado todo el año y es fácilmente accesible desde Huaraz. Doce de las veinte montañas más altas del Perú se encuentran en el departamento, con un rango de altitud que va desde 5.000 a 6.768 msnm. (15.000 a 22.200 pies).

Su sierra se encuentra dividida por dos cordilleras: la Cordillera de Huallanca y la Cordillera Blanca, originando así dos vertientes, la del pacífico y la del atlántico, en los que se desarrollaron culturas y pueblos pintorescos.

- La sierra oriental es el hogar de Chavín de Huántar, un antiguo complejo arqueológico construido hace más de 3.200 años atrás y catalogado como Patrimonio de la Humanidad; el territorio está bañado por varias ciudades, las que tienen más desarrollo a nivel turístico son: Chacas, Chavin y Huari. El nevado Perilla, puesto en promoción recientemente es el complejo para esquí más alto del mundo y más cercano al ecuador, cuenta con 25 hectáreas de nieve perpetua para la práctica de deportes de invierno.

Mientras que el mejor lugar para el avistamiento de cóndores es el Cañón del Marañón con 1900 metros de profundidad.

La sierra occidental que termina en las estribaciones de la costa tiene como principal eje turístico al callejón de Huaylas, que cuenta con ciudades con mayor desarrollo turístico: Recuay, Carhuaz, Yungay y Caraz. Estas ciudades conservan una combinación única de la arquitectura europea y andina.



La costa ancashina tiene como principales destinos la playa de Tuquillo, el Balneario de Tortugas y La Templo de Sechín, sechin bajo con 5.500 de antigüedad

El atractivo principal del departamento es el Parque nacional del Huascarán, Patrimonio de la Humanidad, siendo el hogar de la montaña más alta del Perú, el Nevado Huascarán.

El nevado Taulliraju



El nevado Alpamayo, declarado en Múnich (1966) como «La montaña más hermosa del mundo».



Balneario de Tuquillo



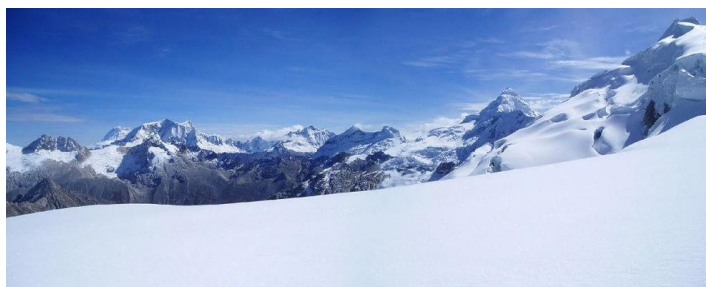
Laguna Parón



Nevado Perilla, sus faldas son aptas para el esquí de travesía.



Lanzón de Chavín, única deidad del antiguo Perú hallada en su lugar original.



Vista de los nevados Ishinka y Tocllaraju desde el Huascarán

Apurímac

La región de Apurímac se encuentra en los Andes del sur del Perú y es el hogar de muchos pueblos y ciudades que se caracterizan por su belleza natural. Las ciudades de Abancay y Andahuaylas son el hogar de arquitectura colonial española, cada uno con una plaza principal y las calles estrechas de adoquines. Las actividades turísticas más importantes de esta zona son el senderismo y el rafting. Dado que las regiones están cerca de Cusco, muchos turistas hacen viajes de caminatas largas de Cusco a Apurímac.



Laguna Uspacocha, en el Santuario Nacional de Ampay.



Rafting en el río Apurímac



Puente inca sobre el río Apurímac



Plaza de Armas de la ciudad de Haqira

Río Apurímac, recorre 700 km, hasta llegar al río Amazonas



Arequipa

La región de Arequipa es uno de las más variadas geográfica, cultural y socialmente del Perú. Principales lugares de interés del departamento son la ciudad de Arequipa, el Cañón del Colca, turismo de aventura y observación de vida silvestre. La ciudad de Arequipa, la segunda más grande en la nación, que se conoce

como la "ciudad blanca". El nombre proviene del color de los edificios de la ciudad que están hechas de sillar que viene de los volcanes de la zona. La ciudad se ve ensombrecida por el volcán Misti, que se suma al encanto de la ciudad. Es la ciudad más desarrollada en el Perú después de Lima. El centro histórico de Arequipa se hizo por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad por su abundancia de iglesias barrocas españolas coloniales y mansiones, y el Monasterio de Santa Catalina, una ciudad dentro de una ciudad con calles empedradas, plazas y patios. La cocina arequipeña se ha mantenido más fuertemente influenciada por la cocina colonial española que en Lima y se ha mantenido relativamente libre de la influencia posterior de los inmigrantes que llegaron a Lima, como el chino y japonés. El Cañón del Colca se encuentra a 100 kilómetros al noroeste de Arequipa y es el doble de la profundidad del Gran Cañón en Estados Unidos. El Cañón de Cotahuasi es el más profundo en el Hemisferio Occidental. Las playas del Departamento de Arequipa también son muy visitadas como de las Provincias de Camaná e Islay.



Convento de la Recoleta



Mirador la Cruz del Cóndor en el Cañón del Colca



Cóndor en el Cañón del Colca



Volcán Coropuna



Plaza Mayor de Arequipa

Ayacucho

El departamento de Ayacucho se encuentra en el sur de los Andes y contiene una serie de sitios turísticos que atraen a muchos visitantes. Fue determinante en todas las etapas de la historia y cultura del Perú, por ello destaca en su arquitectura, tradición y arte. La ciudad capital, Ayacucho, tiene templos coloniales en cada cuadra, que contienen obras de arte de gran valor. El departamento es el hogar de varios sitios arqueológicos

de la Cultura Wari. También es reconocido internacionalmente por sus manifestaciones artísticas y festividades. Las ciudades y pueblos de Ayacucho se especializan en la creación y venta de artesanías, muchas de estas se crean en piedra de Huamanga que es originaria del departamento. El sitio arqueológico de Vilcashuamán es un sitio incaimportante.

Catedral de Ayacucho



Arco del Triunfo y Templo de San Francisco



Templo de Santo Domingo



Pirámide Inca en Vilcashuamán



Catedral de Vilcashuamán y Templo del Sol



Santuario Histórico de la Pampa de la Quinua

Cajamarca

El departamento de Cajamarca es un crisol de la arquitectura colonial, de enorme importancia histórica y un hermoso paisaje. Su capital, del mismo nombre, desempeñó un papel de suma relevancia en la historia de Sudamérica, debido al hecho que fue precisamente en la Plaza de Armas de Cajamarca donde aconteció la caída del Imperio incaico, luego que los españoles tomaran prisionero al Inca Atahualpa en 1532, y posteriormente formaran el Virreinato del Perú.

La ciudad es candidata a ser Patrimonio Cultural de la Humanidad debido a su belleza arquitectónica e importancia histórica mundial. Cabe destacar, que la ciudad es un punto focal para el turismo en la región, con 250 000 turistas en el 2010, Cajamarca se encuentra entre en las 5 ciudades más importantes en cantidad de visitas en el Perú.

Los destinos turísticos más destacables son:

- ✓ Los Baños del Inca, aguas termales medicinales que fueron construidas por los incas
- ✓ Las Ventanillas de Otuzco, cementerio inca tallado en roca volcánica,

- Cumbemayo, complejo de pre-inca de ingeniería hidráulica que sigue en funcionamiento hasta el día de hoy y constituye un ejemplo único en ingeniería hidráulica mundial,
- La hacienda La Colpa,
- Kuntur Wasi, templo que data de 1100 a.C.,
- El museo, que tiene artefactos de oro que se cuentan entre los más antiguos elaborados por el hombre andino,
- El zoológico,
- El Cuarto del Rescate, sala que el Inca Atahualpa ordenó que se llenara de oro y plata para conseguir su liberación de manos del conquistador Francisco Pizarro.

Callao

La Provincia Constitucional del Callao forma parte del Área Metropolitana de Lima y es el centro de transporte del país, en esta se ubica el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, el más grande en el país. Callao es el puerto marítimo más grande del Perú fundado en 1537. Durante el Virreinato del Perú, toda la riqueza extraída del continente sudamericano tuvo que pasar por esta ciudad. Esta riqueza es evidente a través de las mansiones coloniales y balcones tallados que caracterizan a su centro histórico. La Fortaleza del Real Felipe es una importante atracción turística, fue construido en 1747 para proteger la ciudad de los piratas como Sir Francis Drake; tuvo un papel clave en la Guerra de la Independencia del Perú. Chucuito, un barrio del Callao, es conocido por su estilo gótico y las casas neo-renacentistas, así como casas de colores brillantes. El distrito de La Punta, fue el hogar de las casas de playa de la aristocracia de Lima y contiene casas señoriales que datan de principios del siglo XIX. El distrito se caracteriza por un paseo marítimo al mar, playas de guijarros. Las islas de El Camotal, San Lorenzo, El Frontón, Cavinzas y Palomino en frente de la costa son el hogar de las aves marinas y lobos marinos. La isla de El Frontón, una vez albergó a algunos de los criminales más peligrosos del Perú.



Fortaleza del Real Felipe

Aves marinas en las Islas Palomino

Cuzco

Es la región más desarrollada turísticamente en el Perú, la industria y la infraestructura se han desarrollado muy bien. La ciudad cuenta con miles de habitaciones de hotel que van desde hostales hasta hoteles de cinco estrellas. La gastronomía es representativa de todo el Perú. La cocina internacional también está presente en muchos restaurantes de la ciudad. La ciudad cuenta con una amplia variedad de idiomas debido a la presencia de turistas, muchos lenguajes comunes se hablan además de español, el inglés, alemán y francés. Además de estas lenguas, el quechua es hablado por muchos residentes de la ciudad junto con el español. La mayoría de las agencias de turismo tienen oficinas en esta ciudad. Las principales atracciones incluyen el centro histórico con arquitectura colonial y la plaza principal, Sacsayhuamán, el palacio de Inca Roca, barrio de San Blas, y los sitios arqueológicos de Qenko, Pukapukara y Tambomachay. El Valle Sagrado tiene una multitud de pueblos pintorescos como Pisac, Maras, Chinchero y además, una variedad de sitios arqueológicos como Ollantaytambo se encuentra en el valle. Podría decirse que la atracción turística más popular en el Perú se encuentra a pocas horas de Cusco en tren: Machu Picchu. Estas ruinas son el legado más hermoso e importante del pueblo inca; es una de las Siete Maravillas del Mundo y declarado por

la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, se puede acceder en tren o caminando por el Camino Inca. Otras rutas como la Ruta Salkantay, Inca Jungle Trek o incluso la Ruta del Cacao y del Café se han abierto recientemente para acceder a Machu Picchu.



Complejo Inca de Machu Picchu



Balcones de la Plaza de Cusco



Iglesia de la Compañía



Muro inca de 11 metros en Sacsayhuamán



Depósitos de granos en Ollantaytambo



Andenes en Písac



Coricancha

Huancavelica



Ciudad de Huancavelica

El departamento de Huancavelica está Ubicado en la zona centro-sur, es el departamento con menos ingresos del Perú. A pesar de ello, el departamento tiene una rica historia y mantiene la evidencia de ello a través de una hermosa arquitectura colonial y monumentos arqueológicos. Este departamento fue habitado por los Wari y los Chancas antes de ser conquistada e incorporada al Imperio Inca. Después de esto, con la conquista española del Perú, Huancavelica, pasó a formar parte del Virreinato del

Perú. Los españoles se establecieron en esta área debido a las minas de plata y mercurio que se encuentra al rededor. Se construyeron magníficas mansiones coloniales e iglesias.



Catedral de Huancavelica



Tren Macho



Catedral de Pampas



Plaza de Armas de Huancavelica

Huánuco

La región Huánuco se divide en dos regiones geográficas distintas, la sierra y la selva. La ciudad capital, también conocida como Huánuco se encuentra en la sierra andina. Fue fundada en 1539 por los españoles y desde entonces ha sido un lugar de la típica arquitectura colonial de los Andes peruanos. En el lado opuesto del departamento, en la zona de la selva, se encuentra Tingo María, la segunda ciudad más grande de la región. Es el hogar del Parque nacional Tingo María, que contiene una gran variedad de flora como las orquídeas, uña de gato y sangre de dragón, así como animales como tigrillos, jaguares, reptiles, sachavacas, guácharos, el gallito de las rocas, y el mono aullador. Un destino turístico en esta área es el

hogar de la lechuza, la Cueva de las aves nocturnas y el hogar de Turquía a la Cueva de abundante vegetación.



Plaza de Armas de Huánuco



Ciudad de Tingo María, al fondo la Bella Durmiente



Distrito de la Unión



Pileta de la Plaza de Armas de Huánuco.

Ica

La región Ica fue la ubicación de varias civilizaciones antiguas que, literalmente, dejaron su huella. Una de las atracciones más populares de esta zona son las líneas de Nazca, un enigma que los arqueólogos modernos no han sido capaces de averiguar. Estas líneas se extienden por kilómetros en las imágenes del desierto y la forma de animales y figuras solo visibles desde el aire. La Reserva nacional de Paracas es otro punto en este circuito que atrae a muchos turistas ecológicos y culturales por igual, ya que es un refugio para lobos marinos, nutrias, pingüinos, delfines, más de 200 especies de aves de flamencos, limícolas y aves guaneras. Además, en la reserva, hay magníficas playas, como La Mina, La Catedral y las playas de Mendieta, y bellas formaciones rocosas. En el resto del departamento hay una gran variedad de viñedos que producen pisco y vinos. La degustación de vinos en esta zona está entre los mejores del Perú. Otro destino popular es el oasis de Huacachina, en nombre de su belleza y por el hecho de que fue la cuna de la música afro-peruana.

Oasis de Huacachina





Plaza armas de Ica

Geoglifo con forma de Colibrí

La Libertad

Situada en la región de La Libertad, se encuentra la ciudad de Trujillo conocida en Perú como la *ciudad de la eterna primavera*, en septiembre de cada año se realiza en la ciudad el festival de la primavera que es visitado por turistas de todo el mundo, el festival tiene como principal atracción un desfile de reinas llamado curso primaveral y una gran fiesta final. En su área metropolitana se encuentran las capitales de los antiguos reinos Chimú y Mochica como son Chan Chan y las Huacas del Sol y la Luna, respectivamente. Los turistas se sienten atraídos por sus monumentos pre-incas, como la Huaca del Sol y La Luna, El Brujo, y lo más notable de la antigua cultura Chimú es la ciudad de Chan Chan. Al noroeste de Trujillo está el balneario de Huanchaco, famoso por sus caballitos de totora - embarcaciones de totora usadas por los pescadores locales desde tiempos antiguos y por sus olas para practicar el surf; también es atractivo turístico la gastronomía trujillana con platos como el cebiche, el cabrito a la norteña, etc. La arquitectura colonial Trujillana es una de las mejores en Perú. El centro histórico contiene magníficos ejemplos de arquitectura colonial incluyendo varias iglesias, la catedral principal, casas coloniales de más de 100 años de antigüedad, en el centro de la ciudad se encuentra la plaza principal o Plaza de Armas con el histórico y representativo Monumento a la Libertad de Trujillo. En enero de cada año se realiza en la ciudad el Festival de la Marinera, que es un festival de uno de los bailes más representativos en Perú, esta danza es llamada *Marinera*, este festival incluye concurso de Caballo de paso peruano. También en la Región La Libertad se encuentran las playas de Chicama y Pacasmayo, que son visitadas por surfistas de todo el mundo. En zonas andinas de la región se encuentran los sitios arqueológicos de Marcahuamachuco y Wiracochapampa y cerca la Laguna Sausacocha en Huamachuco. Recientemente se ha inaugurado en Santiago de chuco, luego de su restauración, un museo en la casa donde nació y vivió el Poeta César Vallejo, donde los turistas pueden apreciar algunos ambientes íntimos en los que vivió y que son nombrados en su poesía.⁶ A continuación algunos atractivos turísticos de la Región La Libertad:

Monumento a la Libertad en la Plaza Mayor de Trujillo, escultura de Edmund Moeller



Marcahuamachuco, llamada la Joya del Norte



Huaca del Sol, Capital política de la Cultura Moche



Bailarinas de Marinera, festival de la Marinera



Huanchaco, Caballitos de totora



Uno de los muros de la ciudadela de Chan Chan



Un chalán en caballo de paso bailando marinera.

Lista de atractivos turísticos importantes de la Libertad:

- ✓ Wiracochapampa
- ✓ Complejo arqueológico El Brujo
- ✓ Huaca del Dragón (o Arco Iris)
- ✓ Marcahuamachuco
- ✓ Cultura Virú
- ✓ Huanchaco
- ✓ Chan Chan
- ✓ Huacas del Sol y de la Luna
- ✓ Chicama
- ✓ Caballito de totora

Festivales:

- ✓ Festival de la Marinera, en el mes de enero.
- ✓ Festival Internacional de la Primavera, en la semana final de septiembre.
- ✓ Semana de Aniversario de Trujillo, en la primera semana de marzo.
- ✓ Fiestas patronales del señor de Huamán, en la última semana de junio.
- ✓ Fiestas patronales de la virgen de la Puerta, en la segunda semana del mes de diciembre en la ciudad de Otuzco.
- ✓ Carnaval de Huanchaco.
- ✓ Festival de San José en el balneario de Las Delicias.

Lambayeque

El departamento de Lambayeque es uno de los más turísticos del Perú. Fue el hogar de la antigua civilización de los Moche que ha creado algunos de los monumentos más ingeniosos y las obras de arte más conocidas del antiguo Perú. En 1987, se descubrieron las tumbas reales del gobernante Moche Señor de Sipán, los artefactos encontrados fueron trasladados al museo *Tumbas Reales de Sipán* en la ciudad de Lambayeque. También están el *Museo Bruning* y el *Museo de Sicán* en Ferreñafe. Estos museos muestran la obra de arte producidas por los antiguos Moche recolectadas de los centros arqueológicos como las pirámides

de Túcume que contiene en su territorio más de 20 pirámides de adobe con 40 metros de altura. En 2007, más de 306.000 turistas visitaron los museos de Lambayeque. El departamento también tiene la Reserva Ecológica Chaparrí, que cuenta con abundante biodiversidad. El plato más popular en esta área es arroz con pato. La ciudad de Chiclayo, capital del departamento, es la segunda más grande en el norte del Perú y tiene una vida nocturna vibrante.



El Museo Tumbas Reales de Sipán



Pirámide de Túcume



Plaza de Armas de Chiclayo



Chalanes y caballos de Paso



Tumba del Señor de Sipán

Lima

El departamento de Lima es el más poblado del Perú, ya que la capital de este país, la ciudad de Lima se encuentra ahí; es el centro de transporte, cultural, económico, social, político y turístico de la nación. Debido a que Perú es un país altamente centralizado, gran parte de su organización y comercio se centran en esta ciudad. La ciudad de Lima fue fundada en 1535 por el conquistador Francisco Pizarro, la ciudad que él fundó es ahora conocida como el Centro Histórico de Lima, que contiene gran parte de la arquitectura colonial del Perú y de América del Sur. Durante la época colonial, Lima fue el centro de la dominación española en América del Sur y la administración del continente pasaba por esta ciudad. Debido a esto, la presencia colonial creció enormemente hasta la independencia.

Lima metropolitana

Luego de la independencia, las culturas de todo el mundo iniciaron una mezcla cultural para formar lo que hoy es Lima. Un ejemplo de esta unión de culturas es la gastronomía de la ciudad. La cocina de Lima es una combinación que representa a todos los grupos de personas que forman parte de la ciudad; Europa, Asia, y la cocina andina se mezclan para crear lo que ahora se conoce como la cocina limeña. El sector de la

alimentación es una parte muy importante de la economía turística de Lima, ya que muchos de los mejores restaurantes de América del Sur y los cocineros están ahí.

No solo es la mezcla gastronómica evidente en Lima, la mezcla de culturas también está presente. Nada ejemplifica esto mejor que los múltiples museos que se encuentran en todo Lima, entre ellos, el más grande y más reconocido es el Museo Nacional, Museo Nacional de Antropología, Arqueología e Historia, Museo Rafael Lacro Herrera, Arqueológico, el Museo Nacional de la Cultura Peruana y el Museo de Arte Italiano. El distrito de Miraflores es uno que a menudo se apela a los turistas debido a la multitud de restaurantes, hoteles, parques, eventos y atracciones de la zona. El distrito de Barranco, junto con el distrito de Miraflores cuenta con una animada vida nocturna con varias discotecas y pubs o peñas, un tipo especial de lugar que son muy populares entre los turistas en Barranco.

El Parque de la Reserva y el Parque de la Exposición en la ciudad y son uno de los espacios verdes principales de Lima. La Reserva nacional de las Lomas de Lanchay, ubicado a 105 kilómetros al norte de Lima es el hogar de una gran variedad de fauna y vegetación. Caral, ubicada en el medio del desierto, es la ciudad más antigua del hemisferio occidental, ya que fue construida hace 5.000 años. Lunahuaná, al sur de Lima, es un centro de turismo de aventura con rafting y otras actividades. La playa de Asia, a 100 kilómetros al sur, es muy popular entre los residentes como destino vacacional.



Plaza de Armas de Lima



Balcones coloniales, en el Centro Histórico de Lima



Palacio de Gobierno



Centro financiero de San Isidro.



Parque de la Reserva.

Loreto

Loreto es el departamento más grande pero menos poblado de Perú. Su geografía se compone de densa vegetación amazónica, la cual es eje del tipo de turismo que se practica allí. En la región Loreto se encuentra

la presencia de grandes infraestructuras euro-brasileñas de la época del caucho, los ríos Marañón y Ucayali que conforman el curso principal del Amazonas, en la selva alta de Loreto se puede encontrar petroglifos de antiguas culturas en su mayoría ya extintas además de varias catedrales perdidas en la selva en su mayoría construidas jesuitas, Loreto también alberga a grandes concentraciones de parques y reservas naturales donde viven flora y fauna únicas en varios sectores de la Amazonía Occidental como la reserva de Alpahuayo Mishana o el Matsés, en Loreto también se encuentra las únicas cadenas montañosas en la amazonia occidental del oriente peruano tal cual son la Sierra del Divisor y la Cordillera Azul.

Iquitos metropolitano

Iquitos capital del departamento, es la ciudad más grande de la Amazonía peruana y la quinta más poblado del Perú. La ciudad es el hogar de la arquitectura europea traída por el auge del caucho a finales del siglo XIX. Uno de los principales atractivos es la Casa de Fierro (Iron House), un edificio diseñado por el arquitecto francés Gustave Eiffel, quien diseñó la Torre Eiffel. La ciudad cuenta con edificios construidos durante la época del Art Nouveau. El distrito de Belén de Iquitos está en agudo contraste con la arquitectura modernista de otras partes de la ciudad. Belén se encuentra en una serie de canales y por lo que se le conoce como la Venecia de la selva peruana. Los edificios están construidos sobre balsas y otros dispositivos de flotación para protegerse de las inundaciones. Los ríos de Loreto contienen muchas playas que sirven como lugares de excursiones de un día desde Iquitos. La región de Loreto contiene numerosos parques nacionales y reservas privadas. Estas áreas protegidas son el hogar de una gran diversidad de vida vegetal sin igual en el mundo animal, las cuales son atendidas por guías organizados muchos de los cuales se pueden contratar desde Lima o en Iquitos.



Casas flotantes en el río Amazonas



Plaza central de Iquitos



Hombre de la Nación Yagua



Malecón Tarapacá



Petroglifo de Alto Amazonas



Río Putumayo



Panorama del Río Itaya desde las orillas del Iquitos Metropolitano.

Puno

Puno es un departamento del Perú situado en el sureste del país. Ocupa 67 mil km² de territorio conformado por la mitad occidental de la Meseta del Collao, al oeste del lago Titicaca, y las yungas amazónicas al norte. Limita al este con territorio boliviano, al suroeste con los departamentos de Tacna, Moquegua y Arequipa, al oeste con el del Cuzco y al norte con Madre de Dios.

Se estima que en esta parte del Altiplano se ubica el centro de origen de la papa cultivada. El Collao fue territorio de la antigua cultura Tiahuanaco a mediados del I milenio. Posteriormente, se desarrollaron en la región diversos señoríos conquistados por el Imperio incaico hacia el siglo XV. Durante la Colonia, fue una importante zona comercial. A fines del siglo XVIII, fue importante teatro de operaciones de la Rebelión de Tupac Amaru II en sus dos fases. Fue creado como departamento el 26 de abril de 1822 en sustitución de la intendencia colonial con antelación a la expulsión de los realistas acantonados en la zona, efectuada recién en 1824 tras la Batalla de Ayacucho.



Lugares más visitados

Los lugares más visitados en Perú por el **turista receptivo** son las ciudades de Lima y su centro histórico (como punto de entrada al país) y Cuzco que se caracteriza por su arquitectura incaica y colonial. Sus principales atractivos son el Inca y el sitio arqueológico de Machu Picchu (elegido como una de las 7 Nuevas Maravillas del Mundo).

El principal circuito turístico del país es el circuito sur, que engloba ciudades como; Ica, Nazca, Paracas, Arequipa, Chivay, Mollendo, Puno, Cuzco, Ayacucho y Puerto Maldonado, con atractivos arquitectónicos, culturales y naturales. Este circuito actualmente se ha ampliado hasta la selva de la región Madre de Dios, donde el Parque nacional del Manú ofrece la posibilidad de realizar turismo ecológico.

La segunda ruta en importancia es la del Callejón de Huaylas, en la región Ancash, sede del turismo de aventura (Parque nacional Huascarán) y principal punto de referencia de la cocina Novo andina.

Perú tiene muchas otras rutas turísticas. Entre éstas están las del valle del río Mantaro, con la ciudad de Huancayo como uno de sus ejes, y El Valle de Tarma llamada por Antonio Raimondi *La Perla de los Andes* como otro eje que a su vez es la entrada a la Selva Central. La costa central sur (región Ica y provincia de Cañete) y la ciudad norteña de Trujillo donde se encuentra Chan Chan la ciudadela de barro más grande América Latina, el tradicional balneario de Huanchaco y las Huacas del Sol y de la Luna pertenecientes a la cultura Chimu también se puede visitar Chiclayo y Lambayeque desde donde se encuentra el Museo Tumbas Reales de Sipán. Estos son puntos de partida hacia las demás regiones del norte del país en el circuito turístico nororiental.

También el caudaloso río Amazonas y la ciudad de Iquitos, en la Amazonía Peruana son aptos para el turismo. Allí se encuentra buena parte de la diversidad biológica peruana. Cerca de Iquitos es posible visitar dos grandes reservas nacionales: la Reserva nacional Pacaya-Samiria y la Reserva nacional Allpahuayo-Mishana.

Actividades

En Perú se pueden realizar varios tipos de turismo, como Turismo de Aventura, Turismo Ecológico, Turismo Cultural, también la exploración de los vestigios incaicos de Machu Picchu, Choquequirao a los preincaicos de Sillustani, el sobrevuelo de las Líneas de Nazca, o la visita al Cañón del Colca, a los bosques del Manu, la navegación del Lago Titicaca o caminatas por el famoso Camino Inca, o por el nevado Salkantay o Ausangate, deportes de aventura en la costa, o las playas de Mancora en el litoral peruano, además de variedad de ríos, o alturas andinas, y la realización de turismo vivencial o turismo rural. En cuanto al ecoturismo, se existe amplia variedad de flora y fauna en la selva amazónica, o la reserva Ecológica de Pacaya Samiria, el Callejón de Huaylas.

Las principales Actividades turísticas en Perú son:

- ✓ Turismo de aventura.
- ✓ Turismo Cultural.
- ✓ Ecoturismo.
- ✓ Turismo gastronómico.
- ✓ Turismo terapéutico.
- ✓ Turismo vivencial.

Otras rutas turísticas que ofrece Perú

Las áreas naturales protegidas de Perú son de especial interés para realizar turismo ecológico.

El más reciente es el turismo gastronómico de Lima como *Capital Gastronómica de América*,⁷ además de otras opciones como su infraestructura hotelera que la hacen sede de convenciones regionales e internacionales. El turismo vivencial se desarrolla también esos últimos años, mayormente en la zona del Lago Titicaca (islas de Taquile y de Amantani) pero también en las rutas alternativas para visitar Machu Picchu (como la [<http://web.archive.org/web/http://peru.chocomuseo.com/p/cacao-tour.html>] ruta del cacao y del café). En Perú también existe una buena alternativa en el departamento de Amazonas, pues ahí se cuenta con grandes atractivos turísticos tal es el caso de La Fortaleza de Kuélap, o la tercera catarata más alta de mundo, Gocta, un museo en Leymebamba con un promedio de 200 momias en muy buen estado de conservación y muchos otros materiales de la cultura chachapoyas, y una gran variedad de platos típicos.

CAPITULO 08: FINANCIAMIENTO DE UNA EMPRESA DE TURISMO

PYMES DE TURISMO

En la actualidad muchas personas vinculadas al mundo del turismo; empresarios gerentes, dueños de empresas turísticas tienden a pensar que no se puede competir con un grande del sector: con una cadena internacional de hoteles, de restaurantes, de atracciones, de tiendas en general.

Muchos emprendedores de pequeñas empresas turísticas suelen erróneamente compararse con las grandes empresas. Pierden mucho tiempo mirando y pensando cómo ser competitivos frente a ellos.

Hace poco tiempo Google lanzó la noticia de que pronto estaría disponible su propio buscador de hoteles: “Google-Hotel-Finder” y muchas fueron las respuestas negativas a este nuevo “servicio” de Google. La mayoría de gente que sigo en blogs y a su vez, los propios seguidores de estos bloggers, comentaron en resumidas cuentas, que el gigante Google se está comiendo a todos los pequeños y que pronto solo quedarán 3 o 4 grandes del sector del turismo mientras que la tendencia es que la pequeña empresa turística vaya desapareciendo.

En mi opinión la pequeña empresa turística no desaparecerá y aunque muchos actores de esta industria crean que las pymes turísticas no son lo suficientemente importantes, creo humildemente, que están muy equivocados.

Por cada gran empresa nacional o internacional del sector de los viajes y el turismo hay 1000 micro-empresas de turismo (directa o indirectamente).

Aunque la mayoría de veces estas empresas no son tenidas en cuenta en las políticas de desarrollo turístico, **en conjunto las micro-empresas turísticas proveen la gran parte de la esencia del ambiente local.**

Las pequeñas empresas turísticas reflejan la mayoría de los rasgos y características que son exclusivas de los destinos turísticos en los que operan. Los micro-empresarios pueden entregar un servicio mucho más personalizado que las grandes empresas.

Las líneas aéreas, las grandes cadenas hoteleras pueden ofrecer un muy buen servicio de transporte o el más alto standar de servicio en un hotel. Sin embargo, otros turistas que tengan distintas motivaciones, podrían percibir a las primeras formas de transporte y alojamiento como un medio para llegar a un fin.

En la práctica, en el día a día del turismo, son las pequeñas empresas las que proporcionan experiencias que el turista percibe como “el disfrute del destino”. Las pequeñas empresas de la industria comprenden el 95% de todas las empresas proveedoras de servicios turísticos y todas juntas otra vez, generan la tercera parte de los ingresos en el sector. Aunque generan mucho más ingresos localmente.

Desde compañías de autobuses, taxis, pequeños hoteles y casas rurales, granjas que ofrecen alojamiento y actividades rurales, guías de turismo, casas de comidas, pequeñas agencias de viaje.....Todas ellas tienen un papel fundamental en el sector del turismo ya sea económica como socialmente y también en términos de sostenibilidad.

Y sí, es cierto que muchos grandes, a veces nos asustan con sus servicios, o con sus precios, pero como en toda industria, el turismo y sus actores deben reinventarse, mutar, transformarse y en ese cambio siempre quedan algunos: hay negocios que antes eran probados y que ahora han desaparecido.

La consigna es dejar de pensar como competir con un grande. Entender que no es el mismo perfil de cliente el que visita una cadena de hoteles de 5 estrellas que el que se hospeda en una pequeña granja rural. La consigna es pensar como es el turista al que le motiva, le gusta y le agrada nuestro servicio de pequeña empresa y a partir de allí crear productos adaptados a ese turista y allí sí, en nuestro nicho de mercado deberemos ser competitivos.

Paquete Turístico

Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PAQUETE TURÍSTICO

Según la ley de viajes combinados, se entiende como paquete turístico a la combinación previa de por lo menos dos de los siguientes servicios:

- ✓ Transporte
- ✓ Alojamiento
- ✓ Otros servicios turísticos

Siempre que dicha prestación sobre pase las 24 horas o incluya una noche de estancia

- ✓ Tipos de paquetes
- ✓ Programas de estancias
- ✓ Circuitos
- ✓ Circuitos terrestres
- ✓ Circuitos aeroterrestres
- ✓ Larga distancia
- ✓ Viajes alternativo
- ✓ Viajes a medida
- ✓ Programas de estancia

Combinación de un medio de transporte y una estancia en un alojamiento turístico.

Recomendado para:

- Vacaciones tranquilas en una zona de playa
- El cliente que gusta de disfrutar sin horarios o visitas preestablecidas.

Circuitos

Concepto más clásico de viaje y adoptan, en función del recorrido y del medio de transporte, las siguientes denominaciones:

- ✓ Circuitos terrestres Ej. Autobús para viaje nacional: Ej. Autobús para viaje local
- ✓ Circuitos aeroterrestres: Para llegar al destino Para recorrido

Larga distancia: Transporte particular y guía particular Para llegar al destino

Viajes alternativo.

Oferta especial con destinos inéditos, medios de transporte y alojamientos infrecuentes y desarrollo diferente del viaje.

AGENCIA DE VIAJES

Una **agencia de viajes** es una empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes, como por ejemplo: transportistas (aerolíneas, cruceros), servicio de alojamiento (hoteles), con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

La compañía británica Cox & Kings, creada en 1858, es la agencia de viajes más antigua del mundo y Thomas Cook uno de sus más notables pioneros, por su planificación desde 1841 de excursiones religiosas en grupo. En cualquier caso, las agencias de viajes se desarrollaron sobre todo a partir de los años veinte, con el desarrollo de la aviación comercial.

La frase agencia de viajes ha cambiado su significado desde la emergencia de compañías como la antes citada, que hoy en día es considerada más bien un tour operator. La diferencia es que los tour operators ofrecen de una forma muy cerrada los planes de viaje, mientras que las agencias intentan más bien plegarse lo más posible a los clientes, tomando sus servicios, entre otros, del mayor número posible de tour operators.

Las agencias de viajes resultan especialmente útiles para la contratación de viajes de varios días en el extranjero, pues facilitan los trámites con las compañías foráneas y resuelven los problemas derivados del alojamiento y de la guía turística.

Características

La mayoría de las *agencias de viajes* no sólo venden boletos de avión o tren; sus servicios varían y muchas de ellas venden más paquetes de cruceros que boletos de avión, así como servicios relacionados con hoteles. La mayoría de las agencias de viajes también llevan a cabo alquiler de coches para sus clientes y muchas de ellas se concentran en la organización de viajes para grupos a diferentes destinos. Para ello, trabajan con aerolíneas regulares, aunque en muchas ocasiones lo hacen con compañías de vuelos chárter. Muchas agencias de viajes representan en exclusiva a un pequeño grupo de proveedores: líneas aéreas, cruceros y empresas de alquiler de coches, por lo que, a menudo, los logos de estas empresas se muestran en las vidrieras de las oficinas de la agencia. Algunas agencias de viajes brindan un servicio de casa de cambio. En la mayoría de las agencias también se puede ofrecer servicio de tours, en destinos más comerciales principalmente, dependiendo el destino se pueden ofrecer con traslados incluidos donde el cliente sale desde la comodidad de su hotel, también se pueden incluir alimentos y bebidas, guías certificados para dar mayor información de los sitios que se están conociendo, cuando se viaja en familia se obtienen precios preferenciales. El turismo es amplio en toda la extensión de la palabra se puede encontrar para todos los gustos y presupuestos, en temporada de vacaciones y en temporada regular, siempre la gente encontrará una buena opción para sus vacaciones y así tener unas lindas vacaciones.

TIPOS

Una agencia de viajes puede consolidarse como un único centro de operaciones o, por el contrario, como una cadena de locales repartidos por una zona determinada.

A la hora de la exclusividad de lo ofrecido, las agencias de viajes se dividen en dos grandes grupos: por un lado, están aquellas grandes agencias que, actuando casi como auténticos proveedores, ofrecen servicios y productos que, aunque condicionados por ellas mismas, son de carácter muy general y poco adaptados a las preferencias particulares; por otro lado, están las agencias de viajes de menor envergadura que, aun teniendo un menor control sobre el servicio ofrecido, tienen la posibilidad de adaptarse mucho más a las condiciones de cada cliente.

Existen dos distintos tipos de agencias de viajes:

a) Según su naturaleza operativa y el punto de vista:

- **Comercial:**
 - Tour Operadoras: aquellas que organizan los viajes contratando directamente con los proveedores de los servicios.
 - Mayoristas o Wholesaler: aquellas que elaboran proyectos, ofrecen y distribuyen productos y servicios turísticos a través de agencias minoristas. Normalmente no contratan con el cliente final. Suelen hacer reservas para cubrir las demandas de los minoristas, los mayoristas ganan una comisión sobre las ventas de los minoristas.
 - Minoristas, Detallista o Retailer: aquellas que venden directamente al consumidor, servicios y productos organizados por otras agencias o sí mismas.
 - Mixta o de Organización y prestación de servicios: tiene capacidad para elaborar y organizar viajes y servicios para clientes y agentes.
- **Geográfico:**
 - Internacional: tiene cobertura mundial.
 - Nacional: tiene cobertura dentro de un país.
 - Local: Tiene cobertura en una localidad o ciudad y sus alrededores.
- **Operativa Turística:**
 - Agencia de turismo egresivo o de exportación: atiende la oferta y demanda del turismo egresivo al exterior.
 - Agencia de turismo receptivo: atiende dentro del país las corrientes turísticas provenientes del exterior.
 - Agencia de turismo interno: atiende el movimiento interno del turismo de un país.

b) Según la regulación jurídica argentina: El 6 de noviembre de 1970 se dictó la Ley Argentina n°18.829, que normaliza la actividad de las Agencias de Viajes. La ley procura que la actividad de las agencias se desarrolle dentro de un marco de dignidad, bajo un justo control de calidad y honestidad de los servicios que prestan.

El artículo n°4 del decreto reglamentario n°2182/72,² clasifica a las Agencias de Viajes en tres categorías, a saber:

- **1) Empresas de Viajes y Turismo:** son las que realizan todas las actividades mencionadas en el artículo n°1 de la ley 18829, para clientes propios, para otras agencias del país o del exterior o para terceros.
- **2) Agencias de Turismo:** son las que realizan todas las actividades mencionadas en el artículo n°1 de la ley 18829, para sus clientes, incluyendo turismo receptivo por cuenta propia.
- **3) Agencias de Pasajes:** son las que pueden actuar en la reserva y venta de pasajes en todos los medios de transporte autorizados o en la venta de servicios programados por las Empresas de Viajes y Turismo y los transportadores aéreos, acuáticos y terrestres.

ORGANIZACIONES

El 20 de abril de 1931, se formó la Sociedad Americana de Agencias de Viaje (ASTA) en la ciudad de Nueva York para defender los derechos de los agentes de viaje estadounidenses sobre el poder de los crecientes sistemas del día de las aerolíneas. Ahora con sede en Alexandria, Virginia, el ASTA sigue representando a las agencias y agentes de viaje.

El organismo internacional para registrar agentes de viaje es la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), aunque la mayoría de los agentes de viaje son registrados a través de organismos nacionales como la Federación Australiana de Agentes de Viaje.



Agencia de Viajes Online - Central de Reservas

INTERNET

Con la llegada del acceso general a Internet, muchas aerolíneas y otras compañías de viaje comenzaron a vender los billetes directamente a los pasajeros. Como consecuencia, las aerolíneas dejaron de tener la necesidad de pagar comisiones a los agentes de viaje por cada boleto vendido. Desde 1997, las agencias de viaje gradualmente se tuvieron que adaptar a la desintermediación, la reducción en costos causada por remover las capas desde el paquete holiday distribution network.

Muchas agencias de viaje han desarrollado una presencia en Internet publicando un sitio web, con información detallada de viaje. Los sitios de reserva de viaje completo a menudo son complejos, y requieren la asistencia de proveedores de soluciones de tecnología de viaje como Travelocity, Pas, hoteles y renta de automóviles.

Algunos de los sitios web de viaje permiten a los visitantes comparar las cuotas de las múltiples compañías hoteleras y de vuelo de manera gratuita. A menudo permiten a los visitantes ordenar los paquetes de viaje por servicios, precio o proximidad a una ciudad o señal.

Los agentes de viaje han desarrollado herramientas de embalaje dinámico para proveer el viaje totalmente consolidado (protección financiera completa) a precios equivalentes a o menores que lo que un miembro del público puede reservar en línea. Así, las ventajas de las agencias financieras son adicionalmente protegidas para el consejo profesional de las agencias de viaje.

Todos los sitios de viaje en línea que venden habitaciones de hotel en línea trabajan juntos con numerosas agencias de viaje ajenas. Una vez que el sitio vende una reserva, uno de los agentes de viaje suplementarios es contactado y tratará de obtener una confirmación para este hotel. Cuando esto es confirmado o no, el cliente es contactado con el resultado. Esto significa que reservar en un hotel en un sitio de viaje no te dará una respuesta instantánea. Solo algunos de los hoteles en un sitio de viajes pueden ser confirmados instantáneamente (que están normalmente marcados como tal en el sitio). Como diferentes sitios de viajes trabajan con diferentes suplentes juntos, cada sitio tiene diferentes hoteles que pueden confirmar instantáneamente.

Con las personas cambiando al servicio de los sitios en línea, el número de empleos disponibles como agente de viaje ha disminuido. La mayoría de los empleos que se vuelven disponibles son de agentes de viaje mayores que se retiran. Neutralizando la disminución de empleos por los servicios en línea, está el incremento de la gente que viaja. Desde 1995, muchos agentes de viaje han salido de la industria, y relativamente poca gente joven ha entrado en el campo debido a salarios menos competitivos. En todo caso, otras han abandonado la agencia "ladrillo y mortero" por un negocio basado en el hogar para reducir gastos. Aquellos que quedan han sobrevivido promoviendo otros productos de viaje como cruceros y excursiones en tren, o promoviendo su habilidad para agresivamente buscar y ensamblar complejos paquetes de viaje.

CONCLUSIÓN

La diversidad del turismo está involucrada actualmente por una visión global, de acuerdo a los avances tecnológicos. Es muy importante la visión del cliente, su rol y la evolución de sus formas de compra. Hoy día las ofertas no solo repercuten en el factor precio, sino también, el valor agregado y la experiencia palpable. En la actualidad aún prevalecen los viajes de ocio, representando un 52%, y en vista de que el consumidor se ve afectado por las tendencias actuales, habituarán los diversos motivos, repetidos en diferentes estaciones del año. Importante destacar las tendencias de los nuevos consumidores: esperan más, confían en sus colegas, están informados y tienen mayor poder cognitivo por su permanente exposición a las informaciones, tienen opciones y tienen voz. “El mundo está explorando competencia, el mundo es en Beta” Hay que estar preparados para enfrentar los 10 grandes retos que representa el cliente 2033 en términos de consumo y gestión de clientes, de entender el mundo globalizado y sus tendencias tecnológicas, y en mi opinión, hay que mantener al capital humano en vanguardia y capacitado.

Los países de turismo emergente, crecerán en demanda, esto porque el turista busca diversificar y vivir nuevas experiencias, entre ellos, China es el país que más gastan en turismo internacional, reforzando su liderazgo en gasto turístico global.