

# **Fundamentos del turismo**



# Fundamentos del turismo

*Nuevo enfoque  
en el siglo XXI*

COMPILADOR

José Luis Feijoó

COAUTORES

Mariana Celina Fabbroni, Mariana Pérez Marquez,  
Marlene Pedetti, Alice Bonomi, Patricio Castro  
Pacheco, Rodrigo Báez, Melina Magalí Romero, Lila  
Somma y Mayra Lorena Coppa



UGERMAN EDITOR  
Ciencia & Técnica

---

*Desde 1969 junto al libro*

Fundamentos del turismo : nuevo enfoque en el siglo XXI / José Luis Feijoó ... [et al.] ; compilado por José Luis Feijoó. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Ugerman Editor, 2018.  
Libro digital, DOCX - (Hotelería, gastronomía y turismo)

Archivo Digital: descarga y online  
ISBN 978-987-9468-65-4

1. Política de Turismo. 2. Servicios de Turismo. 3. Gestión Hotelera. I. Feijoó, José Luis II. Feijoó, José Luis, comp.

CDD 338.4791

Diseño de tapa: DG. Pablo Ugerman - [www.ugrdesign.com.ar](http://www.ugrdesign.com.ar)  
Armado y diseño interior: Lorena Blanco: [lorenamsblanco@gmail.com](mailto:lorenamsblanco@gmail.com)  
Corrección: Ana Casares, E-mail: [laprofe484@hotmail.com](mailto:laprofe484@hotmail.com)  
Coordinación editorial: Mirtha Bareiro

© 2018, by UGERMAN EDITOR  
Ituzaingó 1151 - PB. Oficina 8  
(1272) Capital Federal  
Buenos Aires - Argentina  
Telefax (011) 4362.2107 / 4361.5236  
[www.ugermaneditor.com.ar](http://www.ugermaneditor.com.ar)  
[jcugerman@yahoo.com.ar](mailto:jcugerman@yahoo.com.ar)  
[info@ugermaneditor.com.ar](mailto:info@ugermaneditor.com.ar)  
skype: ugermaneditor

Hecho el depósito que marca la ley 11.723

ISBN 978-987-9468-65-4

Reservados todos los derechos de la presente edición para todos los países. Este libro no se podrá reproducir total o parcialmente por ningún método gráfico, electrónico, mecánico o cualquier otro, incluyendo sistemas de fotocopia y duplicación, registro magnetofónico o de alimentación de datos, sin expreso consentimiento de la editorial.

IMPRESO EN ARGENTINA  
PRINTED IN ARGENTINA

## JOSÉ LUIS FEIJOÓ

**José Luis Feijoó**, argentino/español. Licenciado en Hotelería y Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Máster en Dirección de Empresas MBA, Universidad de Palermo, Argentina. Posgrado en Marketing, Universidad de Palermo. Major in Hotel and Restaurant Management, Hocking College, Ohio, USA. Administrador de Hotel, International Buenos Aires Hotel & Restaurant School.

Se desempeñó como Gerente de áreas operativas del Sheraton Buenos Aires Hotel and Convention Center. Fue Gerente General de los hoteles Reconquista Plaza (Buenos Aires) y Arapacis Resort (Pinamar).

Fue Coordinador General de Educación Continua y Director del Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano.

Director de las carreras Licenciatura en Hotelería, Licenciatura en Turismo y Administración con orientación en Hotelería de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Belgrano.

Profesor Titular de las cátedras Habilitación Profesional I, Planeamiento Hotelero y Gestión de Alimentos y Bebidas de la Licenciatura en Hotelería de la Universidad de Belgrano.

Dirigió el equipo de trabajo que diseñó el Ciclo de Licenciatura en Hotelería y Turismo, modalidad a distancia, el Ciclo de Licenciatura en Turismo, modalidad presencial y la Licenciatura en Gastronomía, modalidad presencial de la Universidad de Belgrano.

Tutor y jurado de Tesinas de Grado. Evaluador de Tesis de Posgrado.

Compilador y Coautor del libro “La Comunicación en el Turismo”. 1<sup>ra</sup> Edición, Buenos Aires, Ugerman Editor (2016).

Compilador y Coautor del libro “El Talento Humano en Hotelería y Turismo”. 1<sup>ra</sup> Edición, Buenos Aires, Ugerman Editor (2016).

Compilador y Coautor del libro “La gestión aplicada a Hotelería y Turismo”. 1<sup>ra</sup> Edición, Buenos Aires, Ugerman Editor (2008) 2<sup>da</sup> Edición, Buenos Aires, Ugerman Editor (2015).

Compilador y Coautor del libro “El Planeamiento estratégico en hotelería”. 1<sup>ra</sup> Edición, Buenos Aires, Ugerman Editor (2012).

Compilador y Coautor del libro “Alimentos y Bebidas – Su gerenciamiento en hoteles y restaurantes”. 1<sup>ra</sup> Edición, Buenos Aires, Lectorum Ugerman Editores (2009).

Autor del Libro “Tablero de Comando para Hoteles. 1<sup>ra</sup> Edición, San Luis, Ediciones Macchi San Luis (2007).

## MARIANA CELINA FABBRONI

**Mariana Celina Fabbro** es egresada de la Licenciatura en Turismo de la Universidad del Salvador en 1995. Comenzó a trabajar en el Área de Educación en 1998, En 2003 estudia docencia en la Universidad Nacional de Mar del Plata - UNMDP obtuvo el título de “Especialización en Docencia Universitaria”. Su trabajo profesional se refirió a la inserción de las tecnicaturas en turismo dentro de la teoría de la complejidad y el pensamiento complejo. Estudió en Portugal (2006) diversas materias de Multiculturalidad en el IPL (Instituto Politécnico de Lieria) en convenio con la Maestría de Educación de la Universidad de Porto. Participó en investigaciones en Patrimonios de la UNESCO, específicamente sobre los “Mosteiro de Alcobaça y de Batalha” de Portugal. Estudió la “Especialización en Docencia en Entornos Virtuales” de la Universidad Virtual de Quilmes. Es docente concursada de la Universidad Nacional de Quilmes - UNQUI. En la Universidad de Belgrano trabaja en el proyecto FEDEV-UB en la carrera de Licenciado en Hotelería y Turismo en ciclo de complementación modalidad *e-learning*, es Coordinadora Académica y forma parte también en la elaboración del Plan de estudio. Recibió la distinción a los Proyectos innovadores UB 2013 y al desempeño docente 2017. Es autora de las carpetas de trabajo *Principios de conocimiento en turismo, Planificación y políticas turísticas de la Licenciatura en turismo* y Practica Profesional de la Tecnicatura en turismo. Docente: UB, UNQUI y UNER en Metodología de la Investigación en ciencias sociales y taller de investigación. Fue directora de estudios del ISEGH (Instituto Superior de enseñanza hotelera gastronómica) perteneciente a la AHRCC (Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés). Formó parte de los siguientes equipos de investigación: Nuevos dispositivos para la Universidad que aprende (UNQUI); La planificación estratégica como instrumento para el desarrollo local. Su aplicación para el campo del turismo (período 2003-2013) (UNQUI); y Sistema de indicadores de posicionamiento en redes y aplicaciones sociales de prestadores turísticos (UNQUI). Ha sido expositora en diversos congresos y seminarios

nacionales e internacionales y parte de comités científicos internacionales vinculados a la disciplina.

## **MARIANA PÉREZ MARQUEZ**

**Mariana Pérez Márquez** es Licenciada en Turismo y Magister en Comercialización y Comunicación publicitaria de la Universidad del Salvador. También es maestranda de la Maestría en Desarrollo y Gestión de destinos turísticos de la Universidad Nacional de Quilmes (tesis en desarrollo) y de la Maestría en Desarrollo Territorial de la Universidad Tecnológica Nacional. Se especializó en Reducción de Riesgo de desastres y desarrollo local sostenible en el Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo (Turín, Italia).

Durante cuatro años y medio se desempeñó como Directora de Desarrollo de la Oferta en el Ministerio de Turismo de la Nación y actualmente desempeña tareas técnicas profesionales para la Dirección Nacional de Inversiones turísticas del mismo organismo nacional.

En el año 2015, recibe la distinción honorífica y ad honorem de ser Promotora para Argentina de la Campaña Internacional: “Desarrollando Ciudades Resilientes: Mi Ciudad se está preparando) de la Oficina Regional de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de desastres.

Desde hace 21 años es docente en diversas cátedras y diversas instituciones académicas. Y también es oradora en diferentes eventos de información, comunicación y sensibilización en la temática de Cambio climático y Reducción de Riesgos de desastres.

## **MARLENE PEDETTI**

**Marlene Pedetti**, belga residente en Argentina. Magíster en Gestión de Destinos Turísticos por la Universidad Nacional de Quilmes. La tesis se tituló: Las actividades del Turismo Náutico. Estudio del caso de la Ribera de Quilmes, República Argentina.

Graduada de Licenciada en Turismo en la Universidad del Salvador. Actualmente realiza actividad docente en ambas universidades y fue tutora para el curso virtual “El turismo como eje de aprendizajes” del Ministerio de Turismo Argentina – EDUC.AR.

Fue la primera Coordinadora del Área del Turismo del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes (RCD EyA 094-13) desde agosto de 2013 hasta agosto de 2014 y es Supervisora del Área de Pasantías de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Historia Geografía y Turismo de la Universidad del Salvador desde 2007 hasta la actualidad.

Dentro de las actividades de docencia evaluó cursos de posgrado en la Universidad Nacional de Quilmes e integró el Comité Editorial para la realización de la Carpeta de Trabajo de Servicios de Transporte del curso correspondiente a la Licenciatura en Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Quilmes.

Es autora de los contenidos de Unidad 1 a 3 de la Carpeta de Trabajo (manual) para la asignatura “Organización y Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras” correspondiente a la carrera a distancia Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes y autora de los contenidos del módulo de aprendizaje para la asignatura “Relaciones Públicas y Comunicación en el Siglo XXI” correspondiente a la carrera a distancia Licenciatura en Hotelería y Turismo de la Universidad de Belgrano. Publicó artículos académicos en revistas nacionales y participó de congresos, jornadas y seminarios nacionales e internacionales como ponente.

## **ALICE BONOMI**

**Alice Bonomi.** Italiana residente en Argentina desde la participación al proyecto de Doble título entre Italia y Argentina, entre los años 2013-2014. Licenciada en Hotelería (*Universidad de Belgrano, Argentina, 2015*), Magister en Economía del Turismo en Italia (*Università degli studi Milano Bicocca, Italia, 2015*) y en Economía y Administración de Empresa (*Università degli studi di Bergamo, Italia, 2011*). Desde el año 2015 docente por la Universidad de Belgrano, presencial en la materia “Organización Internacional del Turismo” en la carrera de Hotelería y tutor por la materia “Formulación y Evaluación de proyectos” en la carrera virtual



de Hotelería y Turismo en la FEDEV. Se desempeña también en el rol de docente de Italiano para extranjeros en empresas privadas.

## **PATRICIO CASTRO PACHECO**

**Patricio Castro Pacheco**, ecuatoriano. Doctorando en Ciencias Económicas (*Universidad de La Habana, Cuba*). MBA Internacional en Dirección y Administración de Empresas Turísticas (*Escuela de Negocios M.B.A, Las Palmas de Gran Canaria, España*). Licenciado en Hotelería y Turismo, mención Medio Ambiente (*Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina*). Diplomado en Docencia Universitaria (*Florida Atlantic University, USA*); Tecnólogo en Hotelería y Turismo (*Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador*). Veinte y cinco años de experiencia profesional como Consultor Senior, en planes maestros de turismo sustentable; elaboración, diseño, planificación, gestión y control de proyectos turísticos; sistema de inventarios turísticos; TIC aplicadas al sector turismo, planes de marketing y planificación financiera.

Ponente y asistente a Congresos, seminarios y cursos internacionales en USA, España, Chile, Cuba, Ecuador. Diez y seis años de experiencia como director de escuela, coordinador de carrera, director y profesor principal, auxiliar e invitado en programas de pre y postgrado en gestión turística y administración de empresas, en varias universidades e institutos de Ecuador, España y Chile.

## **RODRIGO BAEZ**

**Rodrigo Báez** es Licenciado en Turismo de la Universidad Autónoma de Entre Ríos, maestrando en Gestión y Desarrollo del Turismo en la Universidad Nacional de Quilmes y en Análisis y Marketing Político, en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

Se desempeñó profesionalmente en la Secretaría de Turismo de Entre Ríos y en el Ministerio de Turismo de la Nación donde trabaja actualmente.

Participó en la formulación de distintos planes estratégicos en las provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Corrientes y Buenos Aires. Como así también en distintas publicaciones del Ministerio de Turismo de la Nación, la Secretaría de Turismo de Entre Ríos y la Universidad Autónoma de Entre Ríos.

Actualmente es docente de cátedras de la carrera de Licenciatura en Turismo en varias universidades.

## **MELINA MAGALÍ ROMERO**

**Melina Magali Romero**, es Licenciada en Turismo de la Universidad Nacional de General San Martín, y se especializó en la temática de patrimonio cultural. Tiene un Posgrado Internacional de Patrimonio y Turismo Sostenible de la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural y la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Asimismo se formó en áreas vinculadas a la educación realizando el Ciclo Pedagógico de Enseñanza Media y Superior en la Universidad del Salvador. Con 4 años de experiencia en la gestión pública, se desempeña como referente de turismo cultural en el área de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo de la Nación.

En su experiencia profesional en el sector privado, trabajó en diferentes áreas de hotelería y agencias de viaje. En lo que respecta a la gestión pública, desde hace 4 años se desempeña como referente de turismo cultural en el área de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo de la Nación.

## **LILA SOMMA**

**Lila Somma**, es Licenciada en Administración hotelera (UP). Realizó un Posgrado en Desarrollo y Gestión de destinos turísticos (Universidad Nacional de Quilmes). Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Investigación y Desarrollo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo desde 2013. Recibió el premio al Mejor Proyecto de Graduación 2009/12.

También se desempeñó laboralmente en el Hotel Alvear Palace. Trabajo 6 años en la empresa de viajes Despegar.com y actualmente se encuentra en el sector de Agencias, en una empresa de turismo.

Por último, realizo varios seminarios, cursos y realizo publicaciones en el ámbito de la pedagogía y educación.

## **MAYRA LORENA COPPA**

**Mayra Lorena Coppa** es Licenciada en Hotelería y Turismo de la Universidad de Belgrano. Guía de Turismo, graduada del Instituto Superior de Formación Técnica N°118. Docente adscrita en Organización Internacional del Turismo en la carrera de Licenciatura en Hotelería de la Universidad de Belgrano. Sensibilizadora y capacitadora turística en el programa Turismo, Patrimonio y Escuela del Ministerio de Turismo de La Nación. Tour Leader con vasta experiencia recorriendo y conociendo cada rincón de la República Argentina y países limítrofes.



# PRÓLOGO

## ANTONIO TORREJÓN

### **El Turismo en la actualidad es una multidisciplina de indiscutida relevancia global**

Al crecer esta actividad, en importancia, aumenta la atención que le deben prestar los Gobiernos, las organizaciones, tanto públicas como privadas, y los centros de formación.

En 1924, el Diccionario Espasa Calpe, anticipaba que “Es el turismo, de todas las formas de exportación, la más segura, la menos costosa, la más lucrativa, **la más rápida y la única que no se agota jamás.**”

Esta publicación en sus cuatro (4) enfoques editados, que llevan a la Educación y conocimiento científico; a su Organización y Servicios; al Territorio y los Recursos y finalmente a las Políticas y Desarrollo, es una excelente introducción para dos tipos de lectores esencialmente: los Estudiantes de esta multidisciplina, y para aquellas personas que trabajan en el sector que quieran ampliar la familiarización con algo de tanta actualidad y futuro.

Compruebo que al escribir este libro los autores han intentado donde ha sido posible, relacionar los conceptos teóricos con situaciones reales, la mayoría de ellos basados en la experiencia profesional que la trayectoria les fue regalando a los autores. Sin lugar a dudas este un punto destacado que les permitirá a los lectores, entender la complejidad que el sector turístico representa.

Asimismo, merece una valoración destacada, la visión dinámica que se plantea del sector en sus diferentes dimensiones y que claramente posiciona al turismo de manera diferencial en un contexto global en permanente cambio.

De esta manera es muy valioso el contexto de presentación que realiza Mariana Fabbroni; para dar paso al desarrollo de los capítulos que van serpenteado los diferentes contextos del turismo, yendo desde el territorio, al desarrollo, a las políticas, a las problemáticas actuales y al planteo de organizaciones y servicios, contemplando también la innovación y la tecnología. Todos ellos desarrollados por profesionales como Mariana Pérez Márquez, Mariana Fabbroni, Rodrigo Báez, Melina Romero, Marlene Pedetti, Lila Somma, Alice Bonomi, Patricio Castro Pacheco y Mayra Lorena Coppa. Todo este equipo liderado por un profesional que se destaca por la equilibrada visión que la academia requiere en un contexto de permanente cambio.

A su vez, esta obra es relevante no solo por la visión de los nuevos autores, sino que también tiene muy presente a los clásicos autores que han enseñado durante tantas décadas a los profesionales en turismo.

Recuerdo que el conocido economista John Maynard Keynes en una conferencia en Madrid (1930) anticipaba la proyección del turismo. Sostenía que, con el avance de los próximos años, sostenía –con amplios argumentos– que se disfrutara de más tiempo libre y consecuencias “de conquista social”, en un nuevo planteo de la economía. El mismo J.M. Keynes, en charla posterior en Londres en 1936 evaluaba repitiendo los conceptos que mencionamos de Madrid, 1930, y lo revolucionario que habilito de las “**vacaciones pagas**, desde 1935, Francia”.

Congratulo mi apoyo a lo que valorizaran miles de lectores de este libro en el futuro y a la apertura que, con esta obra, la Universidad de Belgrano logra en un sector y en un contexto global complejo.

**Antonio Torrejon**

*“54 años ininterrumpidos trabajando por el Turismo del Gobierno Argentino”*

# INTRODUCCIÓN

JOSÉ LUIS FEIJOÓ

En este libro que me complace presentar y del que soy su compilador, plasmaron sus ideas y conceptos autores con gran experiencia en el turismo y también nóveles autores que invitamos especialmente, para que tuvieran su espacio para expresarse.

Un buen modo de hacerlo es a través de la escritura de un libro, que luego de escrito ya no pertenece a los autores y comienza a pertenecer a los lectores, que son la razón por la cual escribimos.

En este libro nos focalizaremos en los Fundamentos del Turismo, con un nuevo enfoque en este siglo XXI que hace ya casi dos décadas comenzamos a transitar.

Cada uno de los coautores al escribirlo visualizaba a sus lectores; por una parte, estudiantes ávidos en saber algo más del turismo, que seguramente han elegido como la carrera para su desarrollo profesional y por otra parte quienes ya están en actividad, pero su curiosidad los lleva a conocer algo más de lo que está sucediendo en este momento en este dinámico sector.

Ustedes, los lectores son los mejores aliados de los conocimientos de los coautores, ya que serán los encargados de aprenderlos y luego difundirlos. El alcance de un libro, siempre sorprende. Y es a través del lector que esto sucede.

En el capítulo 1 abordaremos por qué saltar la brecha entre la concepción popular de lo que es turismo para el común de la gente incluidos aspirantes a estudiarlo y la concepción que tienen del turismo la comunidad

académica es arduo, complejo y algunas veces ininteligible<sup>1</sup>. El capítulo se construye, a partir de diferentes trabajos de teoría, con artículos y ponencias presentadas en jornadas y congresos nacionales e internacionales de turismo reflejando o tratando de dar cuenta de la problemática del turismo, que se encuentra inserto en el debate epistemológico sobre la naturaleza de dicho conocimiento. Autores como Jafar Jafari, referente indiscutido del sector, establece que el turismo se encuentra en la plataforma Científico-céntrica o en proceso de científicación. Para aportar a dicho debate hacemos un recorrido por los temas enumerados en el índice de este capítulo tratando de entender cómo es la naturaleza del conocimiento del turismo, su trayectoria como conocimiento y cómo sociotecnología a partir del postulado de Mario Bunge. Los temas precedentes nos invitan también a reflexionar sobre la formación en turismo y los procesos de investigación ya que los mismos son en definitiva quienes trasuntan la tensión entre el campo académico y el campo profesional. Pensar el turismo del siglo XXI conlleva el desafío de establecer que habrá avances en resolver las cuestiones planteadas precedentemente si se incorpora a los planes de estudios contenidos o actividades pedagógicas que le permitan al alumno pensar cuestiones epistemológicas para lo cual presentamos el “Proceso de investigación en turismo: el método científico como método de la inteligencia” como una buena práctica que coadyuva en la producción de conocimiento.

En el capítulo 2 nos focalizaremos en el sector turístico como un sistema complejo y dinámico de interrelaciones ambientales, sociales, culturales, económicas y políticas que tienen como escenario de actuación el territorio.

En este contexto de globalización el turismo se va transformando y especulando según las conductas del turista actual. Es así que para que este turista pueda vivir una experiencia acorde a sus expectativas, los desarrolladores de los productos turísticos van utilizando una serie de elementos necesarios para la construcción de la oferta adecuada para los visitantes, entre ellos los atractivos turísticos, la infraestructura, los servicios, entre otros; los cuales terminan formando parte del territorio y modificando las relaciones dentro de una sociedad.

---

1 Ininteligible: en su acepción como adjetivo **1**. Que no puede ser comprendido o entendido.



Por otra parte, el conocimiento y puesta en valor del patrimonio se ha convertido hoy en día en una necesidad de las sociedades para poder alcanzar un desarrollo sostenible. El patrimonio cultural, natural y paisajístico, constituye un elemento clave de afirmación de identidades, además de ser un factor esencial para el desarrollo económico y un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones.

Asimismo, teniendo en cuenta que todo lugar que se constituya como destino turístico debe contar con particularidades que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros, el conjunto de atractivos es un componente principal de la oferta turística junto a los productos, infraestructura, equipamientos y servicios.

A su vez, la gestión del desarrollo turístico de un territorio a largo plazo debe ser pensada de una manera sostenible, teniendo en cuenta una serie de requisitos que permitan mantener un equilibrio entre las dimensiones ambientales, económicas y socioculturales y, en particular, garantizar la prevención frente a las amenazas naturales o tecnológicas que pueden atravesar algunos destinos por su particular configuración territorial.

Finalmente, la preocupación por poder mantener una armonía equilibrada del territorio, junto al gran crecimiento del turismo, ha hecho que se implementen mejores prácticas para que sea realizado de manera sustentable, en destinos, hoteles, o en comunidades que de una u otra forma su subsistencia depende del turismo. Pero queda claro que aun así existen muchos impactos negativos que provoca el turismo en diferentes elementos del ambiente y que no hacen más que construir vulnerabilidad en el territorio.

De esta manera este capítulo tiene el fin último de colocar las dinámicas territoriales en el eje de la planificación, desarrollo y gestión del sector turístico.

En el capítulo 3 analizaremos que a lo largo del tiempo el turismo fue generando espacios en las agendas políticas nacionales dada la gran repercusión y el impacto que este sector iba generando en los países donde iba creciendo.

En la actualidad hay una realidad que es absolutamente innegable, muy visible y comprobable y que está muy presente en las políticas de desarrollo territorial.

Los riesgos de desastres presente en absolutamente todos los destinos turísticos del mundo deben conocerse y comprenderse como una variable a considerar en los procesos de planificación, desarrollo y gestión del sector.

Y esto se plantea así dado que son precisamente los destinos más anhelados por los turistas los que se ven cada vez más castigados por el clima cambiante que empieza a evidenciar dificultades. Son los territorios los que se ven afectados por fenómenos naturales como huracanes, tormentas tropicales y epidemias, igual que por fenómenos sociales (conflictos e inestabilidad política, enfrentamientos armados); estos hechos han expuesto la vulnerabilidad de los países dependientes del turismo internacional (Dealtabuis Godás; 2006:35). Vulnerabilidades construidas por el hombre a lo largo del tiempo y en las cuatro dimensiones de la sostenibilidad.

Desde este punto de vista es que se desarrollarán los temas que conforman este capítulo.

Pero es destacado mencionar que el rol del estado y las funciones del sector públicos son esenciales. Deben ser protagonistas de un cambio que vaya más allá del simple discurso de la sostenibilidad, representando un importante desafío, ser políticamente operativos para generar cambios positivos en los territorios que impliquen generar empleo, preservar recursos, impulsar microemprendimientos, entre otras cosas.

Por otra parte, se destaca que el turismo es un sistema complejo de interrelaciones que está en permanente cambio. Uno de los grandes desafíos que se presentan en la actualidad es saber adaptarse a ellos y tener una visión amplia e integral para planificar de manera eficaz y luego actuar eficientemente.

La planificación actual se identifica como un proceso en el que se desarrollan relaciones de poder, en un escenario de confrontación de intereses, aspiraciones, creencias y modos de ver la realidad. En esta situación es importante prever conflictos y confrontaciones a partir de la negociación y la concertación, el compromiso y las alianzas. Por lo cual la planificación exige además de la participación comunitaria, la coordinación interinstitucional y el diálogo de saberes.

Visión sistémica, interdisciplinaridad y contextualización serán cualidades destacadas en todo aquél que planifique.

Por lo tanto, es importante tener muy presente que de nuestra actuación como sujetos dependerá la sustentabilidad de la naturaleza y de la sociedad, y ambos, son sujetos objetos de la gestión.

De esa forma, el aprovechamiento del ambiente y de sus recursos debe efectuarse y planificarse bajo el enfoque del desarrollo sostenible. Este enfoque, establece que las políticas de los Estados deben ser orientadas a que el uso y aprovechamiento de los recursos se realicen de manera que permitan

el acceso de las futuras generaciones a la misma cantidad y calidad de recursos para su aprovechamiento, goce y disfrute.

Para ello la planificación ambiental se encuentra íntimamente ligada al desarrollo económico. Los objetivos de las políticas públicas actuales, en nuestro país, buscan reducir las brechas de pobreza. En tal sentido, debe garantizarse que dicho desarrollo sea sostenible en términos ambientales y no sólo resultado de la extracción y explotación de recursos naturales o de la falta de asignación de valor económico a los servicios ambientales (tales como la capacidad de carga del ambiente o la asimilación de residuos, entre otros).

Por ello, dada la gran repercusión e importancia que tiene el sector turístico, los gestores del turismo deben tener muy en cuenta y presente que la gestión ambiental en los procesos de desarrollo turístico sostenible es una condición no negociable.

El año 2017 fue el año internacional de turismo sostenible para el desarrollo y ello abre una serie de planteos acerca de los procesos de planificación, desarrollo y gestión del turismo como una actividad socioeconómica productiva de trascendencia e impacto mundial.

Es por ello que es importante, desde la visión del desarrollo territorial, considerar algunas cuestiones que debemos tener muy presentes y que no debemos desconocer. Actualmente vivimos en un mundo complejo con situaciones de riesgo que exponen a los destinos turísticos a sufrir mayor exposición a desastres. Sin embargo, debemos, desde el sector, replantearnos en qué aspectos y cuánto es lo que contribuye el turismo en generar esos escenarios de riesgo.

En el capítulo 4 nos explicaremos sobre el turismo como un sector terciario entramado de complejidad, y dinámico por los constantes cambios que lo afectan y por los cuales va tomando nuevas dimensiones. En parte podemos explicar dicha complejidad dada la cantidad de factores e interrelaciones que intervienen en su construcción.

Y uno de ellos tiene que ver con las organizaciones y los servicios que se prestan a diario y que le van dando forma a la compleja red de relaciones. Una de las principales oportunidades, que deben ser desarrolladas y fortalecidas al máximo, para el mejoramiento y la diversificación de la economía y calidad de vida, de una localidad, un estado sub nacional o un país es el turismo.

Para ello, creemos que el camino para aprovechar y fortalecer esta oportunidad es aquel en el que se conjugan e intervienen el gobierno na-

cional y el empresario privado, el primero con la construcción y mejora de carreteras y accesos en todo el territorio nacional, así como el mantener una seguridad jurídica y paz social, y el segundo a través de la responsabilidad y el mejoramiento de la calidad de los servicios ofrecidos para los turistas.

La característica más marcada del ámbito organizacional es la velocidad con que circula la información impulsada por el proceso de globalización, la disponibilidad de nuevas tecnologías de la información y consumidores cada vez más exigentes. Esto determina que las organizaciones tengan respuestas rápidas para la nueva sociedad del conocimiento.

Las organizaciones necesitan personas que se puedan adaptarse y responder rápidamente a los cambios que la modernidad le va imponiendo al mercado; y para ello los profesionales en turismo deben ser personas creativas e innovadoras que le proporcionen dinamismo a la organización para alcanzar un diferencial de competitividad.

De esta visión de las organizaciones desarrollaremos, a lo largo de este capítulo, todos aquellos aspectos que las involucran.

Finalmente en el capítulo 5 abarcaremos las dimensiones reales del territorio para la actividad turística, por medio de la utilización de la comunicación como un sistema holístico, la actual presencia de las TIC y su utilización en la actividad turística, las reales posibilidades del uso del big data (gran cantidad de datos), la data visualization (Visualización de datos), como herramientas dentro del Sistema de Inteligencia Turística, proporcionando indicadores para mejorar la gestión de los destinos turísticos en su dimensión sustentable del turismo, con sus tres componentes: economía, ecología y cultural.

*Bienvenidos a este libro Fundamentos del Turismo, nuevo enfoque en el Siglo XXI.*

*Disfruten de su lectura.*

# ÍNDICE

<b>PRÓLOGO .....</b>	<b>13</b>
Antonio Torrejón	
<b>AUTORES .....</b>	<b>13</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
José Luis Feijoó	
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>TURISMO, SOCIEDAD, EDUCACIÓN Y CONOCIMIEN-</b>	
<b>TO CIENTÍFICO .....</b>	<b>27</b>
Mariana Celina Fabbroni	
<b>I. Procesos socioculturales y tendencias del turismo .....</b>	<b>29</b>
<b>II. El turismo una sociotecnología .....</b>	<b>36</b>
<b>III. Tiempo libre, ocio y recreación .....</b>	<b>38</b>
<b>IV. Estado actual, devenir y tendencias de la investigación en tu-</b>	
<b>rismo.....</b>	<b>40</b>
<b>V. Epistemología del turismo .....</b>	<b>41</b>
<b>VI. Turismo y formación .....</b>	<b>53</b>
<b>VII. Proceso de investigación en turismo: método científico como</b>	
<b>método de la inteligencia.....</b>	<b>59</b>
a. Trabajos Realizados con detalles de cátedras .....	64
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>82</b>

## CAPÍTULO II

<b>TERRITORIO Y RECURSOS TURÍSTICOS .....</b>	<b>89</b>
<b>Mariana Pérez Márquez, Rodrigo Báez, Mayra Lorena Coppá, Melina Magalí Romero, Lila Somma</b>	
<b>I. Utilización y ordenamiento territorial para la actividad turística....</b>	<b>91</b>
a. El territorio .....	92
b. Las regiones en el territorio.....	94
c. Turismo y Territorio.....	96
d. El ordenamiento en el territorio .....	98
e. Conclusiones .....	102
<b>II. Patrimonio natural y cultural.....</b>	<b>102</b>
a. Conceptualización del patrimonio.....	102
b. Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972) y Convención de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) .....	104
c. La gestión turística del patrimonio como elemento clave para el desarrollo territorial.....	108
<b>III. Atractivos naturales y culturales .....</b>	<b>111</b>
a. Tipologías de los atractivos .....	114
b. Jerarquización de los atractivos .....	120
<b>IV. Equipamiento turístico .....</b>	<b>123</b>
a. Transporte.....	127
a. 1) Los medios de transporte fundamentales .....	127
b. Alojamiento.....	130
b. 1) Clasificación y tipología de alojamientos.....	131
c. Alimentación.....	135
d. Recreación .....	136
e. Servicio de apoyo.....	136
f. Instalaciones turísticas .....	137
<b>V. Manejo de los recursos .....</b>	<b>138</b>

ÍNDICE	23
<b>VI. Repercusiones del turismo en el ambiente .....</b>	<b>141</b>
<b>VII. Cambio climático y turismo .....</b>	<b>149</b>
a. Las causas.....	151
b. La representación del Cambio Climático.....	153
c. Impactos en América Latina.....	155
d. Acciones .....	159
e. Cambio Climático y Turismo.....	160
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>162</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>165</b>
<b>Turismo, políticas y desarrollo .....</b>	<b>165</b>
<b>Mariana Celina Fabbioni, Mariana Pérez Márquez, Rodrigo Báez</b>	
<b>I. Concepción integral del desarrollo del turismo .....</b>	<b>169</b>
<b>II. Estado, gobierno y políticas públicas .....</b>	<b>173</b>
<b>III. Gestión pública del turismo .....</b>	<b>176</b>
a. Política Turística Argentina 2016-2019.....	178
<b>IV. Planificación del desarrollo y gestión del turismo.....</b>	<b>181</b>
<b>V. Gestión ambiental.....</b>	<b>186</b>
<b>VI. Sostenibilidad de destinos turísticos.....</b>	<b>188</b>
<b>VII. Indicadores para la gestión del turismo sostenible. Medición.</b>	<b>193</b>
<b>VIII. Turismo y economía .....</b>	<b>198</b>
<b>IX. Inversiones y proyectos turísticos .....</b>	<b>202</b>
<b>X. Infraestructuras e instalaciones para el desarrollo del turismo.</b>	<b>205</b>
a. Obras Turísticas.....	208
b. Obras de Impacto Turístico.....	208

<b>XI. Procesos geopolíticos de integración del turismo.....</b>	<b>208</b>
<b>XII. Marco normativo del turismo.....</b>	<b>211</b>
<b>XIII. Agentes de desarrollo y cooperación.....</b>	<b>212</b>
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>218</b>
 <b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>Turismo, organizaciones y servicios.....</b>	<b>219</b>
<b>Marlene Pedetti, Mariana Pérez Márquez</b>	
<b>I. Economía del turismo (enfoque microeconómico) .....</b>	<b>221</b>
a. Caracterización de la demanda turística.....	222
b. Caracterización de la oferta turística.....	224
c. Caracterización del mercado turístico.....	226
d. Las empresas como agente económico .....	227
<b>II. Servicios turísticos .....</b>	<b>229</b>
a. Características del servicio turístico .....	231
b. Tipos de servicios turísticos.....	232
c. Servucción .....	234
<b>III. Calidad turística .....</b>	<b>234</b>
<b>IV. Marketing turístico .....</b>	<b>239</b>
<b>V. Responsabilidad social empresaria .....</b>	<b>245</b>
<b>VI. Sostenibilidad en empresas turísticas.....</b>	<b>250</b>
a. Empresas Sostenibles .....	251
b. Empresas turísticas sostenibles.....	252
c. Marcos normativos, principios y directrices existentes.....	253
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>263</b>



## CAPÍTULO V

### Turismo, comunicación y tecnología ..... 265

Alice Bonomi, Patricio Castro Pacheco

#### I. Utilización del territorio por la actividad turística ..... 267

#### II. Principios, funciones y estrategias de comunicación ..... 272

#### III. Estado, devenir y tendencias de los sistemas de comunicación aplicados al turismo..... 275

- a. El Gobierno electrónico: qué es y cómo se relaciona con el turismo ..... 280

#### IV. Tecnologías de la información y la comunicación ..... 282

- a. La ciencia, la tecnología y la sociedad..... 287

#### V. Tecnologías aplicadas al turismo ..... 290

- a. Un ejemplo práctico de aplicación del gobierno electrónico: el e-Gov del Gobierno Buenos Aires y su vínculo con la Dirección de Difusión Digital del Ente de Turismo..... 290

#### VI. *Big data* y *small data*..... 301

- a. Los datos masivos (*Big Data*) ..... 301

- b. La visualización de datos (*Open Data*) en el turismo, como herramienta científica y de gestión ..... 302

- b.1) Efectos sobre la educación, entrenamiento y capacitación ..... 303

- b.2) Efectos sobre la investigación, desarrollo e innovación (I+D+Inn) ..... 304

- b.3) Efectos de carácter científico ..... 305

#### VII. Los destinos turísticos inteligentes (DTI) y los sistemas de inteligencia turística ..... 307

- a. Los destinos turísticos inteligentes (DTI)..... 307

- b. Los Sistemas de Inteligencia Turística ..... 311

#### Referencias bibliográficas..... 313



# CAPÍTULO I

## *Turismo, sociedad, educación y conocimiento científico*

MARIANA CELINA FABBRONI

### Objetivo del capítulo

El presente capítulo tiene por objetivos: plantear el debate en torno a la naturaleza del conocimiento del turismo, presentar el turismo como socio-tecnología, establecer la relación entre tiempo libre, ocio y recreación como punto inicial del turismo, determinar el estado actual, devenir y tendencias de las investigaciones en turismo que revelan los aspectos axiológicos, epistemológicos y metodológicos para luego profundizar como debería ser la epistemología del turismo que en definitiva develan la relación entre el turismo y formación y los procesos de investigación en turismo.

### Sinopsis del capítulo

Saltar la brecha entre la concepción popular de lo que es turismo para el común de la gente incluidos aspirantes a estudiarlo y la concepción que tienen del turismo la comunidad académica es arduo, complejo y algunas veces ininteligible.<sup>1</sup> El presente capítulo se construye, a partir de diferen-

---

1 Ininteligible: en su acepción como adjetivo **1**. Que no puede ser comprendido o entendido.

tes trabajos de teoría, con artículos y ponencias presentadas en jornadas y congresos nacionales e internacionales de turismo reflejando o tratando de dar cuenta de la problemática del turismo, que se encuentra inserto en el debate epistemológico sobre la naturaleza de dicho conocimiento. Autores como Jafar Jafari, referente indiscutido del sector, establece que el turismo se encuentra en la plataforma Científico-céntrica o en proceso de científicación. Para aportar a dicho debate hacemos un recorrido por los temas enumerados en el índice de este capítulo tratando de entender cómo es la naturaleza del conocimiento del turismo, su trayectoria como conocimiento y cómo sociotecnología a partir del postulado de Mario Bunge. Los temas precedentes nos invitan también a reflexionar sobre la formación en turismo y los procesos de investigación ya que los mismos son en definitiva quienes trasuntan la tensión entre el campo académico y el campo profesional. Pensar el turismo del siglo XXI conlleva el desafío de establecer que habrá avances en resolver las cuestiones planteadas precedentemente si se incorpora a los planes de estudios contenidos o actividades pedagógicas que le permitan al alumno pensar cuestiones epistemológicas para lo cual presentamos en el ítem: Proceso de investigación en turismo el método científico como método de la inteligencia como una buena práctica que coadyuva en la producción de conocimiento.

# CAPÍTULO I

## I. Procesos socioculturales y tendencias del turismo

Los orígenes modernos de las prácticas turísticas que hoy conocemos surgen a mediados del siglo XIX utilizando infraestructura creada en razón de otros usos del territorio. Aunque en todo libro de turismo su historia comienza cuando el hombre se irguió y camino esto tiene su lógica en dos elementos: desplazamiento y movimiento que en definitiva son la razón del ser del turismo, está en la naturaleza del hombre el movimiento como condicionante de la vida. Todo en nuestro organismo está en movimiento hasta en la vigilia. El movimiento es inherente al ser humano y condicionante para su supervivencia. Esta simpleza quizá explique la permanencia y perdurabilidad del turismo a través de los tiempos y obvio su continuidad: para el ser humano viajar (moverse, desplazarse), disfrutar y descansar es parte de su naturaleza y condicionante de su supervivencia. La medicina prescribe un viaje cuando solo entiende que el organismo esta desequilibrado por algún agente condicionante que no requiere ni cirugía ni medicación. Este no es el único dato relevante del turismo, en el devenir histórico, el turismo pasó de esta instancia inicial en el que fue usuario pasivo de los territorios a transformarse en un condicionante de su reordenamiento. Los números del turismo indicaban ya al finalizar el siglo pasado que suplantó a la industria bélica en volumen de capital transaccionado y que estaba casi a igualar valores generados por la Industria Petrolífera (Cruz, R 1999).

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT):

*“Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.”*

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países no desarrollados, si bien los modelos económicos y sociales utilizados determinan en gran medida el alcance de sus beneficios, como se verá más adelante, su crecimiento va de la mano del proceso de globalización, que trae aparejado el aumento constante de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y diversidad de los atractivos del destino pero el dato más revelador es la incidencia del turismo en la esfera social, aunque siempre priman los datos económicos pues es la información que mayor interés general, los cambios positivos que se contabilizan en las demás esferas de análisis como ser social y medioambiental son las que lo han postulado como un modelo de desarrollo alternativo y la cual reviste una mirada pluridimensional del fenómeno.

#### **Los siete mecanismos ST-EP**

El turismo, en muchos países en desarrollo y en los menos adelantados, es la opción de desarrollo económico más viable y sostenible y, en algunos de ellos, la principal fuente de divisas. Parte de estos ingresos pueden beneficiar a los grupos más desfavorecidos de la sociedad, a través del empleo en las empresas turísticas, el suministro de bienes y servicios a los turistas o la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, entre otros.

Consciente de la estrecha relación entre el turismo y el desarrollo económico local, y comprometida a ayudar a potenciar la contribución del turismo a la atenuación de la pobreza, la Organización Mundial del Turismo (OMT) presentó en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo en 2002, la iniciativa ST-EP Turismo Sostenible - Eliminación de la Pobreza).

Para promover la iniciativa ST-EP y llevar a cabo sus actividades, la OMT colabora estrechamente con agentes del sector público y del sector privado, con la sociedad civil y con organizaciones internacionales, con el objetivo de sensibilizar y reforzar las