

Estructura del mercado turístico



Centros
Integrados
Formación Profesional

2º CURSO

**CICLO SUPERIOR DE GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS
TURÍSTICOS**



01. CONCEPTOS BÁSICOS

**02. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL
TURISMO**

03. EFECTOS DEL TURISMO

04. EL MERCADO TURÍSTICO

**05. VALORACIÓN DEL
PROFESIONAL TURÍSTICO**

**06. PRINCIPALES EVENTOS EN
MATERIA DE TURISMO**



EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

- El turismo engloba una **gran variedad de sectores** y su estudio puede ser abordado desde **disciplinas académicas distintas**.
- El concepto de turismo ha ido **evolucionado** a lo largo del tiempo.
- **Primeras definiciones** (años 30)
 - Conjunto de **viajes** con motivaciones de **disfrute, comerciales o profesionales** con un nexo común: el **traslado** de personas desde su entorno habitual a un sitio donde **no poseen lugar de residencia fija**.



EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

- 1942: los investigadores suizos Walter Hunziker y Kurt Krapf, **fundadores de la ciencia turística moderna**:
 - «el conjunto de **relaciones y fenómenos** producidos por el **desplazamiento y permanencia** de personas **fuera de su domicilio**, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias **no estén motivadas por una actividad lucrativa**».



Tourism

EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO



Tras la finalización de la **Segunda Guerra Mundial**, (año 45) = rápido y constante crecimiento de las actividades turísticas



Se atrae la atención de los investigadores construyendo una **concepción más amplia**, donde se trata al turismo como un **fenómeno social** con un gran **impacto en las actividades económicas**.



EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

El turismo se compone de una gran variedad de **subsectores muy heterogéneos** que forman un conjunto de actividades que engloban diferentes productos y mercados como los hoteles, la restauración, los transportes, etc..

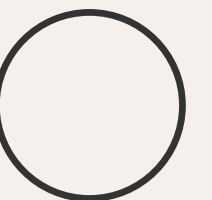
ESTE CARÁCTER MULTIDISCIPLINAR OBLIGA A ACOTAR EL CONCEPTO DE TURISMO EN ARAS DE ADOPTAR TÉRMINOS QUE PERMITAN CALCULAR LA CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR A LA ECONOMÍA.



PATTERSON

TOUR & TRAVEL

1. CONCEPTOS BÁSICOS



TURISMO

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 MOTIVOS NO RELACIONADOS CON EL EJERCICIO DE UNA ACTIVIDAD REMUNERADA EN EL LUGAR VISITADO



OMT

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO

MOTIVOS (OMT)



**OCIO, RECREO
Y VACACIONES**



**TRATAMIENTOS
DE SALUD**



RELIGIÓN/PEREGRINACIONES



**NEGOCIOS Y
MOTIVOS
PROFESIONALES**



OTROS MOTIVOS

HAY UN CONCEPTO QUE DEFINA A LOS TURISTAS?

AÑOS 30

Persona que viaja a un país extranjero por un período superior a veinticuatro horas con una finalidad diferente a la de fijar su residencia o trabajar en él de forma regular».

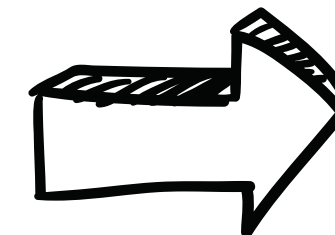


1991

La OMT convoca la «**Conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo**», en la que se propone un concepto amplio denominado **VISITANTE** que engloba a los **turistas** y los **excursionistas**.



**CUAL ES LA DIFERENCIA
ENTRE ELLOS?**





VISITANTE

Aquella persona que viaja a un **país distinto** de aquel en el que tiene su residencia habitual, por un período de tiempo **no superior a un año** y cuyo motivo principal de la visita **no es el de ejercer una actividad lucrativa**

2 TIPOS



TURISTA



EXCURSIONISTA

CONCEPTOS BÁSICOS



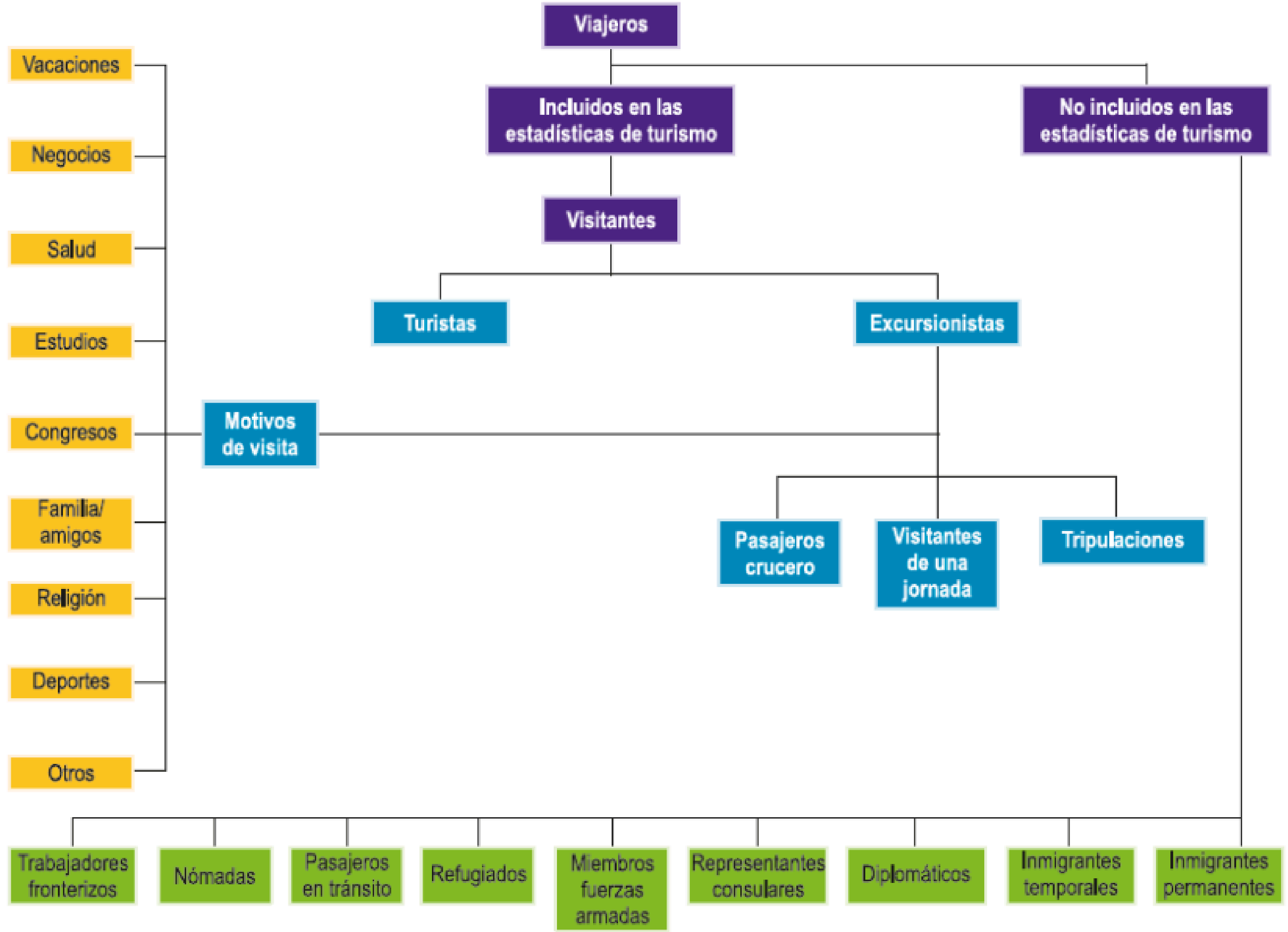
TURISTA

Visitante que está, al menos, una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado



EXCURSIONISTA

Visitante que **no pernocta**, permanece menos de veinticuatro horas en el lugar visitado



Fuente: © UNWTO, 9284401411.

Figura 1.3. Clasificación de los viajeros según la OMT.

ACTIVIDAD DE AULA



INDICA SI LAS SIGUIENTES PERSONAS ENTRARÍAN EN EL CONCEPTO DE TURISMO

- Estudiante andaluz que se va a Mallorca a trabajar en hoteles durante 3 meses en verano.
- Estudiante andaluz que se va a Londres a hacer un curso de inglés durante 3 meses en verano.
- Inmigrante que viene a vivir a España (procedente de país europeo).
- Europeo que viene a España dos semanas a la costa del sol.
- Comercial de una empresa de Barcelona que viaja a Madrid para reunirse con otro empresario y firmar un acuerdo de colaboración.



Figura 1.1. El turismo emisor.

FORMAS DE TURISMO

1

TURISMO EMISOR

El de los visitantes residentes que viajan **fuera del territorio** económico del país de referencia

2

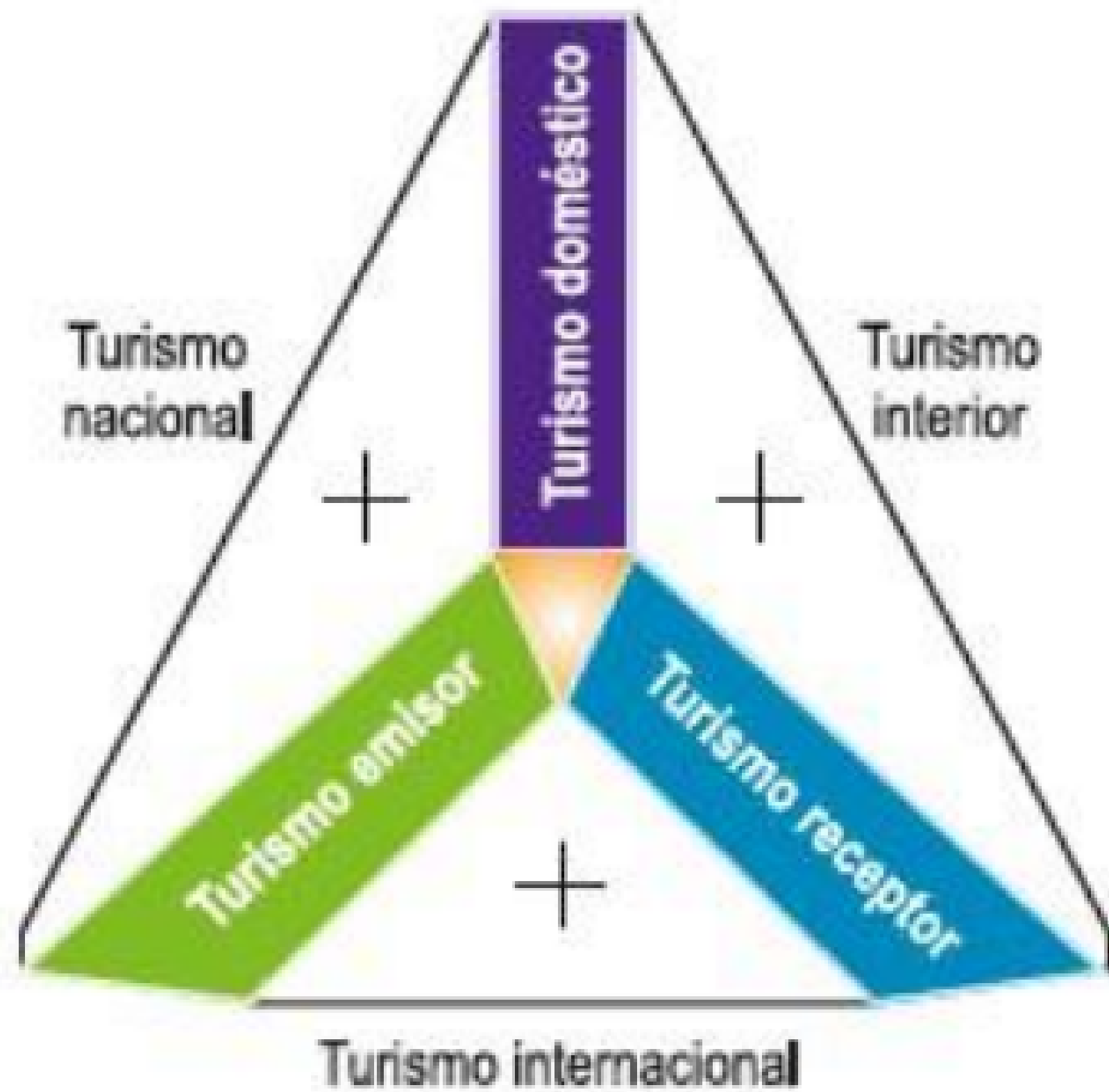
TURISMO RECEPTOR

El de los **visitantes no residentes** que viajan dentro del territorio económico del país de referencia

3

TURISMO INTERNO O DOMÉSTICO

El de los visitantes residentes que viajan **dentro del territorio** económico del país de referencia



✓ **TURISMO INTERIOR: INCLUYE EL TURISMO INTERNO Y EL TURISMO RECEPTOR.**

✓ **TURISMO NACIONAL: INCLUYE EL TURISMO INTERNO Y EL TURISMO EMISOR.**

✓ **TURISMO INTERNACIONAL: INCLUYE EL TURISMO RECEPTOR Y EL TURISMO EMISOR.**

ACTIVIDAD DE AULA



Comencemos a familiarizarnos con las instituciones estadísticas en materia de turismo y conozcamos los datos de los diferentes tipos de turismo estudiados el pasado año.

1. EMISOR: ESPAÑOLES AL EXTRANJERO

2. RECEPTOR: EXTRANJEROS A ESPAÑA

3. INTERNO: ESPAÑOLES POR ESPAÑA

¿En que cual de ellos se realizaron más desplazamientos?

¿Te parece correcto o te ha extrañado el dato?

¿Porque motivo crees que se han dado estas cifras?

Compáralas con las cifras del año anterior y confirma si ha habido un **descenso** o un **incremento** en los desplazamientos e intenta razonar el resultado.

OTROS CONCEPTOS BÁSICOS

PAIS
RECEPTOR DE
TURISMO



País que **recibe** una corriente de turistas atraídos por los recursos turísticos que este ofrece **mayor** que los que emite.

Por ejemplo, Francia y España

PAIS
EMISOR DE
TURISMO



País que **genera una corriente de turistas** hacia otros países considerados destinos turísticos **mayor que los que recibe.**

Por ejemplo, en Europa: Reino Unido y Alemania

OTROS CONCEPTOS BÁSICOS

CORRIENTE TURISTICA



Conjunto de personas que **se desplazan** de un país **emisor** de turismo a uno **receptor** por motivos de ocio, negocio u otros no lucrativos

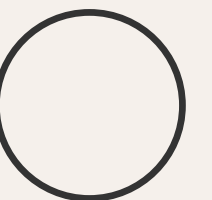
DESTINO TURÍSTICO



Espacio que cuenta con los **elementos necesarios** para la **atracción** de corrientes turísticas (recursos turísticos) y para su **acceso, desplazamiento y disfrute** en dicho espacio (empresas e infraestructuras turísticas).

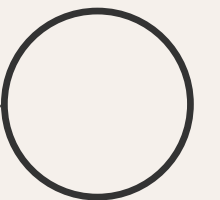
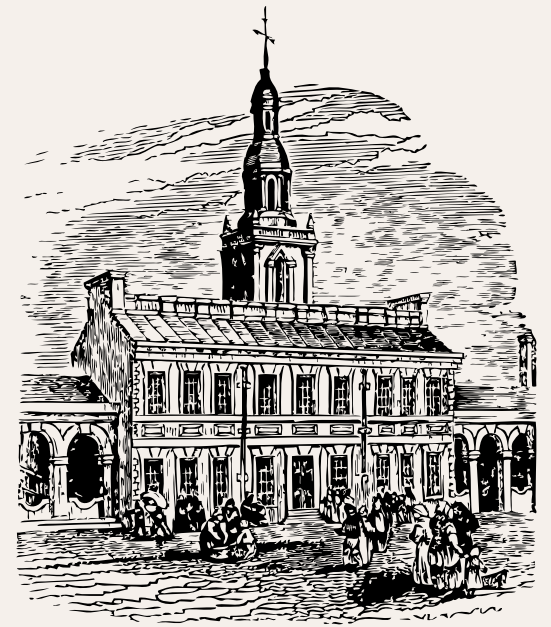
ACTIVIDAD DE ENTREGA

Analicemos diferentes flujos turísticos
Dirígete al aula virtual Actividad 1!



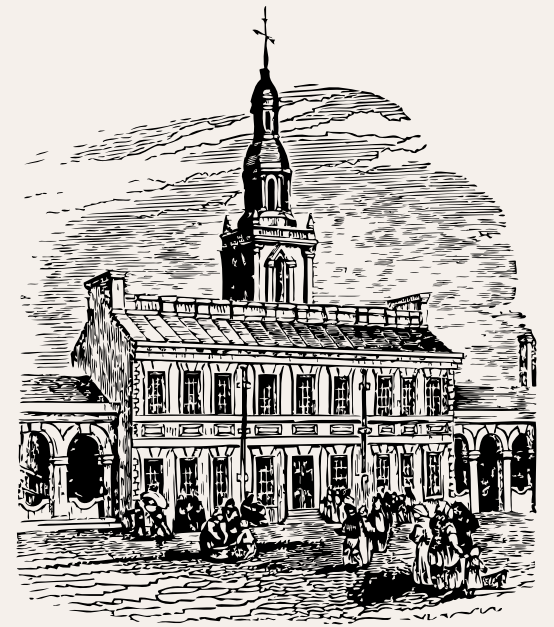


2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO





2.1. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN EL MUNDO



Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción
1500 a. de C.	Egipto	Se realizan desplazamientos para conocer las pirámides, tanto por motivos religiosos como por placer.
776 a. de C.	Grecia	Se celebran las primeras olimpiadas, que cada cuatro años concentran numerosas personas en la ciudad de Olimpia.
500 a. de C.	Grecia	Se realizan visitas a lugares de interés como el Partenón. Aparecen las primeras «posadas», aunque muy alejadas de las comodidades actuales.
484-424 a. de C.	Grecia	Herodoto de Halicarnaso, historiador y geógrafo griego, realiza numerosos viajes que refleja en sus libros, en algunos casos auténticas guías de viajes, por lo que se puede considerar como uno de los primeros escritores sobre el tema.
180-160 a. de C.	Grecia	Pausanias escribe la obra Descripción de Grecia en la que proporciona información detallada sobre monumentos artísticos y algunas leyendas de este periodo.



Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción
A partir de 300 a. de C.	Roma	Los romanos empiezan a viajar a lo largo de todo el Imperio romano gracias a una relativa paz y a unas buenas comunicaciones (las calzadas romanas), introduciendo guías de viajes en las que incluso anotan mediante símbolos la calidad de los alojamientos. Visitan templos, termas y asisten a espectáculos como el circo o el teatro por todo el Imperio.
A partir de 300 a. de C.	Roma	Se construyen segundas residencias en diversas zonas (entre otras, en la bahía de Nápoles), donde las clases adineradas pasaban algunos períodos de tiempo.
Edad Media	Europa	En esta época se producen menos viajes de placer. Solo son reseñables los realizados por motivos religiosos a diferentes sitios como Santiago de Compostela o Tierra Santa.
A partir de s. XVI	Europa	Renace el turismo de balnearios. Aunque se conocía y era importante desde la época del Imperio romano, toma un impulso notable este tipo de turismo, primero en ciudades británicas como Bath, para pasar después con fuerza al resto de Europa en ciudades como Spa (Bélgica) o Baden-Baden (Alemania).
A partir de 1600 d. de C.	Europa	Aparecen la diligencia (que permite realizar viajes de más larga duración, llegando a recorrer hasta 60 km al día) y las posadas (para proporcionar servicios a los viajeros y a los caballos).
Entre 1600-1850 d. de C.	Europa	Surge entre las clases sociales altas británicas el Grand Tour, itinerario educativo en el que jóvenes, acompañados por un tutor, trataban de instruirse en la cultura clásica. El recorrido solía incluir ciudades como Venecia, Florencia, París o Atenas.

Segundas residencias

Turismo de balnearios

GRAND TOUR



Viajan por todo el imperio

Elaboran guías de sus viajes

Viajes religiosos o de peregrinación

Carruaje de camino, de cuatro ruedas, con servicio regular entre dos poblaciones extremas que transporta viajeros y correo.

ACTIVIDAD DE AULA



AULA VIRTUAL: RECURSOS
COMPLEMENTARIOS

1- Que es el **Grand Tour**?

2- Que estancias eran de **obligada visita** en el Grand Tour?

3- ¿Cuál era el **destino por excelencia** debido a las amplias oportunidades que ofrecía? Cuales eran?

4- ¿Cuál era la característica distintiva de quienes emprendían el Grand Tour?

5- ¿Que hacían las familias de los jóvenes para **evitar que esto dilapidaran el presupuesto del viaje** en fiestas, cortesanas, juegos de azar y otros tipos de diversión?

6- Además de su objetivo principal mencionado, ¿Cual era la otra **parte esencial** del Gran Tour?

7- Que **acontecimiento** tuvo un impacto directo en la manera de entender el Grand Tour? Por qué?



Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción	
Siglo XIX	Europa	<ul style="list-style-type: none"> Se produce el desarrollo de ciertos factores que posibilitan el auge del turismo, como la mejora en medios de transporte (el tren y el barco de vapor facilitan los desplazamientos), el desarrollo económico de países como Reino Unido o el deseo de conocer otras zonas geográficas. Surgen las grandes compañías británicas de transporte marítimo como la P&O o la Cunard. Nace el turismo de playa y los baños de mar como terapia para ciertas enfermedades en las costas frías del norte de Europa. Inicio del auge de centros turísticos en zonas costeras como Blackpool, Brighton o Southport en Reino Unido. En Alemania, Karl Baedeker, considerado el padre de las guías de viajes, introduce su primera guía en 1839. 	<p>→ Mejora del transporte: tren y barco</p> <p>→ Desarrollo económico de países</p> <p>→ Grandes compañías marítimas</p>
			→ Turismo de sol y playa y baños de mar
			→ Auge de centros turísticos
			→ Primera guía de viaje
Siglo XIX	Europa	<ul style="list-style-type: none"> César Ritz revoluciona el concepto de alojamiento hotelero, dotando a los establecimientos de finales del siglo XIX y principios del XX de un servicio lujoso, completo y personalizado. En Reino Unido, Thomas Cook, considerado el padre de las agencias de viajes, crea en 1841 el primer viaje organizado entre Leicester y Leighborough. Posteriormente lanza los bonos y los cheques de viaje. En países como Suiza o Noruega nace el interés por el turismo de montaña, debido a que el aire puro se considera remedio para enfermedades como la tuberculosis. Aparecen actividades deportivas relacionadas con la montaña como el esquí o el alpinismo. 	<p>→ Cesar Ritz</p> <p>→ Thomas Cook</p>
			→ Turismo de montaña = nacimiento de actividades relacionadas

LET'S GO!

Vámonos al aula virtual!

AMERICAN EXPRESS = TRANSPORTE Y CHEQUES DE VIAJE

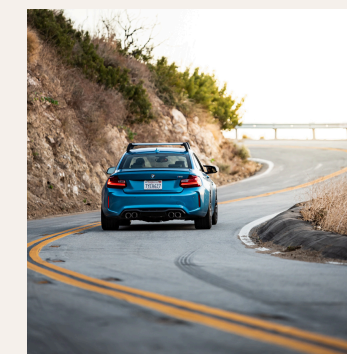


Mejoran los medios de transporte, la seguridad y el interés por viajar

1918= FIN I Guerra Mundial

Rápido crecimiento

Automóvil y autobús



Año/siglo	Ambito geográfico	Descripción
Siglo XIX	Estados Unidos	Henry Wells y William G. Fargo crean American Express, empresa inicialmente relacionada con el transporte de mercancías y que posteriormente emite cheques de viajes.
Inicio del s. XX	Europa	En los años que preceden a la I Guerra Mundial se produce un aumento importante de los viajes por motivos turísticos alentados por la progresiva mejora de los medios de transporte, la seguridad por toda Europa y el interés por viajar.
Entre 1914-1945	Europa	En este corto período se concentra gran cantidad de acontecimientos. A unos primeros años después de la I Guerra Mundial de relativo crecimiento turístico debido, entre otros, a la introducción del automóvil y el autobús, le sigue la crisis económica de 1929, que prácticamente no se recupera hasta poco antes del estallido de la II Guerra Mundial.

Crisis del 29= Gran Depresión: desplome de la bolsa de Nueva York (casi 10 años)

Golpe de Estado contra Primo de Rivera



Avión desplaza a otros medios de transporte

Avances tecnológicos II GM



Años 50

Mundo

Los avances tecnológicos que se habían producido en la II Guerra Mundial se aplican a la aviación civil que rápidamente tiene gran expansión. Debido a su rapidez, comodidad y seguridad va, poco a poco, desplazando a otros medios de transporte, sobre todo al ferrocarril y al barco. En 1957 el avión adelanta al barco en número de pasajeros que atraviesan el océano Atlántico. En 1958 se introduce el Boeing 707 que permite el despegue del turismo de masas.

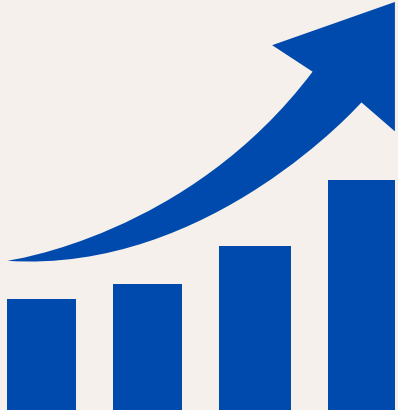
TURISMO DE MASAS

Finales de los años 50 y años 60

Mundo

Se extienden los paquetes turísticos que ya utilizan el transporte aéreo chárter. Ha llegado el turismo de masas. La costa española (fundamentalmente las islas Baleares, Costa del Sol e islas Canarias), Italia, Grecia y otros destinos del Mediterráneo reciben la llegada de millones de alemanes, escandinavos y británicos. En España se alcanza la cifra de seis millones de visitantes en 1960, en 1965, se duplica. El turismo crece a un ritmo imparable.

Paquetes turísticos y transporte chárter



RÉCORD EN LLEGADAS DE TURISTAS = CRECIMIENTO IMPARABLE



BOOM TURÍSTICO = COSTA ESPAÑA, ITALIA Y GRECIA

Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción
Entre 1950-1973	Mundo	Son los años en los que se produce el «boom turístico» debido, entre otras razones, a la recuperación económica de los países tras la II Guerra Mundial, la mejora de los medios de transporte, la relativa paz internacional y la mejora de las condiciones de trabajo.
Años 70	Mundo	<ul style="list-style-type: none">Las crisis económica de 1973, ocasionada por los precios del petróleo, provocó en los primeros años de la década una recesión de ámbito mundial.Se crea la OMT.Llega el Concorde, que permite desplazarse desde París a Nueva York en tres horas y media, aunque es más un éxito tecnológico que comercial. También inicia su servicio el Boeing 747 que permite transportar cuatrocientos pasajeros y posibilita la reducción del coste de los billetes.
Años 80	Mundo	<ul style="list-style-type: none">Pasada la crisis, el turismo sigue creciendo a un ritmo vertiginoso.A partir de 1987 se inicia el proceso de liberalización del transporte aéreo siguiendo las políticas iniciadas a finales de los 70 en Estados Unidos, lo que supone la creación de numerosas compañías aéreas, la ampliación del número de rutas y la disminución de precios.



El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia.



CRISIS DEL PETRÓLEO= RECESIÓN



NUEVOS AVIONES = + y mejores desplazamientos

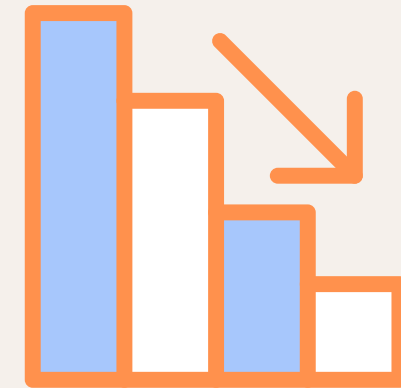


CRECIMIENTO VERTIGINOSO



LIBERACIÓN DEL TRANSPORTE AÉREO

Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción
Años 90	Mundo	<ul style="list-style-type: none">La caída del muro de Berlín (1989), los cambios en la Europa del Este, junto con el ascenso de los fundamentalismos en países con potencial turístico como Marruecos, Egipto, etc., afecta significativamente al panorama turístico internacional.
		<ul style="list-style-type: none">Creación y consolidación de nuevas zonas turísticas receptoras como el Caribe, islas del Pacífico y del Índico y algunas zonas de Asia. Se produce, además, una progresiva diversificación en los productos turísticos.
		<ul style="list-style-type: none">Continúa el crecimiento vertiginoso de las cifras turísticas. En 1990 se producen 439 millones de llegadas por turismo internacional, 536 millones en 1995, la década se cierra en el año 2000 con 683 millones. Europa es la principal región de la OMT en llegadas de turistas con una cuota de mercado superior al 50 %.
		<ul style="list-style-type: none">Se expanden por todo el mundo las compañías aéreas de bajo coste que revolucionan el mercado de las aerolíneas. Las más conocidas en Europa son Ryanair e easyJet, fundadas en 1985 y 1991, respectivamente.
Año 1995	Europa	La entrada en vigor del Acuerdo de Schengen elimina los controles fronterizos en buena parte de Europa y establece un régimen de libre circulación para los nacionales de los países firmantes, lo que facilita el tránsito turístico.



DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS



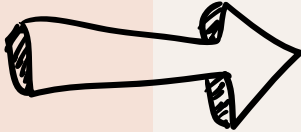

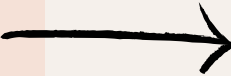

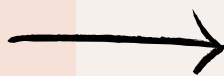

EUROPA= REGIÓN MÁS VISITADA DEL MUNDO



APARECEN LAS COMPAÑÍAS LOW COST



SE FACILITA EL TRANSITO TURÍSTICO = ACUERDO DE SCHENGEN

Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción	
Principios del siglo XXI	Europa	El 1 de enero de 2002 se produce la entrada del euro en doce países de la Unión Europea, lo que permite una mayor facilidad para el desplazamiento de turistas por todo ese espacio geográfico. Posteriormente, otros países han ido adoptando esta moneda formando una «zona euro» o «eurozona» integrada por diecinueve países.	 Mayor facilidad de desplazamiento= 
Principios del siglo XXI	Mundo	<ul style="list-style-type: none"> Radicalización de los fundamentalismos islámicos que provocan los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos, del 11 de marzo de 2004 en Madrid y del 7 de julio de 2005 en Londres. Estos hechos provocan, además del lógico terror inicial, numerosas cancelaciones de reservas, aunque el crecimiento del sector turístico, tras las dudas del inicio, ha seguido imparable. Otro efecto importante de los atentados fue el aumento de las medidas de seguridad en los medios de transporte. En la primera década del siglo XXI se produce una crisis económica mundial que hace que en 2009 se registre un descenso del número de llegadas por turismo del 4 % sobre el año anterior, situación que mejora en 2010, con un aumento de las llegadas del 7 %. 	 Ataques terroristas  Mayores medidas de seguridad  Cancelaciones pero sin demasiada repercusión  CRISIS ECONÓMICA MUNDIAL = DESCENSO TURISTAS

Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción
Principios del siglo XXI	Mundo	<ul style="list-style-type: none"> En países de Oriente Medio y norte de África se produce en 2011 una serie de sucesivas revueltas populares, conocidas como la Primavera Árabe, que provocan un retroceso importante en la llegada de turistas internacionales en toda la zona, afectando a destinos como Túnez, Egipto o Marruecos. Estos turistas se desplazan hacia destinos considerados más seguros. En la misma zona geográfica de Oriente Medio y norte de África se producen atentados perpetrados por grupos terroristas yihadistas, como el del museo del Bardo en Túnez que provoca la muerte, en marzo de 2015, a diecinueve turistas extranjeros (entre ellos dos españoles), lo que provoca una profunda recesión del turismo en la zona. Las estadísticas del turismo mundial en los últimos años muestran los siguientes datos de llegadas de turistas internacionales: <ul style="list-style-type: none"> — Año 2010: 957 millones. — Año 2015: 1210 millones. — Año 2019: 1464 millones. — Año 2020: 403 millones. — Año 2021: 429 millones.

→ **Retroceso en la llegada de turistas en la zona**

→ **Los turistas cambian de destino**

→ **YIHADISMO = recesión en el turismo**

→ **Datos récord hasta la llegada de la pandemia de la COVID 19**

- Como se aprecia en las cifras anteriores, a pesar de la inestabilidad económica, política, terrorista, etc. en zonas eminentemente turísticas, las cifras de llegadas de turistas internacionales no pararon de subir en toda la década, produciéndose un aumento entre 2010 y 2019 de más del 53 %. Este escenario favorable cambió radicalmente en el año 2020 por la situación de pandemia provocada por el virus COVID-19 que prácticamente paralizó la actividad turística durante meses y provocó una caída sin precedentes, descendiendo con respecto a 2019 un 72 % las llegadas de turistas internacionales y un 71 % en 2021.

9 años de incrementos continuados

COVID 19: Paraliza la actividad turística = descenso del 72%

- La crisis provocada por el virus COVID-19 llevó la actividad turística al nivel de treinta años atrás, con una pérdida aproximada de 1000 millones de llegadas de turistas internacionales, 1,1 billones de dólares de ingresos turísticos y el riesgo de aproximadamente 120 millones

1000 millones menos de turistas internacionales

Año/siglo	Ámbito geográfico	Descripción
Previsible futuro	Mundo	<ul style="list-style-type: none"> En el momento en el que se escriben estas líneas es muy difícil pronosticar cuál va a ser la evolución mundial del turismo en los próximos años. La OMT señalaba a finales de 2020 la posible recuperación de las cifras por turismo para el 2024, pero la incertidumbre provocada por la lentitud en la contención del virus, las restricciones de viajes en los diferentes países, la poca confianza del consumidor y el endurecimiento de las condiciones económicas de la población, entre otras, condicionarán la recuperación de la actividad y hace muy difícil prever el futuro.



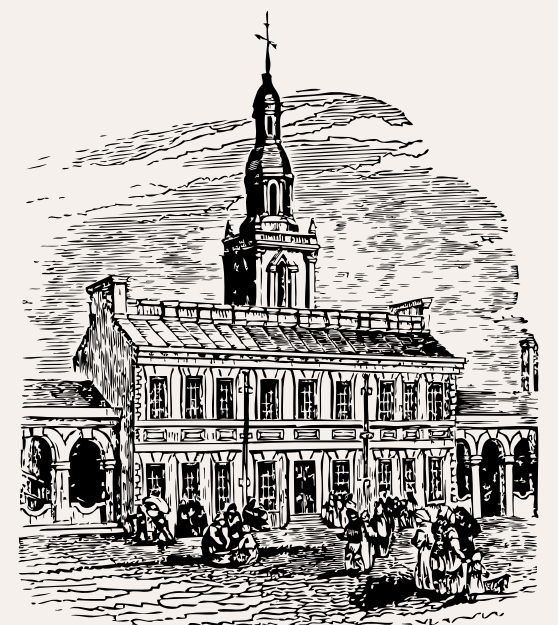
Recuperación???



YES



2.2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN ESPAÑA





TOUR & TRAVEL

ACTIVIDAD DE ENTREGA

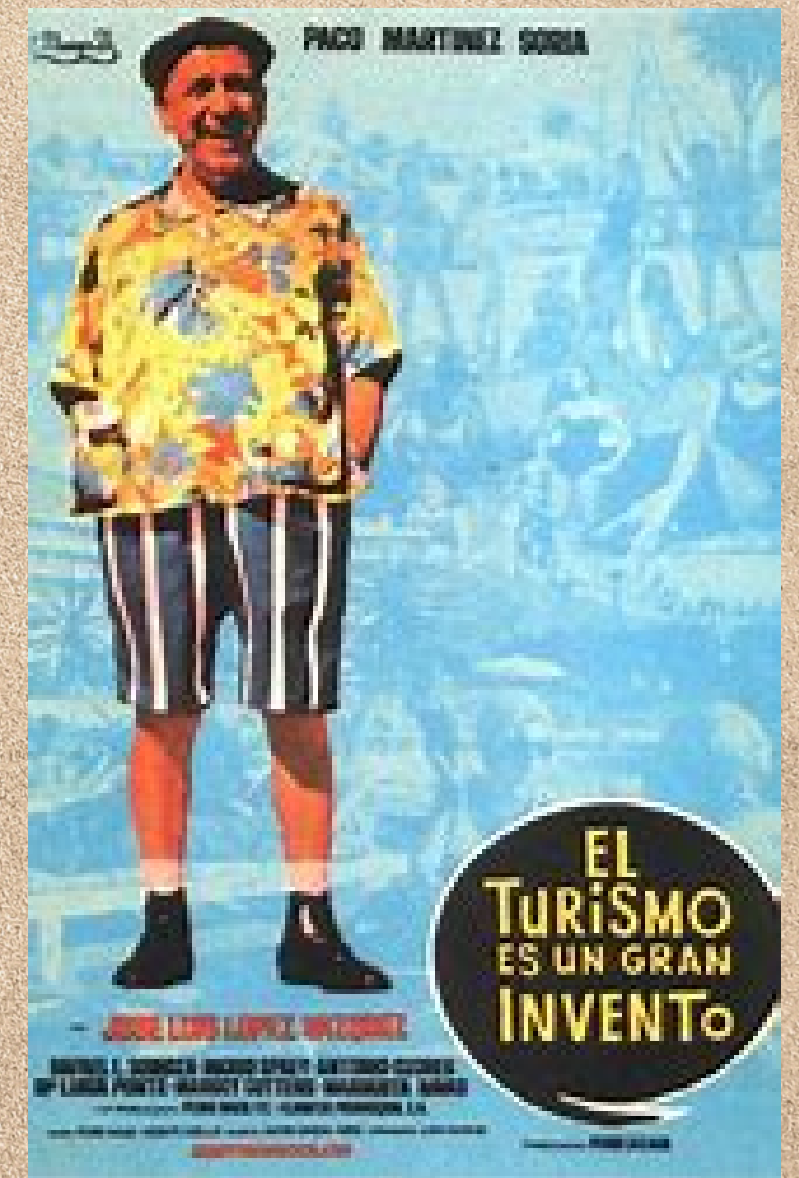
***INVESTIGUEMOS SOBRE LA HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA
DIRÍGETE AL AULA VIRTUAL
ACTIVIDAD 2!***



PELICULA

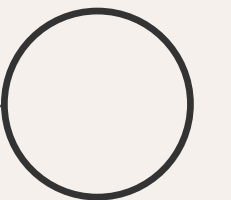
EL TURISMO ES UN GRAN INVENTO

(PACO MARTINEZ SORIA)
PEDRO LAZAGA 1968





3. EFECTOS DEL TURISMO



PELICULA

Que es?



Que lugares lo sufren?



**Cuales son
los efectos
que
produce la
actividad
turística?**



ECONÓMICOS



SOCIOCULTURALES



MEDIOAMBIENTALES



POLITICO-LEGALES



ECONÓMICOS



a) Contribución al producto interior bruto (PIB)



b) Creación y desarrollo de infraestructuras y empresas turísticas



c) Efectos sobre otros sectores de actividad



d) Elevación de la inversión, tanto del sector público como privado



e) Efectos sobre la balanza de pagos



f) Recaudación de impuestos



g) Efecto sobre los precios



h) Efectos sobre el empleo

A) CONTRIBUCIÓN AL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB)

- El turismo **influye** decisivamente en el PIB de los países
- Su importancia dependerá de factores como la **mayor o menor dependencia** que la economía del país tenga de la actividad
- **España:** la contribución del PIB en 2021 **fué del 7.4%** (12.4% en 2019)



B) CREACIÓN Y DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURAS Y EMPRESAS TURÍSTICAS



La **accesibilidad** = uno de los factores más importantes en el desarrollo de la actividad

En cualquier destino:

- se crean o mejoran **infraestructuras**
- se crean **empresas**
- nacen **nuevos profesionales**

Para que? = **Satisfacer las necesidades** de los visitantes del destino

C) EFECTOS SOBRE OTROS SECTORES DE ACTIVIDAD

- Afecta directamente a otros sectores= **EFECTO MULTIPLICADOR**
- Construcción, agricultura, restauración, venta de equipos informáticos...



D) ELEVACIÓN DE LA INVERSIÓN, TANTO DEL SECTOR PÚBLICO COMO PRIVADO



La creación de empresas, infraestructuras y servicios general un **alto nivel de inversión** tanto de **Administraciones públicas** como de **empresas** interesadas en un territorio determinado.

E) EFECTOS SOBRE LA BALANZA DE PAGOS

- Instrumento que muestra las **transacciones** de un país **con otros** con los que tiene **relaciones comerciales**
- En países **receptores** de turismo, actúa de forma similar a una **exportación**, ayudando a incrementar sus cuentas de ingresos.
- En países **emisores**, el efecto es el contrario.





F) RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS

El Estado genera impuestos gracias al turismo:

IMPUESTOS INDIRECTOS:

- IVA
- IMPUESTO SOBRE HIDROCARBUROS
- ALCOHOL, TABACO...
- TASA TURÍSTICAS

IMPUESTOS DIRECTOS:

- IRPF
- IS

G) EFECTO SOBRE LOS PRECIOS

- La llegada masiva de personas a un destino provoca un **aumento en los bienes y servicios= INFLACIÓN**
- **Ley de la oferta y la demanda:** más demanda = precios más altos y viceversa
- El **aumento de demanda** en un destino provoca **inflación** en el mismo
- Consecuencia= **eleva el coste de la vida** en zonas receptoras, **consecuencia negativa** para los residentes del destino





H) EFECTOS SOBRE EL EMPLEO

- Requiere **gran cantidad de mano de obra**
- 2020= **2.23 millones** de empleados en el sector (descenso por la pandemia)
- Destacar la **estacionalidad**: parcial y mal pagado

TURISMO

MENOS ES MÁS

CRÓNICA COMPLETA

RTVE

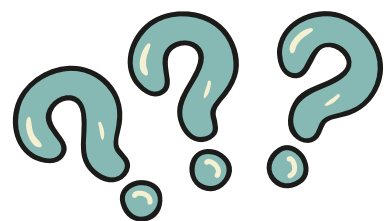


PATTERSON

TOUR & TRAVEL

ACTIVIDAD DE AULA

INVESTIGUEMOS SOBRE LOS EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO
DIRÍGETE AL AULA VIRTUAL
ACTIVIDAD 3!





SOCIOCULTURALES

Aculturación:

- Relaciones de **intercambio** que modificarán más o menos significativamente esa cultura (gastronomía, moda, estética, hábitos sociales, etc.)
- Puede provocar **pérdida de valores tradicionales**, pero puede ayudar a **recuperar otras**

Conocimiento de otras culturas: facilita las buenas relaciones entre los países y reduce los comportamientos racistas.

Recuperación de las actividades tradicionales: artesanía, tradiciones, fiestas, folclore, etc., que se recuperan para disfrute del turista

Programación de actividades culturales para satisfacción del turista (conciertos, exposiciones, etc...)

En determinados destinos donde existe un turismo masivo, a veces se produce un **rechazo de los visitantes por parte de la comunidad local**

Aumento de la **criminalidad**



MEDIOAMBIENTALES

IMPACTO NEGATIVO cada vez menor= autoridades legislan par evitar mayores deterioros



Contaminación ambiental producida por los **residuos** (basuras, detergentes, etc.), generados por la población visitante.



Contaminación acústica y ambiental producidas por los **medios de transporte** que trasladan a los turistas desde su lugar de residencia a su lugar de vacaciones



Excesiva población en zonas receptoras de turismo que provoca **problemas** de congestión en el tráfico, elevada construcción de viviendas y servicios turísticos, contaminación acústica, etc



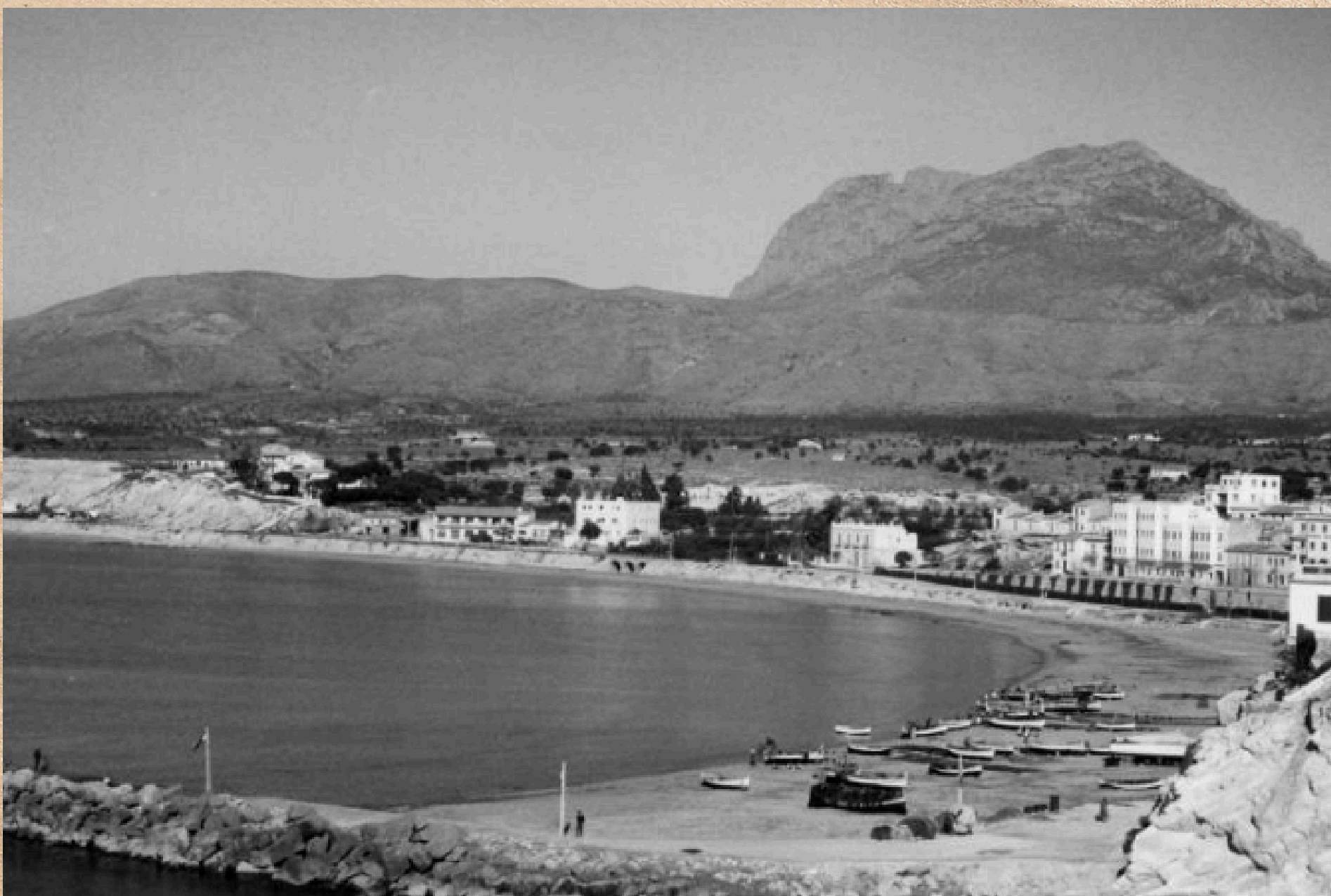
Construcción desordenada de infraestructuras, empresas de servicios turísticos, viviendas, etc., que producen una **contaminación visual** a veces irreversible



Creación de **programas de recuperación** de **espacios naturales** o de determinados **núcleos turísticos**

EL ANTES Y EL DESPUÉS...

Un claro ejemplo
Benidorm



EJEMPLOS

Thailandia y las consecuencias del turismo masivo





POLITICO-LEGALES

El estado trata de **regular** la actividad a través de una **normativa** que controle el flujo de personas

La mayor parte de la normativa sobre turismo tiene **carácter autonómico**, debido a que las comunidades poseen competencias plenas para legislar sobre la materia



Problemas sanitarios

Transmisión de enfermedades entre países



Problemas de seguridad

Entrada de malhechores
Terrorismo



Problemas fisales

Entrada y salida de productos no permitidos o controlados

Ley de espacios naturales protegidos
Ley de patrimonio histórico-artístico
Ley de turismo...

EJEMPLOS



*El problema del turismo de
Barcelona*

TODOS ESTOS EFECTOS QUE PUEDEN
OCASIONAR?



TURISMOFOBIA



ACTIVIDAD DE AULA

***DEBATE EN EL FORO SOBRE LA TURISMOFOBIA Y
DEMÁS EFECTOS DEL TURISMO EN UN DESTINO***

DIRIGETE AL AULA VIRTUAL





TOUR & TRAVEL

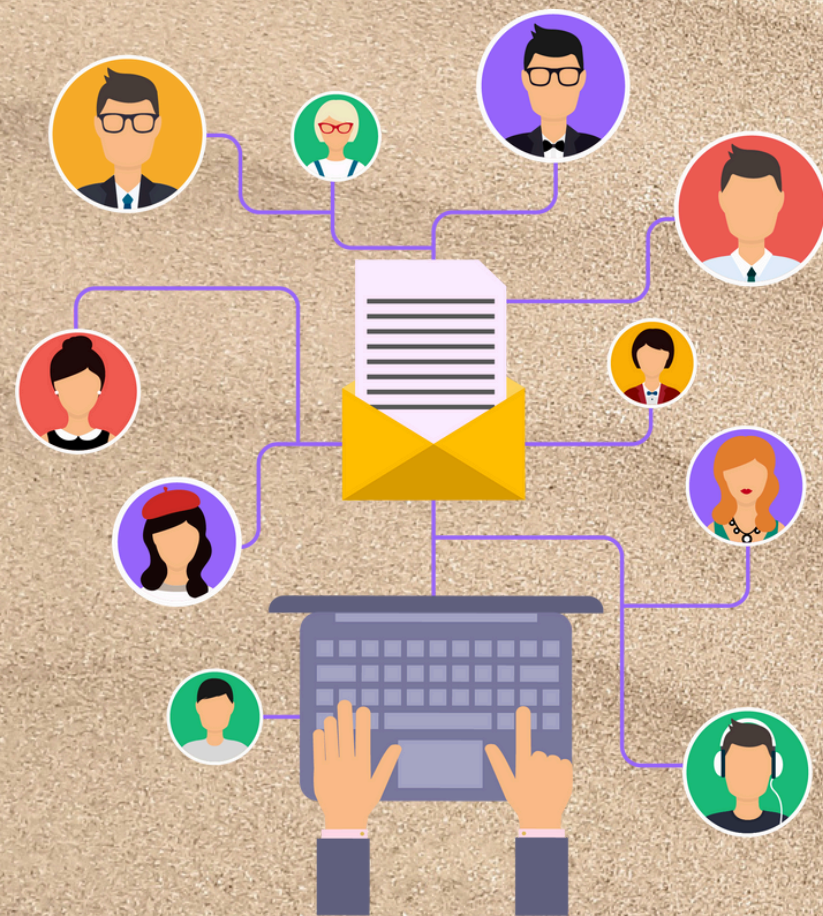
ACTIVIDAD DE ENTREGA

**ANALICEMOS LOS EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS
DEL TURISMO EN DIFERENTES DESTINOS TURÍSTICOS
AULA VIRTUAL - ACTIVIDAD 4!**





4. EL MERCADO TURÍSTICO



El mercado turístico

**ES EL ESTADO Y EVOLUCIÓN DE LA
OFERTA Y LA DEMANDA DEL SECTOR
TURÍSTICO.**

CARACTERÍSTICAS

No se intercambian productos sino, fundamentalmente, **servicios**

Es un mercado **altamente estacional**

Cada servicio que se ofrece en el mercado es **único y diferente**

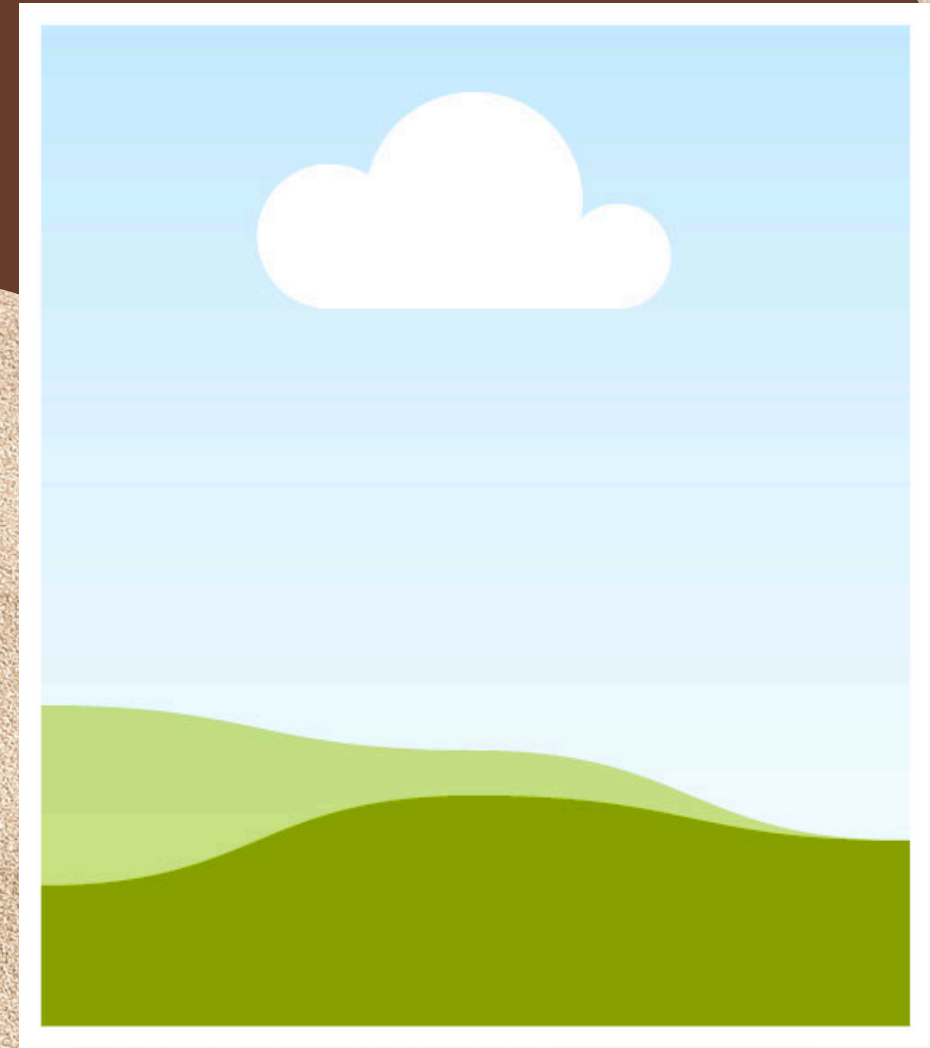
No existe posibilidad de **almacenar** los servicios turísticos

Se intercambian bienes de naturaleza **intangible**, no se pueden ver, tocar, probar... son una experiencia

Para que se preste un servicio turístico es necesario que **participe el cliente**

LA OFERTA TURÍSTICA

Es el conjunto de los servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elementos de atracción hacia una zona turística y las **infraestructuras** necesarias que permitan el desarrollo de la actividad turística, **dispuestos** para que puedan ser utilizados por el visitante.



¿POR QUE ESTÁ FORMADA?



RECURSOS TURÍSTICOS

- Recursos naturales
- Recursos históricos, artísticos y patrimoniales
- Folclore
- Empresas, centros industriales, centros científicos y técnicos
- Eventos
- Recursos complementarios



INFRAESTRUCTURAS

- Infraestructuras de transporte
- Infraestructuras de sanidad
- Infraestructuras culturales, deportivas y de ocio
- Infraestructuras de señalización, paneles y placas informativas
- Infraestructuras relacionadas con la seguridad y protección del turista
- Infraestructuras de comunicación
- Suministros
- Otras (paseos marítimos, miradores, etc.)

¿POR QUE ESTÁ FORMADA?



EMPRESAS TURÍSTICAS

- Alojamiento
- Intermediación
- Transporte
- Restauración
- Entidades de información turística
- Entidade de organización de ventos
- Empresas de ocio y tiempo libre
- Otras empresas turísticas

OFERTA TURÍSTICA BÁSICA

Alojamiento	<ul style="list-style-type: none">• Establecimientos hoteleros.• Apartamentos turísticos.• Alojamientos rurales.• Camping.• Otros alojamientos turísticos, como albergues turísticos, viviendas vacacionales, balnearios, etcétera.
Intermediación	<ul style="list-style-type: none">• Agencias de viajes.• Centrales de reservas.
Transporte	<ul style="list-style-type: none">• Aéreo.• Acuático.• Ferrocarril.• Carretera.

OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA

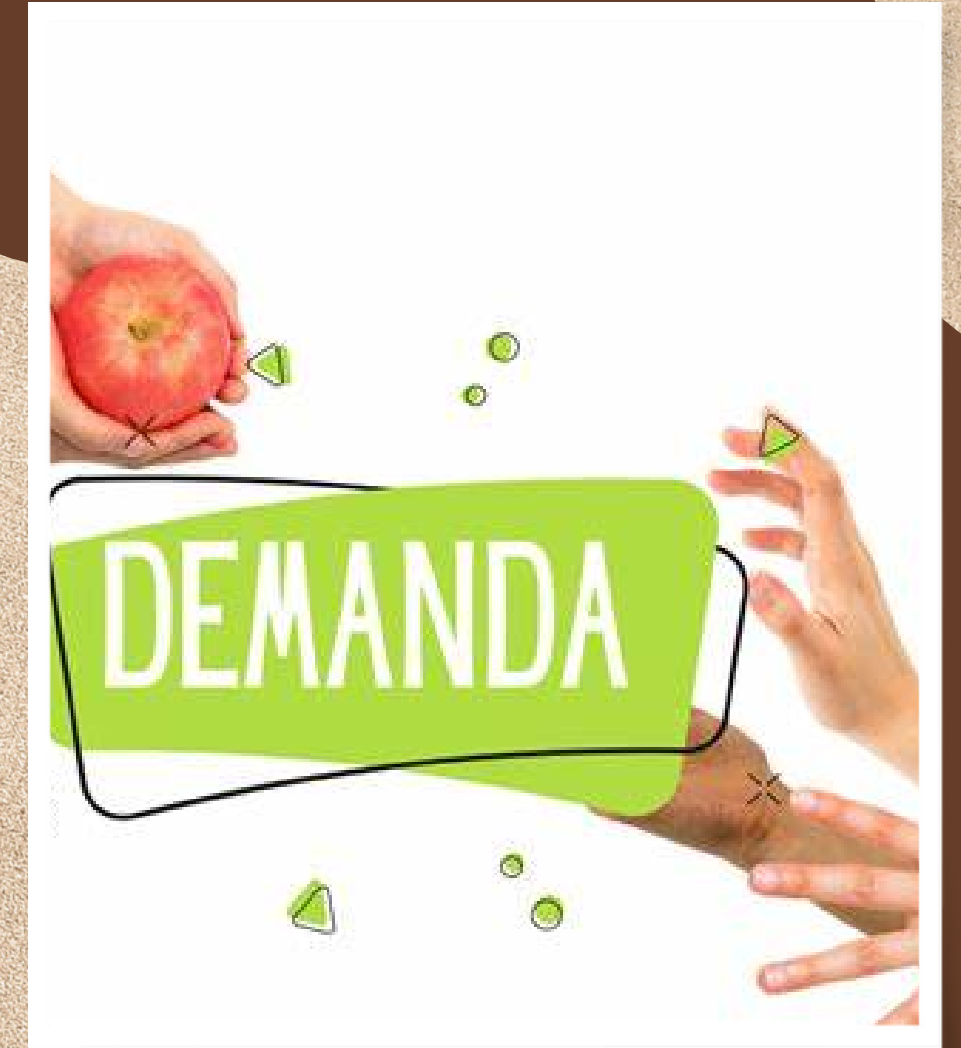
Restauración	<ul style="list-style-type: none">• Restaurantes.• Cafeterías.• Bares y otros.
Entidades de información turística	<ul style="list-style-type: none">• Oficinas de turismo.• Centros de interpretación.• Guías de turismo (locales, correo, receptivo, transferista, otros).• Otras empresas (visitas en medios de transporte).
Entidades organizadoras de eventos	<ul style="list-style-type: none">• Palacios de congresos.• Organizadores profesionales de congresos.
Empresas de ocio y tiempo libre	<ul style="list-style-type: none">• Turismo activo y aventura.• Otras actividades deportivas (campos de golf, estaciones de esquí, etcétera).• Parques temáticos y similares.• Empresas de espectáculos.• Animación turística.• Actividades de salud.
Otras empresas turísticas	<ul style="list-style-type: none">• Consultorías y asesorías turísticas.• Empresas de souvenirs.• Empresas de seguros turísticos.• Empresas financieras.• Oficinas de cambio de divisas.• <i>Duty free shops.</i>

LA DEMANDA TURÍSTICA

2 DEFINICIONES

Conjunto de **servicios y/o productos** turísticos que se han **adquirido** o se tiene **previsto** comprar.

Conjunto de **consumidores** que se **desplazan y consumen** servicios y/o productos turísticos, **motivados** por diferentes intereses como el descanso, la cultura, etc





TOUR & TRAVEL

ACTIVIDAD DE AULA



Tendencias turísticas: 20 oportunidades para la industria del turismo en 2024

Tendencias turísticas de 2024: las próximas tendencias turísticas más importantes. Entonces, comience a impresionar a sus invitados y supere a sus competidores.

Revfine.com / Jul 25, 2023

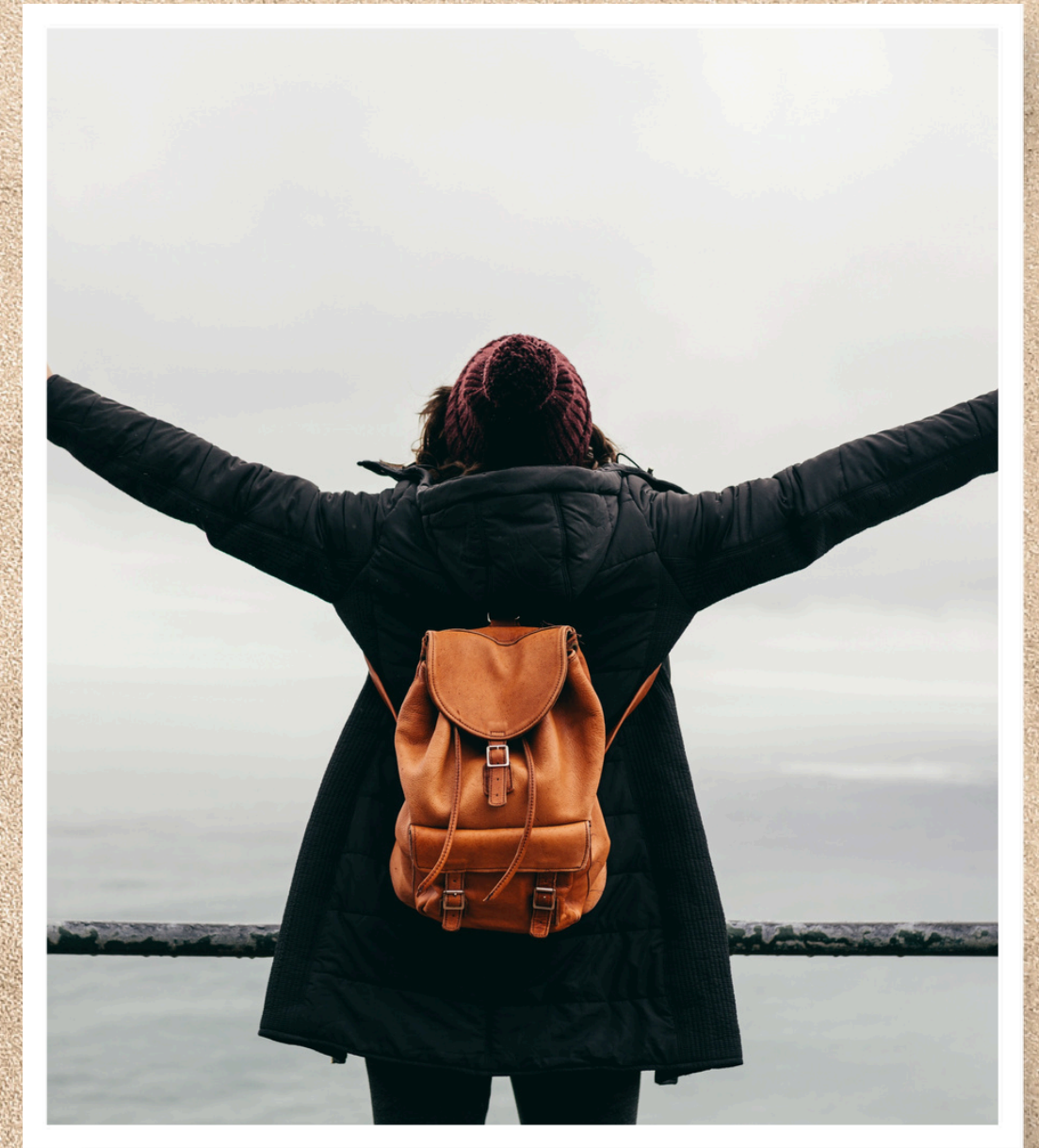
***CUALES CREEIS QUE SON LAS
TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO
TURÍSTICO?***



TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO TURÍSTICO



- **Desestacionalización** de la demanda
- **Diversificación** de la oferta
- Demanda más **exigente** en términos de calidad
- Consolidación y aparición de **nuevos segmentos de demanda**
- **Aumento del gasto turístico** de los mercados emergentes
- Creciente **concienciación** por temas medioambientales
- Experiencias más **participativas**
- **Concentración** empresarial
- Utilización de las **nuevas tecnologías**
- Organización de los viajes de forma **independiente**
- Mayor **profesionalización**

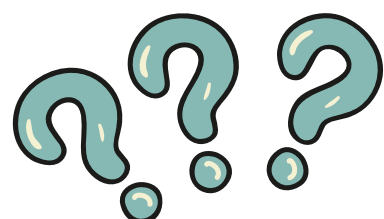


REFLEXIONEMOS

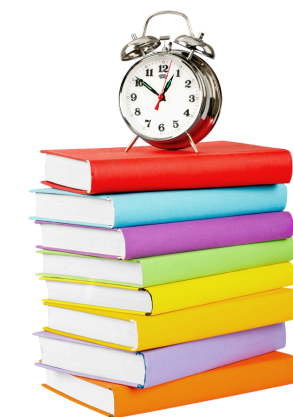
Ver artículos:

Tendencias del sector hotelero 2023

Tendencias de la demanda turística



Dirigete al aula virtual!





4. VALORACIÓN DEL PROFESIONAL TURÍSTICO



LOS TURISTAS QUIEREN...



Sentirse atendidos

Que los trabajadores turísticos conozcan su idioma, su cultura, sus costumbres

Trabajadores competentes, resolutivos, en definitiva

buscan auténticos profesionales

EL TRABAJADOR



Debe ser
competente:
realizar bien su
trabajo.



Debe poseer una
imagen adecuada al
puesto que ocupa



Debe ser
educado/a en el
trato con el
cliente



El personal turístico debe gestionar personas, resolver situaciones inesperadas y, por tanto, reunir dentro de su perfil cualidades como:



el entusiasmo



la energía



la creatividad



la sociabilidad



la capacidad de interactuar



la curiosidad

Área de información/comercialización

- Guía local.
- Guía acompañante.
- Guía de receptivo.
- Guía en emplazamientos de bienes de interés cultural.
- Guía de naturaleza.
- Guía transferista.
- Informador turístico.
- Jefe de oficinas de información.
- Promotor turístico.
- Técnico de empresa de consultoría turística.
- Agente de desarrollo turístico local.
- Azafata/asistente en medios de transporte terrestre o marítimo.
- Asistente en terminales (estaciones, puertos y aeropuertos).
- Encargado de facturación en terminales de transporte.
- Asistente en ferias, congresos y convenciones.
- Encargado de servicios en eventos.

Área de alojamiento

- Director de alojamientos de establecimientos turísticos.
- *Revenue manager*.
- *Community manager*.
- Jefe de recepción.
- Recepcionista.
- Encargado de reservas.
- Coordinador de calidad.
- Gobernanta o encargada general del servicio de pisos y limpieza.
- Subgobernanta o encargada de sección del servicio de pisos y limpieza.
- Camarera de pisos.
- Gestor de alojamiento en casas rurales.
- Coordinador de eventos.
- Comercial de establecimientos de alojamientos turísticos.

Área de intermediación

- Jefe de oficina de agencia de viajes o central de reservas.
- Jefe de departamento en agencia de viajes o central de reservas.
- Agente de viajes.
- Forfetista.
- Consultor de viajes.
- Organizador de eventos.
- Vendedor de servicios de viaje y viajes programados.
- Promotor comercial de viajes y servicios turísticos.
- Empleado del departamento de *booking* o reservas.

Área de animación

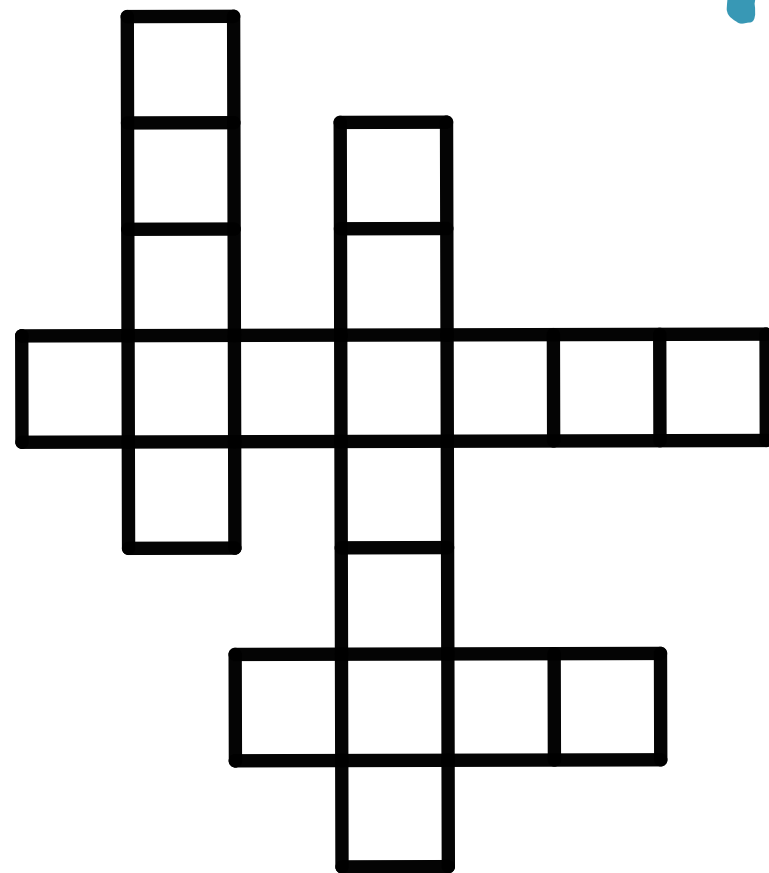
- Monitor de empresas de turismo activo.
- Director de empresas de turismo activo.
- Animador de hotel.
- Animador de veladas y espectáculos.
- Animador de actividades al aire libre.
- Jefe de departamento de animación turística.

Área de restauración

- Director de alimentos y bebidas.
- *Maître* o jefe de sala.
- Encargado de bar-cafetería.
- Jefe de banquetes.
- Jefe de operaciones de *catering*.
- Sumiller.
- Ayudante de sumiller.
- Encargado de economato y bodega.
- Responsable de compra de bebidas.
- Camarero de bar-cafetería o restaurante.
- Jefe de rango.
- Bartender.
- Auxiliar de servicios de restauración en medios de transporte.
- Chef o jefe de cocina.
- Segundo jefe de cocina.
- Jefe de partida.
- Cocinero.

ACTIVIDAD DE AULA

Adivina de que profesional
turístico se trata



Dirigete al aula virtual:
Crucigrama interactivo



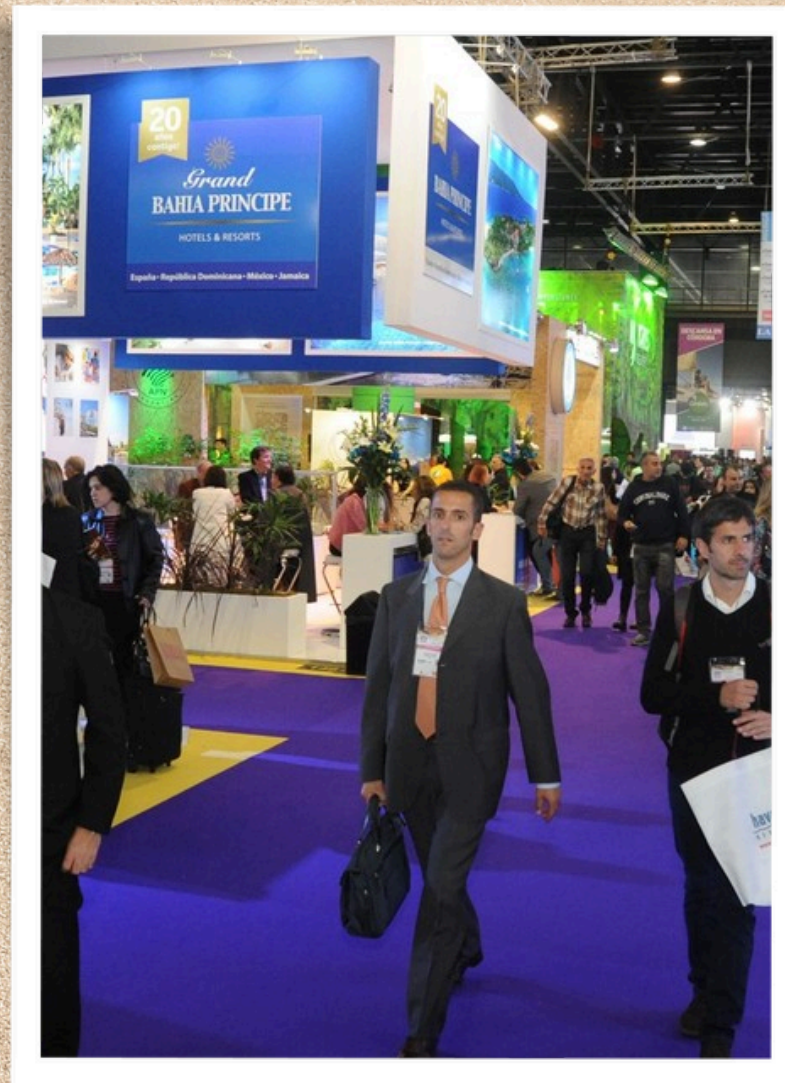


4. PRINCIPALES EVENTOS EN MATERIA DE TURISMO





PRINCIPALES FERIAS DE TURISMO EN ESPAÑA





Fecha	Nombre	Lugar
Enero	Fitur Feria Internacional del Turismo	Madrid
Febrero	Aratur Salón Aragonés del Turismo	Zaragoza
Febrero	Navartur Feria Internacional del Turismo de Navarra	Pamplona
Abril	B-travel Salón del turismo destinado al viajero final	Barcelona
Mayo	Expovacaciones Feria destinada a mostrar la diversidad de la oferta turística	Bilbao
Septiembre	Termatalia Feria Internacional del Turismo Termal, Salud y Bienestar	Ourense
Octubre	Tierra Adentro Feria de Turismo Interior de Andalucía	Jaén
Noviembre	Intur Feria internacional de turismo del interior de Valladolid	Valladolid
Noviembre	IBTM World Feria dedicada al turismo profesional, incentivos, eventos, viajes de negocios y congresos	Barcelona





FIN DE LA UNIDAD 1