



Sistema turístico

3^{er} semestre

Clave:

LIC 11142313

TSU 12142313

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



**División de Ciencias
Sociales y Administrativas**





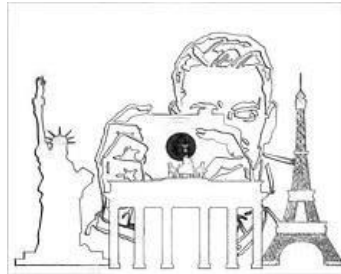
Índice

Presentación	2
Contenido temático	3
Contextualización del turismo	4
Antecedentes del turismo a nivel internacional	5
Antecedentes del turismo a nivel nacional	10
Conceptos básicos	10
Elementos del turismo	13
Superestructura	14
Estructura	15
Infraestructura	16
Tipos de turistas	17
Tipología de los nuevos turistas	10
Características y tipos de turismo	11
Tipos de turismo	12
Características del turismo	13
Enfoques del turismo	14
Tendencias actuales del sector turismo	16
Tipos de tendencias	17
Cierre del contenido nuclear	23
Fuentes de consulta	24



Presentación

¡Hola!



Turismo
Fuente: [Pixabay](#)

¡Bienvenido(a) a la asignatura de Sistema turístico!

El turismo es una actividad con una gran dinámica, que ha cobrado cada vez más importancia, sobre todo económica, a nivel mundial y nacional. El hombre, desde tiempos remotos, se ha desplazado por diferentes motivos, y conforme se han alcanzado nuevos logros en la conquista del tiempo libre, se ha desarrollado con mayor facilidad la actividad turística. México ha alcanzado importantes posiciones entre los países con mayor captación de turistas; sin embargo, éstas se han visto afectadas por aspectos sociales, culturales, políticos y sobre todo por los avances tecnológicos.

En esta unidad, analizarás cómo se ha dado el desarrollo de la actividad turística desde su origen hasta la actualidad. Identificarás los elementos principales del turismo y cómo se interrelacionan para brindar servicios que satisfagan las necesidades de los turistas a través de una visión sistémica.

¡Adelante!

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Contenido temático

Los temas que revisarás son:





Contextualización del turismo

El desarrollo del tema te permitirá identificar los componentes que integran el turismo, partiendo de su estudio conceptual, antecedentes, características y tendencias actuales para entender su interacción con la actividad turística.



El turismo forma parte de un sistema sumamente dinámico que se transforma vertiginosamente a la par de las corrientes sociales, económicas, culturales, tecnológicas, etcétera, propias del siglo XXI, lo que lo dimensiona como un fenómeno socioeconómico con cambios permanentes, grandes retos y complejas exigencias.

Destinos turísticos
Fuente: [Pixabay](#)

Por ello, se requiere una contextualización integral del turismo, que lo dimensione a partir del análisis de los elementos de espacio y tiempo en que se desarrolla. El turismo, lejos de responder exclusivamente a la satisfacción del descanso humano, atiende a una serie de situaciones interactuantes y dinámicas que descubrirás conforme avances en el estudio del tema.



Antecedentes del turismo a nivel internacional



Fuente: The Grand Tour Europe

¿Piensas que el turismo ha permanecido ajeno a los cambios que la humanidad ha tenido en los últimos siglos? De ninguna manera; de hecho, el turismo ha evolucionado prácticamente a la par que los cambios que la humanidad ha presentado, como analizaremos a continuación.

Dejando atrás las precarias condiciones en las que el hombre de la antigüedad realizaba sus desplazamientos, de forma insegura e incómoda, ese hombre viajero tuvo una frecuente movilidad motivada principalmente por razones comerciales, religiosas, de expansión y dominio territorial, o de guerra, y de ninguna manera estas circunstancias lo limitaron para viajar continuamente.

No fue sino hasta el siglo XIX que se dieron los inicios de la industria turística al aparecer una serie de factores económicos y sociales, como el desarrollo de las fuerzas productivas que inició con la Revolución Industrial, lo que implicó la ampliación de las redes de comunicación: el ferrocarril y el barco de vapor hicieron su aparición y se convirtieron en portadores de mercancías e instrumentos de expansión comercial.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Además del círculo burgués que poseía los medios de producción, se originó la burguesía que, al disponer de recursos económicos y tiempo libre, tuvo oportunidad de viajar en mejores condiciones, con comodidad y seguridad. Así, aparecieron los primeros agentes de la industria turística, cuyo desarrollo se dio en el siglo XX. En cuanto a los motivos del viaje, se puso de moda ir a lugares dignos de ser visitados y admirados. Por ello, en 1836, en Inglaterra, apareció una publicación titulada *Red Book*, que hacía un inventario de ciudades a visitar con diversas recomendaciones a los turistas. A partir de esta obra surgieron en Europa diferentes guías impresas recomendando lugares que pudieran visitarse.

La organización colectiva de viajes, la elaboración de itinerarios y la venta de recorridos turísticos se inició en 1841 con Thomas Cook, quien actualmente es considerado el padre del turismo, y que organizó el primer viaje colectivo entre las ciudades inglesas Loughborough y Leicester. Cuatro años más tarde fundó su agencia de viajes Thomas Cook and Son, que atendía las necesidades de la clase media.

Por lo que respecta al hospedaje, César Ritz, conocido como el padre de la hotelería moderna, desde finales del siglo XIX hasta inicios del XX, transformó la hotelería tradicional en una moderna, innovando con servicios como el baño privado en cada habitación, excelencia en los servicios y lujo con clase en todas las áreas.



Monumentos

Fuente: [Freepik](#)

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Estos elementos pusieron las bases del turismo como una industria de consumo de bienes culturales, de recreación y esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, eventos programados y, como nuevo motivo, la aventura en busca de experiencias diferentes en lugares totalmente distintos al entorno cotidiano.

Los primeros operadores turísticos aparecieron en el siglo XIX: transporte, alojamiento, diversión, pero no se mantenían relaciones estrechas entre ellos. A partir del siglo XX la nueva estructura financiera logró su integración gracias al proceso de internacionalización del capital; las firmas turísticas internacionales bajo las cuales se integran los servicios comenzaron a tener presencia en diversos destinos, convirtiéndose en un fenómeno intercontinental y masivo.

En la transición del siglo XIX al XX, se logró la reducción a ocho horas de la jornada laboral, con lo que el hombre obtuvo horas de ocio que pudo dedicar a la recreación, aunado esto a la conquista de mejores condiciones de trabajo, como el derecho a vacaciones pagadas, lo que hizo que se incrementara la opción de realizar turismo. Su desarrollo se dio gracias a la expansión del capitalismo por todo el mundo, lo que generó empresas multinacionales encargadas de una óptima comercialización del producto turístico.

Con lo anterior, se deduce que la actividad turística siempre ha estado ligada a los acontecimientos de tipo social, político y económico. Su desarrollo se dio gracias a la expansión del capitalismo por todo el mundo, lo que generó empresas multinacionales encargadas de una óptima comercialización del producto turístico.



Las características del turismo, en la actualidad, son que el turista puede prescindir del servicio de una agencia de viajes, pues tiene a su disposición el Internet para informarse, costear y programar sus viajes; al acortarse el tiempo de traslado por la modernidad de los medios de transportación, las distancias cada vez se reducen más, lo que propicia la masificación de desplazamientos turísticos, que producen gran impacto económico en cada destino; las mujeres son cada vez más independientes y viajan solas; asimismo, el turista cuenta con productos turísticos diferenciados; es decir, paquetes según la experiencia de viaje que desee tener.



Observa los siguientes videos para profundizar en el contenido revisado:

- ✓ Haldir614 (26 de agosto 2011). *Historia del turismo y la hotelería - Edad Antigua*. [Archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=P6GmMRHQ6Lc>
- ✓ Canal de secturmexico (1 de marzo de 2011). *Importancia del Turismo*. [Archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=c00AYUrNfNg>



Para profundizar en este tema, revisa los siguientes materiales:

- ✓ Gurría, M. (2010). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- ✓ Acerenza, M. (2010). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México. Trillas.
- ✓ Del libro *Medio ambiente y política turística*, revisa el primer tema, “Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo”, página 23. Disponible en:
<https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>



Hoy, el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial que promueven viajes de todo tipo: con fines de descanso, cultura, negocios o simplemente ocio. Económicamente, tiene gran relevancia por ser una actividad que genera uno de cada diez empleos en el mundo; ocupa a una gran cantidad de jóvenes que comienzan su vida laboral en la industria turística y, además, es uno de los principales generadores de divisas en muchos países.



Antecedentes del turismo a nivel nacional



¿Sabías que el turismo actualmente es uno de los factores primordiales del desarrollo económico de México? En efecto, a pesar de que existe en nuestro país apenas desde la primera mitad del siglo XX, ha sido un motor fundamental para la economía mexicana, ya que genera muchas fuentes de empleo y, de hecho, existen estados cuya principal fuente de ingresos es la actividad turística.

Se consideran tres etapas de crecimiento del turismo en México: **La primera es la de nacimiento; abarca de 1920 a 1940.**

Se caracterizó porque las corrientes turísticas provenían del extranjero, de hecho, no existía turismo nacional. En esta etapa, se crearon leyes para que los extranjeros pudieran entrar al país; los reglamentos para que los empresarios y hoteleros pudieran asentar sus establecimientos, así como el surgimiento de las primeras agencias de viajes.

En 1922, apareció el primer grupo organizado de turistas; en ese mismo año, Lucas de Palacio creó la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles, que más tarde se transformó en la Asociación Mexicana de Hoteles.

El sector público se preocupó de inmediato por la importancia que el desarrollo y fomento del turismo tiene para la economía nacional, razón por la cual durante el gobierno del presidente Plutarco Elías Calles (1924-1928), se promulgó la Ley de Migración del 15 de enero de 1926, donde por primera vez en nuestra legislación apareció el concepto de turista, al llamar así al extranjero que visita la República Mexicana por distracción o recreo, y que no debía exceder su permanencia por más de 6 meses.



El 7 de junio de 1937 se reguló el oficio de guía de turistas y la actividad de las agencias de viajes. Se creó el Departamento de Turismo, órgano de la Secretaría de Gobernación encargado de desarrollar las actividades relacionadas con esta materia.

En 1938 principió el movimiento de organizaciones privadas que fomentan el turismo, como el club de Viajes PEMEX y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, con el objeto de continuar la labor de divulgación tanto en el país como en el extranjero. El 9 de diciembre de 1939, se promulgó la Ley que creó el Consejo Nacional de Turismo, que procura la colaboración de los gobiernos de los estados con el poder federal al establecer las Comisiones Locales del Turismo.

La segunda etapa es la de desarrollo, de 1940 a 1958. En la década de los cuarenta empezó a desarrollarse en forma acelerada el fenómeno turístico a nivel internacional, y México cobró gran auge; de manera que no existió tiempo para planear adecuadamente todas las actividades. En materia de servicios, se construyeron los grandes hoteles, se multiplicaron las agencias de viajes, aparecieron los transportes turísticos y los guías especializados.

Pero al estallar la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), el turismo en México descendió hasta que fue firmada la paz, y paulatinamente retomó su importancia, hasta que en 1946 reaccionó vigorosamente: nacieron las primeras promociones, se marcaron las metas y los cauces fundamentales de lo que más tarde habría de constituir la industria del turismo.

Entre los pioneros de la actividad turística en México, destaca el licenciado Miguel Alemán Valdés, quien fuera presidente de México de 1946 a 1952, ya que durante su mandato la industria turística ocupó un lugar privilegiado en la planeación del desarrollo social y económico del país, por lo que surgieron los grandes centros turísticos de playa como Acapulco, Veracruz y Puerto Vallarta.



México ingresó con gran fuerza en el mercado mundial del turismo, y el turismo llegó a constituirse como una de las más importantes industrias de la economía nacional.

En 1947 se promulgó la Ley que creó la Comisión Nacional del Turismo, constituida por el Consejo Nacional y por el Comité Ejecutivo. El presidente del Consejo Nacional era el secretario de Gobernación. El Comité Ejecutivo, formado por cinco miembros, fue el precedente del Consejo Nacional de Turismo, que desapareció al fallecer Miguel Alemán en 1983, siendo absorbidas sus funciones por la Subsecretaría de Programación y Fomento Turístico. Esta ley establecía una mayor intervención del Estado en las empresas privadas dedicadas a prestar servicios turísticos. En 1949, se promulgó el reglamento de la ley que regula el funcionamiento de los servicios turísticos, y ese mismo año, se publicó la primera Ley Federal de Turismo, siguiendo la política de atribuir a la Secretaría de Gobernación el estudio y la resolución de los principales problemas relativos al turismo en la república, a través de un órgano de la propia dependencia, denominado Departamento de Turismo.

Para dar impulso al desarrollo de los proyectos tendientes a incrementar la infraestructura turística, el 13 de diciembre de 1956 se creó el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR). En el Diario Oficial de la Federación del 31 de diciembre de 1958, se publicó la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, y en el artículo 18, se definieron las atribuciones del Departamento de Turismo de nueva creación, dependiendo directamente del Ejecutivo Federal.

La tercera etapa es la de tecnificación, y abarca de 1958 hasta la actualidad. El desarrollo del turismo había sido espontáneo, y se hizo necesario analizar desde un punto de vista técnico el fenómeno que se había desarrollado de forma natural y espontánea. 1958 es considerado como el punto de partida del proceso de tecnificación del turismo en México.



Adolfo López Mateos, presidente de México de 1958 a 1964, en reconocimiento a la importancia que el poder público debía atribuir al turismo, en la iniciativa de reformas a la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, de diciembre de 1958, creó el Departamento Autónomo de Turismo, que tendía a mejorar la promoción del turismo en México.

Además, para proteger de forma jurídica y política en aras de estabilizar el turismo, promovió la iniciativa publicada el 1° de marzo de 1961, la Ley Federal del Turismo, que al reglamentar los diferentes servicios ofrecidos por esta actividad, dio cimentación jurídica que hizo posible su solidez y desarrollo estable. En 1962, por orden del presidente López Mateos, el Departamento de Turismo elaboró el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, dentro del cual se coordinaron los esfuerzos realizados en el desarrollo del turismo con el objeto de hacerlos más eficientes y productivos.

Durante la presidencia del licenciado Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), el turismo cobró gran relevancia en el desarrollo económico y social del país, toda vez que, el 28 de enero de 1974, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, con objeto de incorporar al desarrollo nacional núcleos de población marginados, abatir desequilibrios regionales y aumentar el número de visitantes y el tiempo de su estancia en el país; asimismo, estableció principios de coordinación y programación entre las dependencias del gobierno federal que participan en la promoción y el fomento de las actividades turísticas.

En 1974, por el crecimiento de la actividad turística en México que requería financiamiento que apoyara la realización de los planes y proyectos correspondientes, se creó un fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el cual reúne experiencias anteriores en la materia y cuyo objetivo principal es asesorar y financiar los programas turísticos, así como la creación de destinos de playa con un desarrollo planificado, los llamados centros integralmente planificados (CIP): Los Cabos, Loreto, Huatulco, Ixtapa y Cancún.



En el periodo presidencial de José López Portillo (1976-1982), se dio la expedición del Plan Nacional de Turismo, que el 4 de febrero de 1980, se publicó en el Diario Oficial de la Federación. Dicho plan comprende el escenario a largo plazo, los objetivos, las etapas de desarrollo turístico, las metas a corto y mediano plazos, las políticas para la promoción y comercialización de la demanda y desarrollo de la oferta, la política especializada de desarrollo turístico y los instrumentos de política. El Plan Nacional de Turismo se sustenta en un concepto que define a la actividad turística como estratégica para el desarrollo socioeconómico nacional por su dinamismo, por su capacidad para promover diversos sectores de la economía, con beneficios que proyectan a todas las clases sociales y por utilizar recursos naturales y culturales.

En la presidencia de Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000), el 19 de mayo de 1999, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Ley Federal de Turismo; como consecuencia de estas modificaciones, la Secretaría de Turismo, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, sería auxiliada por el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) para planear, diseñar y coordinar en coadyuvancia con la Secretaría de Turismo, las políticas y estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional. Durante el sexenio de Vicente Fox Quesada (2000-2006), en 2002 se dio a conocer el documento del programa de la ONU, *Agenda 21 para el turismo mexicano*, en el cual se promueve mantener los destinos turísticos de forma sustentable.

En el sexenio de Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012), el turismo se vio afectado por la crisis económica internacional (2008); a nivel interno, por la influenza (2009) y la pelea con el narcotráfico; incluso se pensó en desaparecer la Secretaría de Turismo. Sin embargo, fue el primer presidente en unirse a la campaña de la OMT y WTTC sobre viajes y turismo.



Para impulsar la promoción y comercialización de productos y destinos turísticos en el 2010, permitió ser la sede de la Feria Internacional de Turismo de las Américas.

Como observaste en este recuento histórico, el turismo genera empleos y atrae inversiones; es una actividad de primera magnitud para la captación de divisas, y constituye un apoyo dinámico para un desarrollo social y regional equilibrado. La actividad turística en México cada vez se valora con más fuerza por los múltiples beneficios que genera.



Para profundizar revisa los siguientes materiales:

- ✓ Del texto *El turismo: sector estratégico en el nuevo proyecto de nación*; revisa a partir de la página 478, donde se mencionan los antecedentes históricos del turismo. Disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2519/27.pdf>
- ✓ De la tesis de licenciatura *Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular de China a Partir de la Comisión Binacional México-China 2004*, revisa el capítulo 2, desde la página 45 sobre la evolución del turismo en México. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/linares_c_c/capitulo2.pdf



El turismo es cada vez más valorado como un sector de actividades con grandes virtudes, tanto por su capacidad de impulsar una mayor relación con el resto del mundo, como por su potencial en la generación de divisas, la creación de empleos y sus aportaciones potenciales para el desarrollo de las regiones.

Las experiencias que se han logrado en los años de crecimiento intensivo del turismo mexicano, la evaluación de sus resultados y la propuesta de nuevas orientaciones para reactivarlo, lograrán un nuevo despegue sobre bases consolidadas.



Ve los siguientes videos para reconocer la actividad que SECTUR y el CPTM realizan en la actualidad para promocionar turísticamente a México:

- ✓ Excélsior TV (16 de noviembre 2014) *Secretaría de turismo lanza programa "Vivirlo para creerlo" / Visión turística*. [Archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=563bzElbdzY>
- ✓ Anthony.s (21 de septiembre de 2014). *Mexico live it to believe it - tourism 2015*. [Archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=NbGeWQJx0RA>



Conceptos básicos

Para facilitar la comprensión del turismo, te daremos un glosario de conceptos básicos que, sin duda, te servirán para identificarlos dentro de la actividad turística:

Tour. Proviene del vocablo inglés, que en español significa “viaje”, que deriva a su vez de la palabra francesa *tour*, que tiene el mismo significado con distinta forma de pronunciación; ambas proceden del latín *tornare* que significa “girar”, y se refieren a la acción de hacer un recorrido con fines turísticos o viajar.

Turista. Es la persona que viaja temporalmente con fines turísticos y que regresa a su lugar de origen o residencia permanente; su desplazamiento se hace por un periodo de tiempo mayor a 24 horas y menor a un año; es decir, debe pernoctar por lo menos una noche fuera del lugar que habita.

Excursionista. Realiza un desplazamiento con fines turísticos fuera de su lugar de origen o residencia permanente, pero regresa en un lapso menor a 24 horas, para pernoctar nuevamente en su vivienda. Por esta condicionante, también es conocido como visitante de día.

Visitante. Según la OMT, es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual durante menos de un año con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugares visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación; o como visitante del día (o excursionista), en caso contrario.



Viajero. Es todo individuo que se moviliza de un lugar a otro.

Turismo. Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. El turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Ocio y tiempo libre. Es el que queda después de haber cumplido con el trabajo o las labores que tenemos asignadas. Como el trabajo se mide en unidades de tiempo, es una forma de calcular una clase de tiempo.

El ocio es aquel tiempo que nos queda del tiempo libre para ocuparlo a voluntad (“el ocio es el padre de todos los vicios”).

Todo el mundo puede tener tiempo libre, pero no todo mundo tiene ocio.

El tiempo libre de los trabajadores es fruto de la Revolución Industrial (Inglaterra, siglo XVIII). Las máquinas producen en serie y el hombre supervisa su trabajo, creándose las jornadas laborales de trabajo.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



En la primera mitad del siglo XX se creó en México la Ley Federal del Trabajo que otorga al trabajador el derecho a vacaciones pagadas y jornada laboral limitada, entre otros beneficios. De ahí surgió la necesidad del trabajador de planear que hacer con su tiempo libre.



Sin la comprensión de los conceptos básicos, nunca podrás analizar con detalle lo que estudies. Por tanto, profundiza sobre los conceptos básicos en los siguientes glosarios:

- ✓ <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- ✓ <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Elementos del turismo



Fuente: [hospitalidadmexico](http://hospitalidadmexico.com)

¿Has reflexionado sobre lo importante que es conocer el espacio físico en que se desarrolla la actividad turística, aprender a diferenciar sus diferentes tipos, así como las distintas clases de establecimientos que se pueden instalar y los organismos que se requieren para que regulen su correcto funcionamiento?

Sin duda, al hacer esta introspección, descubriste que el turismo, para poderse desarrollar, requiere necesariamente de una serie de elementos sin los cuales no podría existir, ya que es precisamente basándose en ellos que se lleva a cabo, por lo que además de reconocerlos, es importante que se tome conciencia de la importancia de la correcta utilización de todos sus elementos: espacios físicos naturales o creados, establecimientos que atienden los requerimientos de los turistas, así como la ordenación de todos los organismos que supervisan el correcto funcionamiento de la industria turística.

Cada uno de los elementos que integran el turismo se clasifica de acuerdo a su funcionalidad o utilidad dentro de la actividad turística, de manera que identificar los elementos que integran el turismo te ayudará a reconocer con facilidad la interdependencia que tienen entre ellos y lo importantes que son para el desarrollo del sector.



Superestructura

Imagina por un momento que vives en un sitio en el que no existen normas o leyes que pongan orden en la conducta y actividades de sus habitantes, ¿seguramente sería una situación parecida a “la ley de la selva”! Precisamente para evitar estas circunstancias, existe la superestructura, que en materia turística tiene la función de regular las actividades del turismo.

La superestructura está integrada por el conjunto de normas, reglamentos, instituciones, leyes, organismos e instituciones públicas y privadas que regulan la actividad que realiza la estructura turística para armonizar sus relaciones, con el fin de facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el turismo.

Algunos ejemplos de organismos que regulan la actividad de la estructura turística en México son la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) ahora Consejo de Diplomacia Turística (CDT), el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), la Asociación Mexicana de Agencias de Viaje (AMAV), entre otros.

En el caso de organismos que regulan la actividad de la estructura turística a nivel internacional, están, entre otros: Organización Mundial de Turismo (OMT), Consejo Mundial de Turismo y Viajes (WTTC), Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), Organización de Aviación Civil Internacional (ICAO), Asociación de Viajes del Pacífico y Asia (PATA).

Seguramente reconociste a más de uno de estos organismos e identificaste la importancia que tienen para el desarrollo del turismo.



Estructura

La estructura, también conocida como planta turística, se compone de los servicios básicos y complementarios inherentes a dicha actividad, como: hoteles, agencias de viajes, restaurantes, bares, centros de diversión, medios de transportación, etcétera, que se instalarán en diferentes espacios geográficos de acuerdo a los requerimientos del turismo, bajo distintos estándares de calidad para satisfacer a los distintos tipos de turistas.

A la estructura o planta turística la constituyen categorías de acuerdo a los servicios, personal, diseño, ubicación, infraestructura, especialización, procesos administrativos y operativos, así como diversos segmentos de mercado, lo cual es considerado para determinar tarifas y esquemas de funcionamiento.

La estructura turística está regulada por la superestructura, compuesta, como ya lo estudiaste en el subtema anterior, por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada bajo convenios establecidos de acuerdo al rubro y giro comercial ofrecido, entre los cuales se mantienen las prestaciones de alojamiento, alimentación, transportación, etcétera.



Para profundizar en los conceptos y características de la planta turística, estudia el siguiente material a partir de la página 22 del libro:

- ✓ Gurría, M. (2010). *Introducción al turismo*. México: Trillas.



Infraestructura

¿De qué te serviría ser dueño de un restaurante en un sitio al que no hubiera accesibilidad para llegar, ni los servicios más elementales para poder operarlo? En muchas ocasiones no se reflexiona sobre la importancia que tienen los servicios básicos precisamente porque muchos vivimos en donde los tenemos a la mano en cantidad y calidad; pero cuando se piensa en que son indispensables para el desarrollo del turismo, se valoran por la importancia que tienen en sí mismos, como lo estudiarás a continuación.

La infraestructura turística se compone de la obra básica, generalmente de acción estatal, en materia de accesos aéreos, terrestres y marítimos; comunicaciones; abastecimiento de agua, gas y electricidad; eliminación de desechos, etcétera. Integra la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas, y como tal, condiciona el desarrollo turístico. La infraestructura turística debe estar a disposición de todas las personas que integran una comunidad, ya sean residentes o visitantes; su función básica es satisfacer las necesidades de la comunidad.



Para profundizar en los conceptos y características de la infraestructura turística, estudia el siguiente material a partir de la página 19:

- http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

Para profundizar, revisa en el artículo “Turismo”, a partir de la página 16, los elementos del turismo desde el enfoque sistémico. Disponible en

- <https://issuu.com/kevinrojasmbabs/docs/130314162438-ba2cfbc010b543e79a1abe47109de768>



Tipos de turistas

¿Recuerdas haber visto alguna imagen o fotografía de cómo viajaba la gente en el pasado? Seguramente tanto la manera como los motivos para viajar eran muy distintos a la manera y motivos actuales para realizar la misma actividad: ser turista. Diseñar, organizar y comercializar un viaje tiene un propósito: encontrar una propuesta adecuada para las necesidades de cada turista, proponiendo servicios de mayor calidad, efectividad y flexibilidad. Esto indica que, independientemente de los motivos que un turista tenga para viajar, es necesario conocer las características particulares de éste que lo hacen comportarse ante una oferta turística de una manera determinada, por lo que conocerás la siguiente clasificación que proponen diversos especialistas.

Se pueden segmentar los tipos de turistas de formas muy diversas; aquí se presentan tres métodos de segmentación muy útiles, que se pueden considerar como complementarios (Gómez Martín y López Palomeque, 2002).

1. **Segmentación según el motivo de viaje:** se basa en determinar el por qué viaja el turista; se presenta de acuerdo a la figura “tipos de turista, según motivos de viaje”.

- ✓ Motivos de recreo: vacaciones, salud y deporte, religión, visita a amigos y parientes, estudio.
- ✓ Motivos de negocios: negocios de empresa, congresos y convenciones, viajes por venta.

2. **La segmentación socioeconómica y demográfica:** se trata de una segmentación descriptiva de las características del consumidor, que parte de la hipótesis de que las diferencias en los perfiles socioeconómicos, geográficos o demográficos se encuentran en el origen de las diferencias. De acuerdo con Gómez Martín y López Palomeque, (2002), se divide en los siguientes criterios:

- ✓ Geográfico: región, hábitat, población, clima.
- ✓ Sociodemográfico: edad, sexo, tamaño de la unidad familiar, ciclo de vida familiar, renta, nivel socioprofesional, formación y nivel cultural, nacionalidad.



3.- **La segmentación psicográfica:** en los últimos años la segmentación se ha realizado a partir de los estilos de vida y los motivos, de acuerdo con Gómez Martín y López Palomeque, (2002). Los segmentos resultantes son básicamente variables psicológicas. Existen diversos tipos de acuerdo a las siguientes tipologías:

Tipología de Jung	<ul style="list-style-type: none">• Extrovertidos• Introversos
Tipología de Heymans–Le Senne	<ul style="list-style-type: none">• De la asociación de los tres factores básicos: emotividad, actividad, primariedad-secundariedad, surgen ocho tipos caracterológicos:• 1. Colérico 2. Apasionado 3. Nervioso 4. Sentimental 5. Sanguíneo 6. Flemático 7. Amorfo 8. Apático
Tipología de Plog	<ul style="list-style-type: none">• Psicocéntricos• Mediocéntricos• Alocéntricos
Tipología de Cohen	<ul style="list-style-type: none">• No institucionalizado• Institucionalizado: turismo de masas individual, turismo de masas organizado
Tipología de Yiannakis y Gibson	<ul style="list-style-type: none">• Por categorías: amante del sol / buscador de acciones excitantes / antropólogo / arqueólogo / turista organizado / aventurero / explorador / elitista / espiritualista / turista individual / turista de clase alta / turista de mochila / “escapista” / deportista.

Elaborado con base en Gómez Martín y López Palomeque (2002).

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Somos humanos y diferentes, por tal motivo existen autores que agrupan características para homologar la atención y servicios turísticos, para dar y adecuar dichos servicios y/o proponer actividades nuevas que satisfagan la demanda de los turistas, así como resolver posibles conflictos a partir del conocimiento y comprensión que tengamos de estas tipologías.

En torno a los elementos señalados, conocer al cliente potencial turístico o al cliente consumidor turístico es entender cómo piensa, que lo motiva para la elección o decisión de compra, así como saber qué expectativas tiene de nuestros servicios, lo que permitirá desarrollar planes de mercadotecnia específicos que, entre otras cosas, propicien lealtad a la marca.

Si bien esto conduce a entender las diferentes tipologías que describen las características y las respuestas que da una persona al medio ambiente, como la impulsividad o pasividad, resistencia o apertura al cambio, entre otras. La forma de vida incide en las diferentes actitudes que se toman ante los estímulos del medio, incluido el consumo.



Para profundizar en el tema, descarga los documentos:

- ✓ *Tipología de Jung*
- ✓ *Tipología de Heymans–Le Senne*
- ✓ *Tipología de Plog*
- ✓ *Tipología de Cohen*
- ✓ *Tipología de Yiannakis y Gibson*

Todos disponibles en la carpeta de *Material de apoyo* dentro del aula.



Tipología de los nuevos turistas

Se comprende que las tipologías surgen del estudio de la personalidad del turista, realizado, como hemos visto, por distintos teóricos de la psicología y la sociología, quienes buscan y alinean características o atributos, estableciendo distintas categorías para clasificar a las personas consumidoras.

Ante lo dicho, la tipología permite comprender con mayor claridad lo que sucede en la mente del consumidor turístico y su nivel de inteligencia, para lo cual sirve la observación de características físicas y mentales que hacen diferenciaciones. Un método que se suele utilizar es el de “estilos de vida”, donde se conjunta la personalidad, los intereses y las opiniones de la persona.

Los nuevos turistas según Montaner (1960):

- ✓ Tienen una amplia experiencia viajera.
- ✓ Cambian de valores.
- ✓ Cambian de estilo de vida.
- ✓ Experimentan un cambio demográfico.
- ✓ Son más flexibles.
- ✓ Quieren ser más independientes.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo Contenido nuclear



Características y tipos de turismo

Cuando se hace referencia al turismo, se comete el error de no diferenciar las diversas ramificaciones que esta palabra puede tener. No es lo mismo hablar del turismo de descanso que del turismo de aventura, ya que sin lugar a dudas, si lo que se quiere es poder relajarse, no será la mejor idea escalar una montaña o realizar expediciones en selvas. Ésta es la razón principal por la cual te enseñaremos algunas de las subdivisiones que contiene el turismo, aunque cabe mencionar que cada año aparecen nuevos tipos debido al crecimiento de diversas aficiones entre los turistas.



Turismo de aventura

Fuente: [Pixabay](#)

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Tipos de turismo

El turismo se puede clasificar según:

El medio de transporte que utiliza

- Aéreo
- Terrestre
- Marítimo
- Multimodal

El nivel socioeconómico del turista

- Turismo de alto nivel o turismo *premium*
- Turismo de nivel medio
- Turismo de bajos ingresos o turismo social

Su forma de organización

- Turismo libre
- Turismo dirigido

La duración del viaje

- Viaje corto
- Viaje mediano
- Viaje largo

El origen del turista

- Turismo nacional o doméstico
- Turismo internacional o receptivo

El motivo de desplazamiento

- Turismo de placer
- Turismo de salud o descanso
- Turismo deportivo
- Turismo de congresos y convenciones
- Turismo cinegético
- Turismo alternativo
- Turismo gastronómico
- Turismo religioso
- Turismo de negocios



Para complementar los tipos de turismo, estudia el archivo:

✓ *Tipos de turismo*

Disponible en la carpeta de *Material de apoyo* dentro del aula.



Para profundizar en los tipos de turismo, observa el siguiente video:

✓ Pananews Petapa. (2013). *Tipos de turismo que existen*.

[Archivo de video] Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=HsVdOREb5fA>

Características del turismo

1. Requiere el desplazamiento voluntario de los turistas para hacer uso del producto o servicio adquirido.
2. Es temporal; se maneja por temporadas: alta (normalmente periodos vacacionales) y baja (el resto del año).
3. Es flexible debido a que se pueden combinar diferentes actividades en un solo viaje (cultura, recreación, aventura, etcétera).
4. Normalmente se realiza con fines de recreación y ocio; sin embargo, también se da por motivos de negocios, ventas, educativos, etcétera.
5. Es una de las principales actividades económicas de los países, además de una fuente generadora de empleos.
6. Ayuda al desarrollo sustentable local y regional de los países.
7. Por su dinámica, el turismo permite desarrollar diferentes actividades, promoviendo el desarrollo turístico desde poblaciones con pocos recursos, hasta grandes complejos que cuentan con todo tipo de facilidades para la estancia del turista.
8. El turismo no sólo ofrece beneficios para los turistas, sino también para las comunidades receptoras, que obtienen ingresos que permiten el desarrollo económico de las mismas.



Enfoques del turismo

¿Qué es un enfoque? Se define como un método para el estudio de algo, en este caso, del turismo. El estudio del turismo, por ser un fenómeno social, es relevante en el vínculo que guarda desde diversas perspectivas; es por ello que lo analizaremos a continuación desde un enfoque económico, político, social y tecnológico.

Enfoque económico del turismo

Por la importancia que tiene en la economía de muchas naciones, proporciona un marco de referencia para analizar su actividad y sus contribuciones al desarrollo económico de un país. No debe olvidarse que es una actividad generadora de empleos.

En México, la actividad turística es la tercera generadora de divisas, después de las exportaciones del petróleo y las remesas que envían los “paisanos” que trabajan en Estados Unidos.

Enfoque político del turismo

Hace tiempo que la actividad turística en México es prioritaria para el gobierno, que otorga los presupuestos más altos a los organismos rectores del turismo nacional: Secretaría de Turismo (funge como cabeza de sector), y a sus dos brazos operativos, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y al Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) ahora Consejo de Diplomacia Turística (CDT).

Estos han favorecido la comercialización de productos y servicios turísticos a través de su presencia en eventos internacionales, como ferias y exposiciones, y han apoyado a la disminución de trámites y visas, para mercados emisores de turistas hacia México, como ha sido el caso de la exención de solicitud de visa a Colombia y Brasil.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Enfoque social del turismo

Los beneficios que aporta la práctica del turismo inciden en la cultura, salud e integración familiar de quien lo realiza, pero también brinda un beneficio social en los destinos en los que se lleva a cabo. Los viajes influyen de manera importante en la comprensión y apreciación de otros pueblos, debido a que la presencia de turistas afecta los patrones de vida de los residentes y sus ingresos.

Enfoque tecnológico del turismo

La aplicación de las tecnologías en el sector turístico ha tenido una evolución acelerada y se ha constituido como herramienta fundamental para el desarrollo de la actividad turística en este mundo globalizado.

Su inserción en los medios de transporte ha acortado distancias, y ni qué decir de la facilitación de los procesos entre las empresas del sector y al interior de éstas.

Las formas de venta y comercialización también han sufrido grandes cambios debido al uso del Internet. El turismo es una actividad interterritorial que promueve y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente. Las transacciones comerciales, la promoción de destinos turísticos, las reservaciones y compras de servicios, nunca han estado tan cerca del consumidor final, esto es gracias a la incorporación de la tecnología en todas estas actividades.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Tendencias actuales del sector turismo

La dinámica actual del turismo hace que se den cambios rápidos en cuanto a los gustos y preferencias de los turistas, de ahí la importancia de estudiar las tendencias hacia las que se dirige el sector turístico.



Viajero
Fuente: [Pixabay](#)

El turista ya no busca solamente sol, mar y arena. Los avances tecnológicos han hecho que se tenga mayor tiempo disponible para conocer otros lugares que den nuevas experiencias, y la oferta de productos y servicios turísticos crece a medida que los países se dan cuenta de la importancia económica de esta actividad.

Por ello es muy importante que, como país, estemos conscientes de estas tendencias para que realicemos acciones que nos permitan permanecer vigentes entre los gustos y preferencias de los turistas, por ejemplo: creando nuevos productos y servicios que sean competitivos, así como profesionalizando al sector turístico para estar a la altura de los estándares de calidad que demandarán los turistas; o bien, incorporando todas las tecnologías que faciliten y agilicen la prestación de servicios.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Tipos de tendencias

Desestacionalidad de la demanda

Uno de los objetivos principales de los destinos turísticos es romper con el esquema de estaciones altas y bajas para lograr una estabilidad más uniforme durante todo el año en lo que se refiere a la utilización de la planta turística.

Para lograrlo, la gestión de los destinos turísticos obliga a ser más eficientes, generar más y mejores productos para motivar el desplazamiento durante todo el año. Por ejemplo, la organización de eventos de alto impacto en temporadas “bajas” para mantener los mismos niveles de ocupación y actividad que las “altas”.

Diversificación de productos turísticos

Para entender qué es un producto turístico, citaremos la definición de SECTUR Federal, “Sistema de componentes tangibles e intangibles ensamblados capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfacen sus necesidades otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.” (SECTUR, 2006).

Para lograr lo anterior es importante poder identificar la suma de atractivos y servicios que, formando una cadena de valor, pueden estar a disposición de los turistas para poder generar un mayor interés que justifique el desplazamiento turístico.

El turista moderno normalmente no viaja solo y no lo hace por una sola motivación, por lo que es indispensable generar una diversidad de productos turísticos. Por otra parte, la competencia a nivel internacional cada vez es más fuerte, por lo que, si queremos mantenernos dentro de los primeros 10 países captadores de turistas en el mundo, debemos crear e innovar con nuevos productos y servicios turísticos que permitan el desplazamiento de turistas internacionales hacia nuestro país.



Demanda más exigente de calidad

La intensa competencia que existe entre los destinos turísticos y la facilidad para obtener información sobre ellos a través de los medios electrónicos obliga a ofrecer mayor calidad en la prestación del servicio turístico y que éste se convierta en un elemento diferenciador que le permita ser más competitivo.

Consolidación y aparición de nuevos tipos de turismo

El ser humano, por naturaleza, es cambiante y siempre busca satisfactores diferentes. Esto ha generado la creación de nuevos tipos de turismo, en los que el turista quiere estar más cerca del entorno ambiental, disfrutar experiencias cercanas a la naturaleza y alejarse de la vida urbana, de donde normalmente proceden. De ahí que hablemos de turismo alternativo, como: turismo de aventura, cultural, religioso, cinegético, de salud, para la tercera edad; incluso se habla ya del turismo espacial.

Aumento del gasto turístico

El reto que tienen los destinos turísticos es aumentar el gasto promedio de los turistas que los visitan, por lo que es fundamental generar más actividades de mayor calidad, con el fin de atraer turismo de mayor nivel adquisitivo y minimizar los esfuerzos para atraer turismo masivo, que si bien es importante en cantidad, la derrama que éste genera puede ser superada por uno que esté dispuesto a pagar más por servicios de calidad.



Concientización por temas medioambientales

El turista del siglo XXI está más preocupado por cuidar el medioambiente; busca evitar hasta donde sea posible el deterioro de los destinos turísticos visitados. Los destinos “verdes” incorporan a los residentes locales que han aprendido a que un destino bien cuidado vive muchos más años que uno que ha sido depredado por la actividad turística.

Experiencias participativas

Recientemente se han creado tipos de turismo más incluyentes que permiten participar con las comunidades locales, como es el caso del turismo rural o agroturismo.

Concentración empresarial

La creación de *clusters* permite el aglutinamiento de varios prestadores de servicios que, en conjunto, integran una oferta completa que puede especializarse en un segmento, como en el caso del turismo médico, en donde se han generado concentraciones empresariales para atender todas las necesidades que este mercado requiere, en un espacio físico determinado.



Uso de nuevas tecnologías

El turismo no puede mantenerse ajeno a los avances tecnológicos avasalladores que han surgido en este siglo, en donde los grandes globalizadores nos permiten localizar, reservar y pagar servicios en prácticamente todo el mundo en cuestión de minutos, lo que facilita enormemente el desplazamiento turístico.

Organización de viajes en forma independiente

Las facilidades que han generado los avances tecnológicos han permitido que las personas y/o familias no necesiten acudir a una agencia de viajes para solicitar servicios turísticos, sino que ellos mismos, a través de los medios electrónicos, pueden seleccionar su destino y los diferentes prestadores de servicios turísticos, con los cuales pueden reservar y pagar.

Profesionalización del sector turístico

Sin duda, en un mundo globalizado y con una competencia tan grande, se hace indispensable que quienes laboran en el sector turístico tengan el mayor nivel de profesionalización en la actividad que desempeñan, ya que la experiencia de viaje del turista no puede ser contaminada por un mal trato o una mala prestación de un servicio. Actualmente, en México, la SECTUR, consciente de esta situación, ha generado una serie de distintivos y certificaciones para incentivar mayor calidad en la actividad turística.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Para profundizar, revisa el siguiente material:

HOSTELTUR. (2012). *Tendencias del sector turístico 2012. Marketing y estrategia turística*. Recuperado de:
http://www.hosteltur.com/web/uploads/2012/02/Tendencias_del_sector_turistico_2012_Marketing_1_bo.pdf

El turismo es una actividad que es objeto de estudio desde diversas perspectivas, ya que incide en múltiples actividades relevantes en la vida del hombre, por lo que:



Se deben analizar las tendencias del sector turístico en las áreas de *marketing*, estrategia turística, redes sociales, productos turísticos y promoción de destinos para posicionarlo mejor en los destinos donde se desarrolla.

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Profundiza en este tema revisando a partir de la página 2 del documento de la OMT en PDF:

- ✓ http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_2.pdf

Consulta este libro a partir de la página 25:

- ✓ Molina, S. (2007). *Política turística en México*. México: Trillas.



Ve el siguiente video para que puedas apreciar las tendencias e importancia del turismo en la actualidad:

- ✓ Bichostudio. (2011) *¿Qué es el turismo? V.02*. [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=FHUsarjLV0w>

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



Cierre del contenido nuclear



Turismo
Fuente: [Pixabay](#)

Has finalizado la unidad 1 de la asignatura Sistema turístico; en ella, estudiaste la contextualización del turismo, abarcando sus antecedentes, conceptos básicos, características y tipos; además, analizaste esta actividad a partir de sus tendencias actuales.

Ahora, continúa con la segunda unidad de la asignatura, que se refiere al turismo y su relación con la Teoría General de Sistemas.



Fuentes de consulta



Recursos

Básicas

- Acerenza, M. (2010). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.
- Guerrero, P. y Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo (E-book)*. México: Patria.
- Gurría, M. (2010). *Introducción al turismo*. México: Trillas
- Panosso, A. L. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.

Complementarias

- Clavé, S. et al. (2007). *La construcción social del espacio turístico*. Barcelona: UOPC.
- De Borja Solé, L., Casanovas Pla, J. A. y Bosch Camprubí, R. I. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid: ESIC.
- Gómez, B. y López, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Molina, S. (2007). *Política turística en México*. México: Trillas.



- Montaner, J. (1996). *Psicología del turismo*. España: Síntesis.
- Quezada, R. (2007). *Elementos del turismo* (4ª reimpression). San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quintanilla Madero, B. (2003). *Personalidad madura. Temperamento y carácter. Investigación para la docencia 3*. México: Publicaciones Cruz O.

Electrónicas

- DATATUR. (s. f.). *Glosario*. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- FUSDA. (octubre-diciembre 2008). El Turismo. *Turismo Sustentable*, pp. 13-25. Recuperado de <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- HOSTELTUR. (2012). *Tendencias del sector turístico 2012. Marketing y estrategia turística*. España: Hosteltur.com. Recuperado de http://www.hosteltur.com/web/uploads/2012/02/Tendencias_del_sector_turistico_2012_Marketing_1_bo.pdf
- Ibáñez, R. y Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo en *Medio ambiente y política turística en México Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico* (17-33). México: INECC. Recuperado de <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
- Linares, C. y Todd, W. (2005). Capítulo 2. El Turismo en México, en *Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Popular de China a Partir de la Comisión Binacional México-China 2004* (43-63). (Tesis de licenciatura). Universidad de la Américas, Puebla, México. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/linares_c_c/capitulo2.pdf
- López, H. (2015). El turismo: sector estratégico en el nuevo proyecto de nación. *La Reforma del Estado en Blanco y Negro. Agenda para la reforma del Estado* (477-488). México: Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM. Recuperado de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2519/27.pdf>

Sistema turístico

Unidad 1. Contextualización del turismo

Contenido nuclear



- OMT. (s. f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (2011). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_2.pdf
- SERNATUR. (2008). *Glosario de Turismo*. Chile: SERNATUR. Recuperado de http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

Videos

- Anthony.s. (2014). *Mexico live it to believe it - tourism 2015*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=NbGeWQJx0RA>
- Bichostudio. (2011) *¿Qué es el turismo? V.02*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=FHUsariLV0w>
- Canal de secturmexico (2011). *Importancia del Turismo*. [Archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=c00AYUrNfNg>
- Excélsior TV. (2014). *Secretaría de turismo lanza programa "Vivirlo para creerlo" / Visión turística*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=563bzElbdzY>
- Haldir614 (26 de agosto 2011). *Historia del turismo y la hotelería - Edad Antigua*. [Archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=P6GmMRHQ6Lc>
- Pananews Petapa. (2013). *Tipos de turismo que existen*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=HsVdOREb5fA>
- Secturmexico. (2011). *Importancia del turismo*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=c00AYUrNfNg>