



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN
FACULTAD DE FILOSOFÍA, HUMANIDADES Y ARTES**

**DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSILLO DE INGRESO**

MÓDULO: *CONTENIDO DISCIPLINAR EN TURISMO*

Profesores:

- **Téc. Universitario, Hernán Videla**
- **Lic. Dalia Torres Bravo**

2024-2025

Índice

<u>Introducción</u>	<u>Pág. 3</u>
<u>Objetivos</u>	<u>Pág. 3</u>
<u>Criterios de evaluación</u>	<u>Pág. 4</u>
<u>UNIDAD 1 Historia del Turismo en Argentina</u>	<u>Pág. 5</u>
<u>UNIDAD 2: Introducción al Turismo</u>	<u>Pág. 21</u>
<u>UNIDAD 3: <i>Tipologías en Turismo</i></u>	<u>Pág. 24</u>
<u>UNIDAD 4: Motivaciones y experiencias</u>	<u>Pág. 37</u>

Introducción

El Turismo es una actividad que crece día a día; una actividad económica y social de gran relevancia global, que va más allá del simple desplazamiento de personas. Implica una combinación entre relaciones culturales, económicas y ambientales que, como resultado, generan impactos significativos tanto en los destinos visitados como en las comunidades que los reciben. Desde una perspectiva científica, el turismo es un campo multidisciplinario que abarca la geografía, la economía, la sociología y la ecología, entre otras disciplinas, lo que lo convierte en un área de estudio rica y diversa.

El Turismo, está en todos lados y todas las personas pueden disfrutar del mismo. También tiene el poder de transformar realidades, fomentar el desarrollo sostenible y preservar el patrimonio cultural y natural de los destinos.

Cada viaje es una oportunidad para aprender, conectar con nuevas culturas y contribuir al crecimiento económico de las comunidades locales. En un mundo cada vez más globalizado, el turismo responsable se posiciona como una herramienta crucial para el desarrollo, ofreciendo la posibilidad de crear un futuro en el que la exploración y el respeto por el entorno vayan de la mano. Así, al estudiar y promover el turismo con una visión científica y ética, no solo ampliamos nuestros horizontes, sino que también contribuimos a la construcción de un mundo más inclusivo, justo y sostenible.

Objetivos

Objetivo general

Brindar herramientas de estudio y conocimientos en el campo de turismo a futuros estudiantes universitarios. Desarrollar y promover experiencias auténticas, sostenibles y enriquecedoras para los viajeros, a la vez, que contribuyen al crecimiento del desarrollo social de las comunidades locales.

Objetivos específicos:

- ❖ Desarrollar conocimientos de la historia del Turismo para comprender el porqué de toda la actividad y su relevante crecimiento.
- ❖ Fomentar la comprensión intercultural y el respeto por la diversidad a través del Turismo.
- ❖ Generar estrategias para incorporar el contenido académico adecuadamente y hacer uso de una buena gestión del tiempo en el desarrollo de las actividades propuestas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN: Durante el cursillo de ingreso se realizará 2 trabajos prácticos: uno escrito sobre la historia de turismo y otro sobre una tipología de turismo y su sistema turístico. Son de carácter **obligatorio** para poder acceder al examen final.

Examen final:

a) Habrá un examen escrito que consta de 2 partes: una parte de lectura comprensiva y otra de producción escrita. La lectura comprensiva buscará enfocarse en el trabajo con vocabulario y análisis de texto. Se aprueba con la nota 7 (siete).

Importante:

- ❖ El cursillo es de carácter **nivelatorio**.
- ❖ El examen es **obligatorio**. Para acreditar el módulo de Contenidos Disciplinarios hay que haber aprobado ambos exámenes con 7 o más.

Un par de consejos antes de entrar a la universidad:

- ❖ Recuerda que todo es una instancia de aprendizaje. Todos podemos aprender a nuestro ritmo. Aprovecha la experiencia.
- ❖ Confía en tus docentes y tutores. No tengas miedo a consultar y preguntar. Estamos para ayudarte.
- ❖ Si por algún motivo, no llegas a aprobar alguna de las instancias, revisá dónde estuvieron las equivocaciones y consultanos sin miedo. ¡Estamos para aprender!

¡Éxitos!

Contacto con docentes:

HORARIOS DE CONSULTA: Lunes a viernes de 17hs a 20hs.

- hernanvidela05@gmail.com
- daliatb17@gmail.com

UNIDAD 1: HISTORIA DEL TURISMO

En la siguiente unidad podremos visualizar y comprender la Historia del Turismo desde el punto de vista de 2 autores:

- Antonio Torrejon (2008)
- Noemi Wallingre (2007)

Introducción

El turismo tal y como se conoce actualmente es de reciente desarrollo. Sin embargo, en todas las épocas las culturas de las diferentes regiones del mundo sintieron la necesidad de desplazamiento. "El hombre es viajero por vocación y por necesidad. Desde los tiempos más remotos se le ve cambiando de lugar" (Aleman Valdez, 1983). Así, los desplazamientos con fines espirituales, recreativos y alejados aún del concepto turístico, encuentran sus antecedentes en el mundo griego.

En la República Argentina, son pocos los antecedentes que se encuentran y tampoco es muy factible encontrarlos en las posteriores etapas de su evolución. El turismo y su análisis ha podido ser construido gracias a diversos enfoques, pero en sí mismo como tal, de forma comparativa con el europeo. Desde la constitución de la República Argentina hasta el bicentenario de la actividad, ha tenido tantas oscilaciones como la política nacional y encuentra una estrecha relación con la problemática general del país.

Para Antonio Torrejón (2008) la historia del turismo argentino es un conjunto de acontecimientos, acciones e ideas que tuvieron como protagonistas a hombres y mujeres que vislumbraron en la actividad un campo para engrandecer al país, no sólo en materia económica por el movimiento e ingresos de divisas que implica- sino por el patrimonio natural y cultural que se muestra al mundo como símbolo de lo que representa la República Argentina.

Desde épocas remotas el hombre se movilizó por razones de subsistencia, exploración y conquista. Con el tiempo esos viajes dejaron de tener objetivos funcionales para ser reemplazados por finalidades de ocio y de placer. Aspectos económicos y tecnológicos hicieron que estos viajes configuraran los elementos que –en armonía- hoy conocemos como turismo.

A continuación, la clasificación de las etapas adaptadas al contexto argentino, en base a las propuestas por Antonio Torrejón. Asimismo, las fechas que comprenden a cada una de las etapas se indican a modo de orientación cronológica:

ORÍGENES DEL TURISMO

Los viajes de placer durante el Imperio Romano

El pueblo romano durante el período llamado PAX Romana (27 a.C. – 170 d.C.), fue el primero en realizar lo que hoy en día entendemos por turismo, es decir, un viaje (en la mayoría de los casos con fines de esparcimiento) que incluye un desplazamiento, pernoctando mínimo una noche y con menos de un año de duración a un lugar de destino, realizado, en tiempo libre y/o de ocio. A los romanos también les gustaba la idea de pasar unos días de tranquilidad alejados de la ciudad. Pasaban mucho tiempo disfrutando del buen clima, del agua medicinal de la playa y de sus aguas termales.

Se crearon otras infraestructuras necesarias para el desarrollo del turismo, tales como posadas, restaurantes y barcos de pasajeros. Todos estos factores dieron como resultado un aumento en la demanda de viajes. También, la historia permite al hombre conocer su identidad, sin el conocimiento de nuestra historia no tendríamos las herramientas para tomar las decisiones más apropiadas respecto a nuestro futuro.

Los viajes en la época de los pueblos originarios

El imperio Inca llegó a construir una red planificada de caminos distribuidos entre los actuales Perú, Bolivia, Chile y Argentina. El recorrido de estos caminos pasaba por zonas donde se podía disfrutar de aguas termales como Puente del Inca, actual provincia de Mendoza. Hasta la llegada de los españoles –que introdujeron el caballo– los desplazamientos indígenas eran a pie. Tanto el caballo (transporte de personas), como la mula (transporte de carga) fueron importantes para el desarrollo de los viajes. Sin embargo no existía el sentido de viaje recreativo o turístico, los movimientos de personas se debían a cuestiones comerciales, políticas o religiosas.

Ellos eran de naturaleza nómada y se movilizaban de acuerdo con sus necesidades de supervivencia. Las culturas que se han destacado fueron los Onas, los Tehuelches, los Zaguanes y Pehuenches, quienes habitaban en la Patagonia. Luego de la conquista española arribaron los Mapuches originarios de Chile. La llanura era

dominio de los Pampas, por su parte Cuyo era de los Huarpes. Tucumán y Catamarca estaban ocupadas por los Diaguitas y más al norte vivían los Omaguaras y los Tilcaras que eran pueblos agrícolas y de costumbres más sedentarias. Finalmente los Comechingones en Córdoba y los Guaraníes en el litoral.

Período hispánico

Para los viajes al interior del país se utilizaban las carretas y existían importantes servicios de diligencias, mientras que para el transporte urbano de la ciudad de Buenos Aires los traslados eran efectuados a caballo y en coches particulares. Sobre el alojamiento y la gastronomía, sólo existían unas pocas y rudimentarias postas ubicadas a lo largo de los principales caminos y muy distantes entre sí. En definitiva, desde la época de la conquista, hasta finales del Siglo XIX, los viajes respondían a motivaciones de conquista y colonización, en una primera fase, y de explotación económica en una segunda.

Inventos y descubrimientos

Durante el siglo XVI aparece por primera vez el nombre de hotel para designar a los hospedajes. Viene del francés y se refería a los palacios urbanos, normalmente utilizados para hospedar a los séquitos que acompañaban a los reyes en sus viajes por Europa. Entre 1850 y el comienzo de la Primera Guerra Mundial se consolida el Capitalismo como sistema económico. Es la era de los movimientos sociales y de las revoluciones, de las colonizaciones, de las guerras mundiales por las conquistas del territorio africano, y también del gran despertar del turismo. Es casi imposible hablar de turismo sin comentar los tremendos avances en materia de transporte.

En los años que van de 1815 a 1845 comenzó la Era del Ferrocarril. Al tren de vapor le siguió el barco de vapor, inventado en Inglaterra. La revolución llegaría con la invención del automóvil, pero la verdadera masificación llegaría de la mano del estadounidense Henry Ford en 1908. En 1900 los hermanos Wright inventaron el primer avión. El vuelo de demostración tan sólo duró unos segundos, pero para la Primera y Segunda Guerra Mundial, la aviación consolidaba sus avances y se convertiría a partir de los años 70 en el transporte más utilizado y aliado fundamental del turismo.

A principios del siglo XIX los balnearios y las playas eran los destinos turísticos por excelencia, tanto para la burguesía como para los aristócratas europeos. Con la entrada del siglo XX se produce un auge en los alojamientos con la nueva necesidad

de dar cama, comida y otros servicios a los nuevos turistas. Se desarrollan los hoteles de lujo de la mano de César Ritz considerado el padre de la hotelería moderna.

El padre de las agencias de viajes, Thomas Cook, revolucionó el concepto de viaje. En 1841 organizó en Inglaterra la primera excursión programada. Su compañía se expandía con rapidez, organizando tours por todo el continente Europeo, llegando más tarde al continente americano.

Argentina

La historia del turismo en Argentina está ligada al desarrollo de los medios de transporte y al nacimiento de Mar del Plata, ciudad emblemática para el turismo argentino.

En el período comprendido entre los años 1880 y 1907 ya existía una suerte de turismo interno practicado por los sectores socioeconómicos altos de la época, es decir, la aristocracia local. En este contexto, los carruajes eran los medios de transporte por excelencia. Sin embargo, con la llegada del ferrocarril, el viaje, hasta el entonces pueblo de Mar del Plata, se hacía más accesible.

En 1883, el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Dardo Rocha, dispuso los estudios para dotar a Mar del Plata de telégrafo.

Este año será recordado como el de la primera temporada turística de Mar del Plata. El turismo es una actividad que desde sus comienzos fue una generadora de fuentes de trabajo, la llegada del tren a la ciudad generó una nueva actividad: los cocheros y sus “charrets”. Los cocheros llevaban pasajeros en esos carruajes donde una vez acomodado su equipaje, eran transportados hasta concluir con el último trayecto del viaje. La prolongación del ferrocarril y habilitación del recorrido total entre Buenos Aires y Mar del Plata, contribuyó a la radicación de una población laboriosa, al fomento de la agricultura regional, al fomento de la industria pesquera y a la intensificación del turismo.

- Surgen los primeros hoteles: En el año 1888, se inauguró el Hotel Bristol, preparado para recibir a las clases altas. El Hotel Bristol marcó las diferencias sociales a partir de los lugares de alojamiento, es decir, no toda la aristocracia se podía alojar en los mismos hoteles.

A medida que crecía, Mar del Plata se iba transformando. Perdía su carácter exclusivo, para convertirse en un balneario masivo y popular. Al mismo tiempo, se

iba conformando una «elite» local, que nada tenía de la vieja aristocracia porteña fue reemplazada por las nuevas familias marplatenses. Mar del Plata ya se consolidaba como el principal destino turístico de la Argentina y uno de los balnearios más importantes del mundo.



Mar del Plara en sus inicios. Fuente: <https://www.imagenesmardelplata.com.ar/>

Primera etapa (1907 - 1927)

Esta etapa se caracteriza por el nacimiento de los grandes hoteles y la puesta en valor de las principales ciudades argentinas, con motivo del centenario de 1910. Se crearon las primeras empresas ferroviarias y de aviación aerocomercial para el transporte de carga y pasajeros.

Entre los años 1860-70 y 1910-20 la Argentina experimentó un crecimiento extraordinario de su población, una expansión sin precedentes de su economía y un cambio drástico en el sistema de estratificación. Los extranjeros veían a la Argentina del Centenario según el ángulo que dejaba abierta su perspectiva personal, su perspicacia intelectual o sus centros de interés.

Hacia 1910 asume la presidencia Roque Sáenz Peña y el hecho más importante planteado por el mismo que provocó un cambio radical en el país fue la ley de elecciones nacionales sancionada por fin, el 10 de febrero de 1912. Sería, desde entonces, la “Ley Sáenz Peña”. El 17 de diciembre de 1910, el gobierno había enviado el proyecto de ley proponiendo el enrolamiento general de ciudadanos y la confección de un nuevo padrón electoral. El proyecto que sigue a ambos es ya el del sistema electoral. Sufragio universal, secreto y obligatorio..

Dentro de este contexto, el Gobierno de Figueroa Alcorta, el 17 de enero de 1907, suma a la donación efectuada por el Perito Moreno, 43 mil hectáreas más. En 1922

entonces, se creó el primer Parque Nacional denominado “Del Sur”, conformando lo que hoy conocemos como el *Parque Nacional Nahuel Huapi*.

También el renombrado paisajista Carlos Thays presenta el proyecto de lo que hoy es el Parque Nacional Iguazú, como así también se donan los recursos económicos necesarios que permiten la apertura del camino entre el puerto y las cataratas.

Aparece una figura muy importante, Nicolas Mihanovich, figura del transporte fluvial y marítimo. El mismo quedará registrado en la historia del turismo porque consolida el servicio marítimo regular de pasajeros y carga a la costa patagónica. En tanto, el Automóvil Club Argentino (ACA) fundado en 1904, trabajó en la confección de documentación de fronteras, permisos de viajes al exterior, organización de excursiones, etc. En 1909 se inaugura el Hotel Plaza en Buenos Aires y comienza a funcionar el tranvía en la ciudad de Córdoba. A aquello se le suma el desarrollo turístico de Sierra de la Ventana. El Ferrocarril Trasandino une las ciudades de Mendoza con Los Andes en Chile. Con esta obra finaliza la era del cruce de Los Andes en mula y se abre una nueva etapa en el desarrollo turístico de los andes argentinos.

En 1910 bajo la presidencia de Sáenz Peña, el turismo vive acontecimientos memorables como la circulación del primer tranvía eléctrico en San Miguel de Tucumán, la inauguración oficial del túnel del Ferrocarril Trasandino, el nacimiento de la Basílica de Luján y, en el marco del Centenario, la inauguración en Buenos Aires de los hoteles Palace, París, Grand Hotel de la Paix y el Hotel Chile.

Cerca de la Primera Guerra Mundial, en 1913, se fundó la ciudad de Villa Carlos Paz. En ese momento nace el turismo interno con Córdoba y Necochea, entre otros. Y el avance del tren creó adicionales en la inversión, motivo que originó ver al turismo como una actividad rentable para este medio de transporte.

La aviación se convirtió en un fenómeno de masas y todo fue gracias a la aparición del pionero de la aeronáutica argentina, el aviador y deportista Jorge Newbery. Se conoce a *Jorge Newbery* como el fundador de la aeronáutica argentina. Para finalizar esta primera etapa la empresa aerocomercial Aeroposta Argentina ofreció un servicio semanal a Río de Janeiro desde Buenos Aires, llegando también a Asunción del Paraguay. Cabe mencionar a *Saint Exupery* quien fuera jefe de pilotos de la empresa, además de ser uno de los impulsores de la Argentina turística por medio de sus obras literarias.

Segunda etapa (1927 - 1948)

La instalación definitiva de la aviación aerocomercial y la institucionalización del turismo son los aspectos destacados de este período, donde brillan las figuras de Antoine Saint Exupery y Ezequiel Bustillo.

En este año comenzó el más monumental suceso económico en la historia de los Estados Unidos. La Gran Depresión. La crisis económica norteamericana se extendió a Europa, al Oriente y a América Latina entre 1930 y 1932 y no cedió hasta promediar la década. A la crisis económica y sus consecuencias agobiantes, se sumó el relieve militante de ideologías antiliberales pesimistas que ponían en cuestión la capacidad de los sistemas democráticos y parlamentarios. Y en consonancia, surgió el fascismo, y los socialismos como doctrinas materialistas. Donde la principal diferencia entre ambos es que, los socialismos se apoyan en una esperanza, y la porción de verdad que les corresponde se traduce en un programa y en una ideología optimista. Los fascismos, por el contrario, se originan en un sentimiento angustiado de decadencia y ruina. La paz comenzó a correr peligro, pues el régimen de Hitler se acercaba a los designios del fascismo italiano.

El contexto internacional esbozado, es el ambiente de la crisis de la Argentina de los partidos, de la restauración neoconservadora y del golpe de Estado de 1943 y el nacimiento de uno de los movimientos de masas más importantes de la historia argentina: el peronismo.

Cuando sobrevino la reelección de 1928, se observó que la Unión Cívica Radical (UCR) debía organizarse como un partido político o correría el peligro de la desintegración. En Argentina el triunfo de Hipólito Irigoyen en las elecciones nacionales de 1928 desconcertó a la oposición y a los observadores políticos.

Antoine de Saint Exupery y la Aeroposta Argentina

En esta época y en primer lugar, con anterioridad a 1928 se gesta un movimiento ideológico complejo y militante conocido como nacionalismo de derecha. En segundo lugar, se producen cambios significativos en las relaciones entre la sociedad militar y la sociedad política o, si se prefiere, entre las fuerzas armadas y la sociedad civil argentina.

Este francés aventurero tuvo su vida signada por dos pasiones: volar y escribir. La primera lo llevó a la muerte, la segunda lo mantiene vivo a través de sus libros, en especial uno: “El Principito”.

Se inicia con el proceso de nacimiento de los Parques Nacionales, potenciado por Bustillo. Desde la perspectiva de la reafirmación y la consolidación del Estado-Nación, se promovió un modelo de áreas protegidas “sin gente”. Bustillo sostenía que estas áreas protegidas debían ser visitadas por turistas que respeten el medioambiente. Argentina es uno de los primeros países en América en crear Parques Nacionales.

Evolución de la política de Parques Nacionales de Argentina

Bustillo es el que propicia la creación en 1935, del área turística nacional, ya que un año antes mediante la Ley N° 12.103, se crean la *Dirección de Parques Nacionales* y el Parque Nacional Iguazú. En dicha ley se establece que “podrá declararse parques o reservas nacionales aquellas porciones del territorio de la Nación que por su extraordinaria belleza, o en razón de algún interés científico determinado, sean dignas de ser conservadas para uso y goce de la población de la República”.

Los hermosos paisajes argentinos motivaron la creación de un conjunto de parques complementarían a los parques Nahuel Huapi e Iguazú preexistentes: Lanín, Puelo, Los Alerces, Perito Moreno y Los Glaciares. También se crearon villas turísticas como Llao Llao, Catedral, La Angostura, y Traful.

En 1967 se crea la Escuela de Guardaparques “Bernabé Méndez” con sede en la Isla Victoria, Parque Nacional Nahuel Huapi. Esta iniciativa generó la única escuela formal de guardaparques de Latinoamérica. Y en 1970 se dicta una nueva ley de Parques Nacionales –decreto Ley 18.594- que establece por primera vez una diferenciación de categorías entre las áreas protegidas nacionales: Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Nacionales, con diferentes objetivos y normas de conservación. En noviembre de 2001, con el objetivo de desarrollar una planificación estratégica de largo plazo para que las políticas institucionales no estén subordinadas a los cambios de gobierno, se elabora el “Plan de Gestión Institucional para los Parques Nacionales”. En síntesis, desde que se estructuró el sistema de Parques Nacionales se generaron distintas situaciones vinculadas a la

regularización de la tierra y al uso de los recursos disponibles utilizados por pobladores y comunidades locales.

En 1928 la ciudad de Buenos Aires es testigo de la aparición de la primera línea de colectivos de

pasajeros y junto a ello se inaugura el Hotel Houston, hoy en día dependiente de la cadena NH Hotels.

Comienzan a suceder diversos acontecimientos en el sur argentino. El sur argentino dinamiza la actividad a través de la fundación del Club Andino Bariloche, y la creación de la primera Escuela de Esquí de Bariloche a la que se la llamó Tronador, hechos de inusual trascendencia que marcaron nuevos horizontes en el desarrollo del Turismo Argentino. Se inaugura, además, el tradicional Hotel Llao Llao, en el Parque Nacional Nahuel Huapi. Así mismo se funda el Club Argentino de Ski. Y no podemos no mencionar un hecho histórico para el país y principalmente para el desarrollo turístico de la provincia de Buenos Aires, la inauguración del Obelisco porteño, símbolo de Buenos Aires y Monumento Histórico Nacional conformó la síntesis de la porteñidad y uno de los símbolos identitarios del país en el mundo.

Por su parte, en la patagonia, es habilitado el primer centro de deportes invernales de Argentina, en Bariloche: el *Cerro Catedral*.

Si nos referimos al sector privado del turismo, también comienzan a suscitar diversos desarrollos.

Se funda FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina). Creada originalmente como Federación Argentina de Hoteles y Afines.

En 1942 la Comisión Nacional de Turismo pasa a denominarse Dirección Nacional de Turismo. Esto además comenzó a presentar las bases de nuevas modalidades de turismo. En 1946 comienza un período que sentó las bases de la Justicia Social en Argentina y la consolidación de lo que mundialmente se conoce como Turismo Social.

Tercera etapa (1948 - 1967)

Por primera vez en la historia, miles de trabajadores de estratos humildes acceden a sus primeras vacaciones, sentando los principios de que el turismo lo pueden realizar todos los sectores de la sociedad. También nacen las primeras instituciones y asociaciones relacionadas con la actividad.

Uno de los fenómenos que dio fisonomía propia a la década de 1940 fue la formación del peronismo, una corriente ideológica que no tenía equivalente en Europa. Este es el marco histórico para situarnos en esta tercera etapa, que si bien

vivió muchos vaivenes en lo político, fue también la etapa del *Turismo Social*, modelo de gestión inclusiva en el mundo y quizá la mayor experiencia de turismo aplicado como política de Estado.

Antecedentes del turismo social

La propuesta de organización del ocio popular logró su mayor respuesta en los gobiernos totalitarios que se establecieron en Europa en las décadas de 1920 y 1930. El *turismo social* debe entenderse como una modalidad del turismo donde se brinde a los usuarios un momento de plenitud de vida, que contribuya a la afirmación de los valores vinculados a la cultura y la espiritualidad, para que propicie la transición hacia un mundo más racional y solidario.

El golpe militar del 4 de junio de 1943 y la posterior elección de Juan D. Perón como Presidente de la Nación inició un proceso de transformación profunda de la realidad nacional. Su ascenso fue facilitado por una novedosa alianza de la clase obrera y los nuevos empresarios industriales. Por ello, su política se orientó a la reasignación de recursos para la producción y al desarrollo de una estrategia de distribución del ingreso. Entonces, la economía nacional experimentó una fuerte aceleración que amplió la demanda de mano de obra, incrementó el salario real y permitió que la clase media asalariada tuvo una expansión notable.

En el contexto de las políticas que llevaba adelante el gobierno peronista, uno de los objetivos que se promovía era una fuerte articulación con el sector sindical, hecho que resultó particularmente favorable para el turismo social pues los sindicatos jugaron un rol trascendente en la organización y prestación de ese servicio para sus afiliados, lo que fue favorecido por su gran capacidad económica. Construyeron o compraron hoteles para el alojamiento de sus beneficiarios en la mayoría de los centros turísticos del país, aunque el destino preferido para las primeras experiencias fue Mar del Plata, donde ya existía una amplia disponibilidad de equipamiento.

Evita comenzó con los contingentes infantiles como experiencia inicial, para programar en el verano de 1952, las primeras vacaciones de los trabajadores y su grupo familiar. El complejo Chapadmalal, distante a sólo 40 kilómetros de la ciudad de Mar del Plata, fue el lugar de veraneo preferido por los obreros de la Capital y del interior del país que verían por primera vez el mar y gozarán de un período de descanso y esparcimiento. En la provincia de Buenos Aires, a partir de la sanción de la Ley de Turismo de 1948 se eligieron las ciudades de Mar del Plata, Necochea,

Tandil y Carhué como los sitios más destacados del territorio provincial para centros de vacaciones y en ellos contrataron cincuenta hoteles.

En cuanto a atractivos turísticos, en la década de 1950, el vecino Arturo Cárrega, junto con el artista plástico Quinquela Martín, crearon la calle Caminito que, con los años, se fueron sumando las donaciones de distintos artistas. En 1959, Caminito se convirtió en un museo a cielo abierto y sin puertas. En tanto, el 20 de junio de 1957 se inaugura el Monumento a la Bandera en la ciudad de Rosario. El 7 de diciembre de 1950, se crea Aerolíneas Argentinas como empresa del Estado.

En 1953 se da creación a la Dirección Nacional de Turismo, con las funciones de: promover, organizar y coordinar en el Territorio de la Nación las actividades y servicios concernientes al Turismo Social, Estudiantil, Medio, Alto e Internacional. Cuatro años más tarde, el Automóvil Club Argentino (ACA) cubre con servicios de asistencia al turista en todo el territorio nacional. En 1958 se realizan los 2 primeros cruceros turísticos a la Antártida Argentina, partiendo desde Ushuaia.

En materia legislativa, se sanciona la ley 14.574, llamada por muchos Ley Nacional de Turismo por ser la primera que lo consideró en forma integral.

El sector privado se organiza: Nace la AAAVyT

El 27 de abril de 1951 se constituye formalmente la Asociación Argentina de Agencias de Viajes, Turismo y Afines (AAAVyT). Y el 6 de julio de 1966 nace la Cámara Argentina de Turismo (CAT). Es objetivo fundamental de la Cámara, la promoción, jerarquización y desarrollo del Turismo, para lo cual agrupará a los diferentes sectores de la actividad turística, respetando sus estructuras. Las primeras agencias de viajes comenzaron a instalarse a partir de 1924, con las excursiones religiosas organizadas por la Obra del Cardenal Ferrari, en cierto modo predecesora de la agencia EVES. Hasta el año 1930 se fueron creando algunas otras agencias. Los agentes de viajes y turismo de Argentina marcaron un derrotero apropiado para las relaciones con los transportadores, los aéreos en particular.

Cuarta etapa (1968 - 1987)

Entre 1968 y 1987 se consolidan los centros de esquí que conforman la oferta de los deportes de invierno. Las actividades subacuáticas en la Patagonia también encuentran en estos años su auge y desarrollo. La gestión del turismo empieza a

decantar sus variables para empezar a trabajar sistemáticamente con objetivos claros.

La cuarta etapa comprendida entre 1968 y 1987 se destacó por el choque de ideologías y por comprender unos de los períodos más tristes de la historia argentina: la dictadura militar, que en 1966 repite la rutina tristemente conocida de derrocar Presidentes elegidos por el voto popular, o el denominado Proceso de Reorganización Nacional, que marcó el período más violento de la historia contemporánea. El 24 de marzo de 1976, con el objetivo de “salvar a la Nación”, los militares golpistas comenzaron esta vez, lo que ellos mismos denominaron “Proceso de Reorganización Nacional”.

Los argumentos del golpe eran, básicamente, el vacío de poder, las contradicciones del Gobierno, la falta de una estrategia global contra la subversión, el incremento de todos los extremismos, la corrupción, la irresponsabilidad en el manejo de la economía, la especulación y los vicios que afectan al país y que la fuerzas armadas erradicara mediante el ejercicio severo de la autoridad.

Se introduce un cambio en la visión estratégica, integrando las potencialidades de todas las regiones y a todas las provincias en un sistema jerarquizado y equilibrado de corredores turísticos.

Sobre la innovación turística, en el sur surgen y se consolidan dentro del llamado turismo activo, los deportes subacuáticos como actividades turístico-recreativas, geopolíticas y de avanzada. La inauguración de cuatro centros de esquí en la montaña andina, con la refundación (1889-1999) del Cerro Catedral (Bariloche) cuantificó esta opción turística de invierno. Todo, acompañado por una mayor profesionalidad en la conducción del turismo del Estado que permitió crecer en investigaciones y promoción de los mercados dentro de los modernos conceptos del marketing, como herramienta asociada a la actividad, que comienza a integrar los “productos” en el concepto de: comarcas, corredores y regiones turísticas.

Nace el turismo activo en la Costa patagónica argentina

La ciudad de Puerto Madryn, provincia de Chubut, fue el escenario donde tuvo lugar el desarrollo de lo que hoy se conoce como “Turismo Activo”, es decir, hacer de las prácticas de actividades deportivas como buceo, pesca deportiva y motonáutica servicios para que el visitante encuentre en estos lugares son algo más que un entorno natural. Con la extensión del parque automotor en la década de los años sesenta se empiezan a extender los viajes pioneros al sur de Bariloche. Se

populariza “El Bolsón” y se integran los destinos de la Patagonia: atlántica, centro y sur. La sinergia de voluntades hizo que en 1974 se inaugurara el segundo centro de deportes de invierno de Argentina: La Hoya, en Esquel, provincia de Chubut.

El transporte aerocomercial inicia los vuelos transpolares a Oceanía, a través de Aerolíneas Argentinas. En 1976, el Gobierno a pocos meses de asumir y, bajo propuesta de los representantes del sector en las provincias y por los privados, designa en la conducción del área de turismo a un profesional de la actividad: Antonio Torrejón.

Acontecimientos relevantes para el turismo

Se declara, completando la protección eco turística de la Península Valdés, Monumento Natural a la “Ballena Franca Austral”, dentro de las aguas jurisdiccionales argentinas. La UNESCO declara Patrimonio de la Humanidad al Parque Nacional Iguazú y Cataratas del Iguazú, también a las Misiones Jesuíticas de los Guaraníes en Misiones.

Quinta etapa (1948 - 1967)

El turismo se entiende como una política de estado

La globalización es un concepto que pretende describir la realidad inmediata como una sociedad planetaria, más allá de fronteras, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas, condiciones socio-económicas o culturales y barreras arancelarias.

La transformación económica de los noventa en Argentina

Bajo la administración de Carlos Menem, Argentina implementó una serie de profundas reformas económicas que tuvieron como ejes la estabilización de precios, la privatización o concesión de activos públicos, la apertura comercial para amplios sectores de la economía local, la liberalización de buena parte de la producción de bienes y la provisión de servicios.

En 1991, mediante la sanción de una ley, se estableció un esquema de convertibilidad con tipo de cambio fijo entre la moneda local y el dólar estadounidense (a razón de 1 peso por dólar).

Se sancionó una ley que declaró sujetas a privatización o concesión a un amplio conjunto de empresas y actividades del sector público. Y en el año 1990 fueron

traspasadas al sector privado las empresas de telefonía (ENTel) y de aeronavegación (Aerolíneas Argentinas).

Diciembre de 2001 será recordado por la suma de episodios que provocaron el derrumbe institucional y económico que acabó con el gobierno de De la Rúa. Varios presidentes en pocos

días, suspensión del pago de la deuda externa y fin de la convertibilidad fue la cronología angustiante. Finalmente, en enero de 2002 el ex Gobernador de la Provincia de Buenos Aires y ex candidato presidencial, Eduardo Duhalde, se presentó ante la Asamblea Legislativa para jurar como Primer

Mandatario. Este presidente interino generaría las condiciones para que en mayo de 2003 ganara

las elecciones presidenciales de Néstor Kirchner. Empezaba una nueva etapa.

Hubo un crecimiento del transporte aéreo de pasajeros. De 11 millones a 22 millones es la cifra, producto de una mayor y mejor oferta de compañías aéreas, más frecuencias y mayor cantidad de asientos. En cuanto a la oferta hotelera y parahotelera, se duplicó y se instalaron las Cadenas Hoteleras más importantes del mundo.

Los congresos y convenciones crecieron un 110 % y sus participantes el 196 %. Se contribuyó a la consolidación del Consejo Federal de Turismo. En Turismo Social se re-acondicionaron los complejos de Chapadmalal y Embalse, donde se beneficiaron cientos de miles de jubilados y escolares.

La UNESCO denominó nuevas áreas naturales y culturales como la «Península Valdés» y la «Cueva de las Manos».

HISTORIA DEL TURISMO EN ARGENTINA

En Argentina, podemos referirnos a los aportes de **Noemi Wallingre** (2007) quien nos presenta y realiza una clasificación concreta de la historia del Turismo en Argentina:

Noemí Wallingre realiza un repaso de la actividad turística en Argentina, teniendo como base la clasificación por etapas planteada por el autor Sergio Molina:

- La *primera etapa* en Argentina se extiende hasta el año 1810 y es denominada *Preturismo*. En esta fase, la actividad turística es practicada bajo formas comercialmente organizadas, aún sin la presencia de un turismo consolidado e industrializado.

- La *segunda etapa*, enmarcada en el período 1810-2000, se caracteriza por la *estructuración de la actividad* turística en Argentina a partir del avance de los modelos industriales y tecnológicos, tanto en materia de transporte como de alojamientos y el uso recreativo del tiempo libre. Corresponde al nacimiento del turismo como actividad en nuestro país, con los primeros balnearios en la costa atlántica. Este amplio período se encuentra constituido por *tres sub-etapas*:

- La primera (1810-1945), caracterizada por las incipientes formas de comercialización de servicios turísticos, los primeros accesos en materia de transporte vial, acuático y aéreo (como fue la puesta en marcha del primer ferrocarril argentino en 1857), a partir de la necesidad de acceso de los ganaderos de Buenos Aires para llevar a cabo su actividad comercial con los frigoríficos y el puerto de la ciudad. Al mismo tiempo, los primeros viajes eran realizados por las clases privilegiadas de la aristocracia, en general formada en el exterior, pertenecientes a la “Belle Époque” argentina hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Comienzan los primeros servicios de hotelería de lujo y el nacimiento de las agencias de viajes y acciones institucionales a favor de la protección y conservación del patrimonio cultural y natural, dando lugar a los primeros Parques Nacionales, como el Nahuel Huapi en 1934.

- La segunda, que la autora identifica desde 1946 hasta 1980 y llega tras un período de transición con altibajos económicos regulares entre las décadas de 1920 y 1930 que afecta las exportaciones argentinas; el nacimiento de una nueva clase media; el surgimiento de los sindicatos que luchaban por mejoras laborales; la fabricación del automóvil, el transporte marítimo y aerocomercial; los primeros antecedentes de turismo familiar burgués. Es entonces que en esta etapa de gobierno peronista se llevan a cabo grandes cambios, como la nacionalización de ferrocarriles, los proyectos turísticos de Chapadmalal y Embalse Río Tercero, y la consolidación de ciertos beneficios a los trabajadores que se posicionan como una nueva demanda turística gracias a la obtención, entre otras cosas, de vacaciones pagas y aguinaldo. Esto mejora su situación económica y social, fomentando de esta forma un *turismo social*.

- La tercera comprende los años entre 1980 y 2000. Es una etapa de innovación en la cual salen al mercado turísticos nuevos productos que conviven con las formas tradicionales de hacer turismo y apuntan a incentivar a una corriente de turismo internacional, con acontecimientos programados como el mundial de fútbol, la gastronomía, el turismo minero y los trenes turísticos. El turismo alternativo,

que incorpora la variable ambiental en propuestas como el turismo aventura y el ecoturismo, comienza a tener mayor participación

- *La tercera y última de las grandes fases es denominada Posturismo y corresponde a la etapa actual del siglo XXI. En ella se identifican tanto la apertura al turismo rural como las acciones que se vienen realizando desde los organismos oficiales para potenciar el desarrollo de la actividad a nivel nacional, provincial y local. Surgen nuevos conceptos técnicos y estratégicos, junto con nuevos tipos de turismo que abandonan el tradicional modelo de masas y se concentra en turistas más exigentes, experimentados y adaptados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.*

UNIDAD 2: Introducción al Turismo

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

Esta definición considera diversas características que posee el turismo, estas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

Una definición de turismo más moderna es la siguiente: “El turismo es una actividad compleja que cubre los desplazamientos desde el lugar de residencia habitual hacia un destino seleccionado, respondiendo a diversas motivaciones y excluyendo las cuestiones migratorias o de trabajo diario. De esta manera, el turismo se convierte en un fenómeno global, basado en una actividad económica de gran importancia y altamente competitiva, generadora de empleo e ingresos que contribuye a la economía local, regional o nacional (Mc. Intosh 2001)”.

Para Oscar de la Torre (1980), el turismo es *“un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”*. Podemos comprender entonces a partir de este concepto, el gran dinamismo que el Turismo presenta. Como así también siguiendo los aportes brindados por Cabrera Rollan (2014) manifiesta que el turismo es *“una oportunidad para el turista de sentirse parte de la comunidad, viviendo en un ambiente de tolerancia que le permita la construcción de su propia identidad”*.

La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades vinculadas al crecimiento de sociedades.

Lo que muchos autores mencionan OMT, Organización Mundial del Turismo, en la actualidad se menciona como ONU TURISMO. Sus siglas en inglés como UNWTO.

El turismo es una actividad que se presenta en todo momento y en todos los lugares del mundo, se deben dar “elementos” que son partícipes de la actividad. Podemos decir que estos “elementos” será un lugar con un recuerdo o atractivo turístico y personas. Pero es un sistema que forma parte y le da vida al turismo.

Es por eso que los términos de atractivo turístico es importante conocer, que se denomina al conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de un visitante. Ese atractivo es un bien tangible o intangible que provoca una motivación.

Según la UNWTO, Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas, un atractivo es aquel elemento que por sí mismo y en combinación con otros elementos, despierta el interés de visita de un grupo de personas a una determinada zona o región.

A las personas que son partícipes de la actividad turística se la denomina turistas o excursionistas ; la gran diferencia entre ambos es el tiempo que se “quedan en el lugar”.

Cuando un visitante pasa por lo menos una noche, es decir que se queda una noche en el lugar, se considera turistas; si no pernocta, se denomina excursionista.

Los viajes que realicen los turistas o excursionistas se pueden clasificar de diversas formas y tipos; depende del origen y destino de los turistas, del motivo del viaje o la temática.

La UNWTO define su glosario tres tipos básicos:

- **Turismo Interno:** se trata de las actividades que realiza una persona dentro de su país de residencia como parte de un viaje turístico. Ej. : un sanjuanino viaja a Córdoba.
- **Turismo Receptor:** lo lleva a cabo un turista no residente en el destino como parte de un viaje turístico.
- **Turismo Emisor:** son las actividades turísticas realizadas fuera del país de residencia.

Estos tipos de turismo pueden combinarse y generar a su vez la siguiente clasificación:

Según del origen y destino de los turistas:

- Turismo nacional: son los habitantes de un país (residentes) que viajan dentro del mismo país.
- Turismo interno o interior: engloba las actividades que tanto extranjeros como nacionales realizan dentro de las fronteras de un país.
- Turismo internacional que puede ser:

I. **Turismo emisor:** son los habitantes de nuestro país que se desplazan hacia otro país.

II. **Turista receptivo:** son los habitantes de otros países que viajan hacia y dentro de nuestro país.

La actividad turística se refleja en la motivación del viaje, para eso hay que comprender que la motivación (del latín movere) se puede definir como la acción de motivar o explicar el motivo de un hecho, también como la razón o causa que mueve algo.

La motivación varía entre turista y turista, excursionista y excursionista o contingente a contingente y esto se debe a la orientación o el interés del viaje. Es por eso, que hay diversas maneras de realizar y disfrutar la actividad turística.

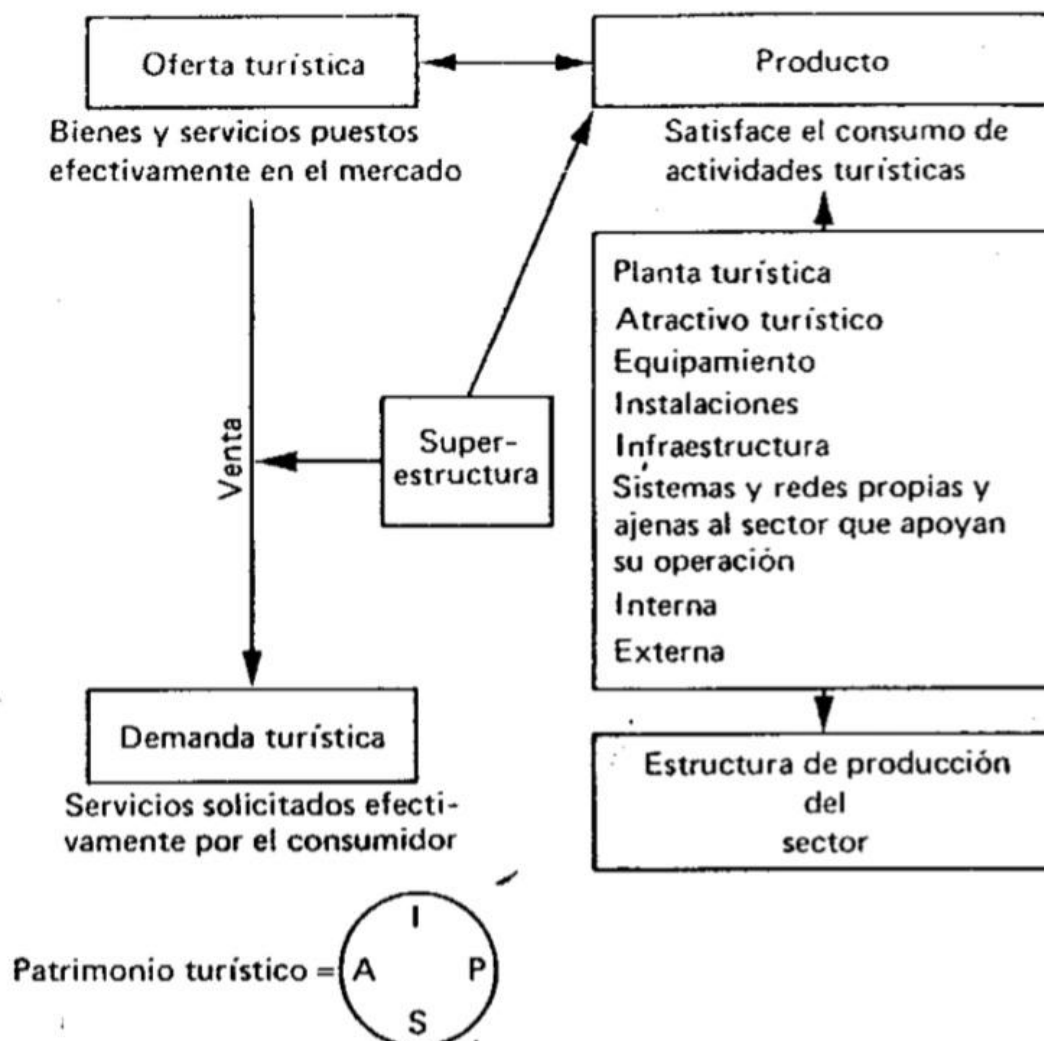
Los tipos de turismo, se pueden denominar tipologías de turismo; comprende la actividad turística con una orientación marcada en las actividades y experiencias.



UNIDAD 3: Sistema Turístico y Tipologías de Turismo

Según Roberto Boullon (1997), se entiende por sistema turístico a *todo el conjunto de relaciones que surgen a raíz de los viajes de los turistas con el entorno que visitan*. Este sistema está formado por distintos componentes que serán explicados brevemente a continuación.

Figura 2.1.
Funcionamiento del sistema turístico



1. ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO

Es importante entender que un sistema, un grupo de elementos actúan en forma autónoma, se enlazan e interrelacionan de manera lógica y ordenada, en conjunto, con un objetivo en común para obtener resultados satisfactorios. El turismo es la consecuencia de un fenómeno social, cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. Según Roberto Boullon, analizamos el sistema turístico como partes o elementos actúan en forma autónoma, se enlazan o interrelacionan de manera lógica y ordenada para cumplir el objetivo en común de hacer funcionar la actividad turística.

1.1 Demanda turística: establece que *“La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades”*.

1.2 Oferta turística: *“El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado”*.

1.3 Proceso de venta: Implica el encuentro entre la demanda y la oferta, es el proceso entre el producto se crea, entra al mercado y la demanda lo adquiere.

1.4 Planta Turística y atractivos turísticos: Los servicios que se ofrecen a los turistas son elaborados por un subsistema que se denomina “planta turística”, la cual se encuentra integrada por dos grandes elementos: **“equipamiento e instalaciones”** y por los **“atractivos”**.

- **Equipamiento e instalaciones**

Cuando se habla de equipamiento, se toman en cuenta todos los establecimientos administrativos tanto públicos como privados, que se dedican a prestar los servicios básicos. A continuación se detallan los mismos:

Cuadro 2.1. Clasificación de los elementos del equipamiento turístico

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
1. Alojamiento	1.1 Hoteles 1.2 Moteles 1.3 Hosterías y posadas 1.4 Pensiones 1.5 Aparthoteles 1.6 Condominios (unidades o conjuntos) 1.7 Casas (unidades o barrios) 1.8 Cabañas 1.9 Albergues 1.10 <i>Trailer parks</i> 1.11 <i>Campings</i> 1.12 Camas en casas de familias
2. Alimentación	2.1 Restaurantes 2.2 Cafeterías 2.3 Quioscos 2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)
3. Esparcimiento	3.1 <i>Night clubs</i> 3.2 Discotecas 3.3 Bares 3.4 Casinos 3.5 Cines y teatros 3.6 Otros espectáculos públicos (toros, riñas de gallo, rodeos, etc.) 3.7 Clubes deportivos 3.8 Parques temáticos
4. Otros servicios	4.1 Agencias de viajes 4.2 Información 4.3 Guías 4.4 Comercio 4.5 Cambios de moneda 4.6 Centros de convenciones 4.7 Transportes turísticos 4.8 Primeros auxilios 4.9 Guarderías 4.10 Estacionamientos

Las instalaciones se consideran construcciones especiales que ayudan al equipamiento a funcionar y así poder realizar la actividad turística.

La principal diferencia entre estas dos grandes categorías, se da porque los equipamientos son un elemento fundamental para que se puedan realizar las actividades turísticas, mientras que las instalaciones permiten que el turista satisfaga las necesidades del consumo de actividades turísticas.

Cuadro 2.2. Clasificación de las instalaciones	
<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
1. De agua y playa	1.1 Marinas 1.2 Espigones 1.3 Muelles 1.4 Palapas, quinchos o ramadas 1.5 Carpas o tiendas 1.6 Sombrillas 1.7 Reposeras 1.8 Observación submarina
2. De montaña	1.1 Miradores 1.2 Circuitos de senderos 1.3 Refugios 1.4 Funiculares 1.5 Teleféricos 1.6 Sky lift 1.7 Poma lift
3. Generales	1.1 Piscinas 1.2 Vestuarios 1.3 Juegos infantiles 1.4 Golf 1.5 Tenis 1.6 Otros deportes 1.7 Pasarelas, puentes

• **Atractivos**

La planta turística toma como materia prima (para poder funcionar) a los atractivos turísticos.¹ A continuación se realizará un cuadro de las categorías y los tipos de atractivos que se encuentran dentro de la planta turística:

¹ Nota: Más adelante podremos observar una clasificación de atractivos turísticos generalizada.

Cuadro 2.3. Clasificación de los atractivos turísticos

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
1. Sitios Naturales	1.1 Montañas ✓ 1.2 Planicies 1.3 Costas ✓ 1.4 Lagos, lagunas y esteros L 1.5 Ríos y arroyos 1.6 Caídas de agua 1.7 Grutas y cavernas 1.8 Lugares de observación de flora y fauna 1.9 Lugares de caza y pesca 1.10 Caminos pintorescos 1.11 Termas 1.12 Parques nacionales y reservas de flora y fauna
2. Museos y manifestaciones culturales históricas	2.1 Museos 2.2 Obras de arte y técnica 2.3 Lugares históricos 2.4 Ruinas y sitios arqueológicos
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares 3.2 Ferias y mercados 3.3 Música y danzas 3.4 Artesanías y artes populares 3.5 Comidas y bebidas típicas 3.6 Grupos étnicos 3.7 Arquitectura popular y espontánea
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	4.1 Explotaciones mineras 4.2 Explotaciones agropecuarias 4.3 Explotaciones industriales 4.4 Obras de arte y técnica 4.5 Centros científicos y técnicos

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
5. Acontecimientos programados	5.1 Artísticos 5.2 Deportivos 5.3 Ferias y exposiciones 5.4 Concursos 5.5 Fiestas religiosas y profanas 5.6 Carnavales 5.7 Otros

Cuadro 2.4. Clasificación de la infraestructura

<i>Categoría</i>	<i>Tipos</i>	<i>Subtipo</i>
1. Transporte	1.1 Terrestre	1.1.1 Red de carreteras
		1.1.1.2 Servicios para el automotor (talleres mecánicos, gasolineras)
		1.1.1.3 Servicios para el turista (sanitarios, } P.T.

48

Cuadro 2.4. (Continuación)

<i>Categoría</i>	<i>Tipos</i>	<i>Subtipo</i>
1. Transporte	1.1 Terrestre	cafeterías, restaurantes) } P.T.
		1.1.1.4 Señalización
		1.1.1.5 Servicios de transporte
		1.1.1.6 Terminales autobuses
		1.1.2 Red ferroviaria
		1.1.2.2 Terminales ferroviarias
	1.2 Aéreo	1.1.3 Red de calles
		1.2.1 Servicios aéreos
	1.3 Acuático	1.2.2 Terminales
		1.3.1 Marítimo
		1.3.1.1 Servicio de transporte
		1.3.1.2 Terminales
		1.3.2 Fluvial y lacustre
		1.3.2.1 Servicios de transporte
		1.3.2.2 Terminales
2. Comunicaciones	2.1 Postales	
	2.2 Telegráficas	
	2.3 Télex	
	2.4 Telefónicas	
3. Sanidad	3.1 Red de agua	
	3.2 Red de desagües	3.2.1 Aguas negras
		3.2.2 Pluvial
	3.3 Recolección de basura	
	3.4 Salud	3.4.1 Primeros auxilios
		3.4.2 Hospitalización
4. Energía	4.1 Red eléctrica	4.1.1 Alumbrado público
		4.1.2 Servicios domiciliarios
	4.2 Combustible	4.2.1 Gasolina
		4.2.2 Gas

49

1.5 Superestructura turística: Para que la actividad turística funcione adecuadamente, resulta necesaria la cooperación y coordinación entre el sector privado, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. Así surgen organizaciones que tienen como objetivos la creación de redes y recursos para obtener beneficios comunes en el desarrollo del turismo. Entre las actividades que realizan están las de generar información de la realidad turística de muchos países, como asistencia técnica y varias de ellas le dan importancia a la protección y conservación del medio ambiente. Existe una gran variedad de organizaciones que trabajan para el desarrollo del turismo, a continuación citaremos algunas.

Dentro de las organizaciones internacionales relacionadas con el turismo se pueden nombrar a las siguientes:

- **Organización Mundial del Turismo (OMT):** Es la principal organización internacional en el ámbito turístico creada en 1970, pertenece a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.
- **Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA):** Tiene como objetivo representar, promover la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio económico de los miembros que la integran.
- **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO):** Es un organismo especializado de las Naciones Unidas tiene como objetivo contribuir a la paz, seguridad, educación, ciencia y cultura a nivel mundial. Creó el concepto de patrimonio mundial, es decir que se encarga de elegir lugares en el mundo para protegerlos por su valor universal excepcional.
- **Convention & Visitors Bureaus de Latinoamérica y El Caribe:** Es una organización que nuclea a los bureaus de la región y que se dedican al marketing de destinos, buscando el aumento de la demanda y el crecimiento sostenible del turismo de reuniones.

A nivel nacional se encuentran las siguientes instituciones que trabajan para el turismo:

- **Secretaría de Turismo (SECTUR):** Es el organismo nacional que aplica las políticas turísticas del gobierno. Su finalidad es promover el desarrollo y promoción del turismo interno y del receptivo internacional en la Argentina. Dependiente del Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación. Actualmente reducida a Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes, liderada por Daniel Scioli.

- **Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR):** Es un ente público-privado creado en el marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997, con la finalidad de constituirse en el organismo responsable de la promoción turística internacional de la Argentina y posicionar al país como destino turístico internacional en los mercados emisores.

Entre sus funciones están:

- Proporcionar información y recursos para viajeros y profesionales del turismo
- Apoyar a la industria turística
- Implementar la Marca País, que promueve el turismo, las exportaciones, las inversiones, los servicios, y las industrias creativas.

El INPROTUR se financia con recursos intangibles del Fondo Nacional de Turismo. Actualmente es liderado por la Lic. Yanina Martinez.

- **Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT):** Fue creada en agosto del 2014 reemplazando a la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVYT). Tiene como objetivos estudiar las problemáticas del sector turístico para brindar posibles soluciones. Además de representar y defender los intereses de los asociados, capacitar y controlar a las empresas de viajes y turismo, regular la actividad en el ámbito privado, para lo cual realizan congresos, convenios entre prestadores y otras actividades que tienden a la regulación de las actividades turísticas que se llevan a cabo en una empresa turística de viajes.

- **Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA):** Es una institución que nuclea al sector hotelero y gastronómico del país. Entre sus objetivos están:
 - Representar y defender los intereses del sector a nivel nacional e internacional.
 - Cooperar con las entidades afiliadas fomentando su nucleamiento y desarrollo.

- Estudiar y discutir los convenios laborales, e intervenir para lograr la unificación de las normas y mejorar las condiciones de trabajo.
- Capacitar y cooperar en la creación de escuelas especializadas.
- Promover el desarrollo del turismo interno y externo, colaborando con las autoridades nacionales, provinciales y municipales.
- Brindar información sobre la actividad Hotelera Gastronómica, constituyéndose como el único vocero del Sector. Asesorar a las Filiales en diferentes temas como: institucionales, impositivos, jurídicos, técnicos y comerciales.

- **Consejo Federal de Turismo (CFT):** El Consejo Federal de Turismo se crea bajo la ley nacional de Turismo N° 25997, como un órgano consultivo. Algunas de las facultades que tiene este Consejo son:

- Participar en la elaboración de políticas y planes para el desarrollo del turismo en la Argentina.
- Asesorar en temas referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas a nivel nacional.
- Proponer la creación de zonas, corredores y circuitos turísticos entre las provincias y la ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde se pueda trabajar en políticas comunes de integración y promoción turística.

- **Cámara Argentina de Turismo (CAT):** Su finalidad es representar, promover y defender el desarrollo de la industria de servicios turísticos de la Argentina, en el país y en el extranjero.

- **Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA):** La AOCA fue creada en 1983 y es la asociación que nuclea a los profesionales que trabajan en la organización de congresos, ferias, exposiciones y reuniones sociales y empresariales.

- **Foro de Profesionales en Turismo (FOPROTUR):** Es una asociación civil sin fines de lucro, de carácter nacional, que busca la excelencia profesional, posicionar y jerarquizar a los profesionales en turismo (licenciados, técnicos y guías), adhiriendo a los principios de un turismo sustentable y plural.

- **Colegios de Turismo:** En la actualidad, en nuestro país existen aproximadamente 18 asociaciones y ocho colegios de profesionales en turismo a los cuales se ha incorporado recientemente el Colegio de Profesionales de la Provincia de Buenos Aires. Los Colegios, designados por leyes provinciales, regulan mediante su matrícula el ejercicio de la profesión de Licenciados, Técnicos y Guías en turismo.

A nivel provincial

Se encuentran las siguientes instituciones/organismos que trabajan para el turismo:

- **Ministerio de Turismo, Deporte y Cultura:** Es el máximo organismo público de turismo de San Juan, que se encarga de controlar, coordinar, planificar y promocionar el turismo en la provincia. Según la importancia que el gobierno de turno le va a dar a la actividad turística es el nombre que va a recibir, es decir que puede ser Dirección, Secretaría o Ministerio. Es por eso que a través de los años el área de turismo de la provincia ha recibido diferentes nombres y ha estado relacionado con otras disciplinas como el deporte, el medio ambiente y la cultura. Actualmente posee la jerarquía de Ministerio y es liderado por el abogado Guido Romero.
- **Cámara de Turismo de San Juan:** Es una entidad que agrupa a los agentes de viajes, dueños de ómnibus, miembros de la Asociación de Turismo, prensa especialista en Turismo y baqueanos. Tiene como finalidad trabajar para el desarrollo del turismo en la provincia.
- **Asociación Sanjuanina de Agencias de Viajes y Turismo (ASAVYT):** Es la filial San Juan de la FAEVYT y la integran las agencias de viajes de la provincia. Su función es representar y defender los intereses de estas empresas y colaborar con la promoción turística provincial.
- **Cámara Hotelero Gastronómica, Confiterías, Bares y Afines de San Juan:** Nuclea a las empresas de los sectores hoteleros, gastronómicos y afines, con el objetivo de brindarles representatividad, a través del asesoramiento contable, impositivo, laboral y de líneas de créditos; capacitación; participación en ferias y

congresos e información de los asociados, entre otros servicios. Además está asociada a la FEHGRA.

- **Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina (UTHGRA):** Es un gremio que agrupa a todos los trabajadores de las ramas hoteleras y gastronómicas. En la provincia posee su seccional, la cual brinda diversos cursos y capacitaciones constantemente apuntadas tanto a empleados del sector hotelero y gastronómico como para público en general.

- **San Juan Bureau de Eventos y Convenciones:** Está conformada por el sector público y privado vinculado a la actividad turística. Tiene como finalidad posicionar a la provincia de San Juan como destino sede de eventos nacionales e internacionales, estableciendo políticas y normas que favorezcan al desarrollo e integración con el sector turístico.

- **Colegio de Profesionales en Turismo de San Juan:** fue creado a través de la Ley Provincial N° 8080/09. Algunos de los objetivos que tiene el Colegio son:

- Matricular a los Profesionales en Turismo (Guías, Técnicos y Licenciados).
- Ejercer el poder disciplinario sobre los matriculados aplicando sanciones que correspondan por las violaciones de las normas de ética profesional.

- Poner a disposición de las autoridades públicas y empresas privadas o particulares la nómina de personas en condiciones de ejercer la profesión y promover la inserción de las mismas a través de convenios.²

1.6 Patrimonio Turístico

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

- Atractivos turísticos
- Planta turística
- Infraestructura
- Superestructura turística

Teniendo en cuenta los elementos mencionados arriba, se puede definir al patrimonio turístico como la relación entre la materia prima (atractivos turístico), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato

² Nota: La enumeración de los elementos de sistema turísticos no es sinónimo de jerarquía es a modo de enunciado para facilitar su estudio y comprensión

productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).

Tipología de Turismo

Los tipos de turismo varían entre las motivaciones de la demanda. Es por eso que cada día, la oferta turística crece y se orienta a un sector de la demanda turística. Es decir, depende de los gustos y preferencias de la demanda, se realizará la oferta turística para crear atractivos turísticos.

- Turismo de sol y playa

Es un tipo de turismo de masas, es decir, que lleva gran cantidad de turistas. Consiste en viajar a un destino de costa, el mismo debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad.

- Ecoturismo o Turismo de naturaleza

El objetivo principal de motivación es estar en contacto con la naturaleza, generalmente son intereses de cuidar el medio ambiente debido a su preocupación por el calentamiento global, desarrollo social y enriquecimiento cultural.

- Turismo de salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar, su origen es la búsqueda de tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida. Algunas de las razones para este tipo de viajes es por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia.

- Turismo de reuniones

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines comerciales. Son las empresas las que envían a su personal a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; ellos van con viáticos (gastos pagados).

Las condiciones de este tipo de turismo, es la necesidad de servicios para realizar exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.

- Turismo cultural

El objetivo principal de este tipo de turismo es conocer y estar en contacto con la cultura del lugar de destino. Desde el idioma, costumbres, creencias, comidas y música entran en las motivaciones de este tipo de turismo.

- Turismo religioso

El turismo religioso está relacionado a conocer lugares importantes para la fé o para estar en conexión con la religión.

- *Turismo gastronómico*

El objetivo principal de este tipo de turismo es poder degustar un plato típico, un festival de comida o tener una experiencia gastronómica en el lugar del destino.

- ***Enoturismo o turismo ecológico:***

Es un tipo de turismo dentro del turismo gastronómico orientado a la producción vitivinícola. A su vez, se puede relacionar con turismo aventura y turismo cultural. El objetivo principal es poder participar de la experiencia del origen del vino y su degustación en una bodega.

- ***Turismo accesible:***

También conocido como turismo para todos no se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad.

- ***Turismo LGBTQ+:***

Este tipo de turismo ha mostrado un incremento en sus viajes los últimos años. Aunque hay países que no lo consideran como una motivación de viajar, en el año 2019 la UNWTO (Organización Mundial del Turismo) y IGLTA (Asociación Internacional de Viajes LGBTQ+) publicaron el Segundo Reporte Global sobre Turismo LGBTQ+ (el primero realizado en el 2012), utilizando la terminología de “viajar”, “disfrutar” y “RESPETAR”. Alude al desarrollo y marketing de productos y servicios turísticos para y por grupos del colectivo. No solamente de la parte de paquete turístico, promociones o experiencias sino para que los que receptores de este turismo trabajen y garanticen el buen trato a todos los turistas.

- ***Turismo deportivo:***

Se refiere a los viajes que implican asistir, observar, participar o disfrutar un evento deportivo. Según la UNWTO, el turismo deportivo comprende actividades que atraen a personas a un destino como participantes, espectadores o visitantes en un evento, acontecimiento o atracción deportiva.

- ***Necroturismo***

Es una forma de viajar que consiste en visitar cementerios, mausoleos y otros lugares relacionados directa o indirectamente con los ritos funerarios.

Y así, se encuentran miles de formas de hacer turismo. A medida que las sociedades crecen y evolucionan surgen naturalmente otros tipos de turismo. Es por ello que siempre hacemos hincapié en entender que el turismo es una disciplina sumamente interdisciplinaria y dinámica. Lo que la convierte en una actividad aún más interesante!

Cuestionario:

1. ***¿Cuál es tu favorita? ¿Por qué?***
2. ***¿Cuál fue tu viaje más reciente y cual tipo de turismo está relacionado?***

UNIDAD 4: Motivaciones y experiencias

Lucas y Britt, en Advertising and Research, manifiestan que: "...Motivo es una experiencia consciente o un estado inconsciente que sirve para crear el comportamiento general y la actuación social del individuo en una situación determinada y desde el punto de vista dinámico, explican la expresión "motivo" como la construcción inconsciente que se emplea para distinguir y conocer las fuerzas determinantes de la conducta humana, con fuerza equivalente al instinto, al deseo y a la necesidad, que impulsa al hombre a actuar.

La revisión efectuada que exterioriza la riqueza de matices, en cuanto a definir el término se refiere, los lleva a adoptar como principio conceptual de la Motivación turística a la razón que asiste al turista para efectuar el viaje.

La **naturaleza** de la motivación varía entre turista y turista; y eso se debe a los factores. Estos pueden ser económicos, geográficos, políticos, religiosos, deportivos, socioculturales, de salud, artísticos, entre otros.

Con las formas o modalidades de turismo, es más sutil la diferenciación de la motivación misma que asiste al turista, en singular o plural, con las formas o modalidades del turismo.

Esto es consecuencia de que esas modalidades de turismo son un producto o consecuencia de las motivaciones turísticas, pero no son obviamente, las motivaciones mismas, lo cual establece precisamente su diferenciación.

Es así como se conocen diversas modalidades, o como lo precisa Fuster Lareu (por citar las fundamentales), las siguientes:

- 1) Turismo de sol y de mar.
- 2) Turismo de ciudades.
- 3) Turismo de nieve.
- 4) Turismo de Congresos.
- 5) Turismo de caza, pesca y deportivo en general.
- 6) Turismo de países exóticos o lejanos.
- 7) Turismo histórico y cultura.

En general, la finalidad de la realización de un viaje puede ser: recreativa (placer, ocio y vacaciones), profesional (reuniones, misiones, negocios y motivos profesionales) y por otros motivos turísticos (estudios, salud, tránsito y otros motivos diversos). **Maslow** (1954) busca la explicación de las motivaciones de las personas en la jerarquía de necesidades, que recoge en su pirámide de necesidades desde las más a menos urgentes en orden ascendente de la pirámide: fisiológicas (hambre, descanso o sed), de seguridad (protección, seguridad o refugio), necesidades sociales (de amor o pertenencia), necesidades de estima (autoestima, estatus o reconocimiento por los demás) y necesidades de autorrealización (de realización y desarrollo personal).

Cuadro 1: Relación entre necesidades, motivación y referencia turísticas

NECESIDAD	MOTIVACIÓN	REFERENCIA TURÍSTICA
Fisiológica	Relax	• Escapada • Relax • Alivio de la tensión • Deseo de sol • Relajación mental y física
Seguridad	Seguridad	• Salud • Diversión • Mantenerse en forma
Pertenencia	Amor	• Unión familiar • Relaciones sociales • Compañerismo • Mantenimiento lazos personales • Relaciones interpersonales • Raíces y etnia • Afecto familiar
Estima	Obtención de status	• Autoconvencimiento de logros • Prestigio • Reconocimiento social • Mejora del ego • Reconocimiento profesional • Desarrollo personal • Status y prestigio
Autodesarrollo	Ser sincero con uno mismo	• Exploración y autoevaluación • Autodescubrimiento • Satisfacción interna
Saber y entender	Conocimientos	• Cultura • Educación • Pasión por viajar • Interés en otras culturas
Estética	Aprecio de la belleza	• Paisajes • Medioambiente • Manifestaciones culturales y artísticas

Fuente: Adaptado de Gutiérrez y Bordas (1993).

En la literatura además, se han definido diferentes y múltiples tipologías de motivaciones del comportamiento turístico (Mayo y Jarvis, 1981), y para explicarlas se recurre con frecuencia al marco de los factores de empuje (**push**) y de atracción (**pull**), como marco conceptual simple e intuitivo (Alegre y Garau, 2010).

Los **factores de empuje** están relacionados con aspectos internos y emocionales de los individuos que impulsan a los individuos a salir del hogar. Y constituyen las verdaderas motivaciones de los mismos; relacionadas con el entorno doméstico, como salir de la rutina, descubrir cosas nuevas, descanso y relajación, relaciones sociales y familiares y aventura, entre otras (Yoon y Uysal, 2005).

Por otro lado, los **factores de atracción** o de arrastre o pull, engloban las características y atributos de un destino específico, capaces de persuadir y atraer a los visitantes. Se trata de factores vinculados a aspectos externos y cognitivos (Yoon y Uysal, 2005), que consiguen atraer al individuo a un destino concreto una vez que éste ya ha tomado la decisión de viajar a partir de los factores push (Goossens, 2000); incluye factores tales como playas, alojamiento, atractivos naturales, culturales, históricos y religiosos.

La pirámide de Maslow y el turismo



La caracterización de la jerarquía de necesidades propuesta por Maslow es la siguiente:

(resumido de Simons, Irwin y Drinnien 1987; Boeree 2006; Feist y Feist 2006):

- **Necesidades fisiológicas:** son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.
- **Necesidades de seguridad:** cuando las necesidades fisiológicas están en su gran parte satisfechas, surge un segundo escalón de necesidades orientadas hacia la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Dentro de estas necesidades se encuentran cosas como: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal.
- **Necesidades de amor, afecto y pertenencia:** cuando las necesidades de seguridad y de bienestar fisiológico están medianamente satisfechas, la siguiente clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y están orientadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación.
- **Necesidades de estima:** cuando las tres primeras clases de necesidades están medianamente satisfechas, surgen las llamadas necesidades de estima orientadas hacia la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas se sienten

seguras de sí misma y valiosas dentro de una sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas, las personas se sienten inferiores y sin valor.

En esta clasificación, Maslow señaló dos necesidades de estima: una inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

- **Necesidades de auto-realización:** son las más elevadas y se hallan en la cima de la jerarquía; Maslow describe la auto-realización como la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, es el cumplimiento del potencial personal a través de una actividad específica.

EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define la experiencia turística como el conjunto de emociones y sensaciones que los visitantes interpretan al encontrarse con un destino turístico. Para crear una experiencia turística satisfactoria, se busca que el visitante se vincule emocionalmente con el entorno y los elementos del viaje.

Para diseñar experiencias turísticas, se puede considerar:

- Investigar las necesidades de los visitantes
- Fomentar la autenticidad y el uso sostenible de la identidad local
- Fomentar la creatividad y la innovación
- Promover la conservación y protección del patrimonio

El turismo experiencial es una respuesta a los cambios que la tecnología y la globalización han provocado en la sociedad. Los turistas buscan un nuevo acercamiento con aquello que les despierta emociones y les permite vivir nuevas experiencias.

El detonante del gran interés en la literatura sobre la experiencia turística, y más concretamente, las experiencias auténticas, puede remontarse a los primeros trabajos de autores como Boorstin, MacCannell, y Cohen. Los turistas no se satisfacen fácilmente con un evento artificial, sino que más bien buscan la autenticidad de las experiencias.

Cohen (1979) define la experiencia turística como la “relación entre la persona y su visión del mundo dependiendo de la ubicación de su centro de referencia con respecto a la sociedad a la que pertenece”.

La motivación es otro de los componentes de la experiencia, es una mezcla compleja de escapismo, socialización y auto-realización (Ryan, 1997). Esto ayuda a explicar el creciente interés en los deportes participativos y extremos (Arnould y Price, 1993), y en los nuevos tipos de turismo de aventura, cultural, deportivo y creativo (Richards y Wilson, 2006).

Tres características de las experiencias en turismo:

(1) Las experiencias surgen de los orígenes sociales y culturales de las personas. Dado que los diferentes orígenes dan lugar a interpretaciones diversas para un solo producto turístico, ¿cómo puede un único producto interesar y emocionar a todos los clientes?

(2) Las experiencias tienen múltiples facetas. Surgen de las actividades y el entorno físico, así como del significado social integrado en las actividades. Las personas tienen experiencias diferentes, incluso si están haciendo lo mismo en el mismo lugar.

(3) Las experiencias son existenciales y están encarnadas en las personas, ya que son personales y únicas. En resumen, los factores sociológicos, psicológicos y contextuales, determinan el resultado de la experiencia, existiendo así condicionantes de la experiencia turística que pueden ser clasificados como: tiempo, dinero, conocimientos, habilidades y actitudes que dependen de los individuos.

Momento de experiencia particulares:

¿Podrías contarnos alguna experiencia vivida en un viaje?

¿Cómo te gustaría viajar? Solo, con familiares, amigos, etc

¿Qué es lo primero que realizas o visualizas al momento de llegar a otro destino?

BIBLIOGRAFÍA

Murcia, Martin. D. 100 años de Historia Argentina. Editorial Proia, Buenos Aires. Año 2008.

Wallingre, Noemi. Historia del Turismo Argentino. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. Año 2007.

Cohen, E. (1979): «A phenomenology of tourist experiences», Sociology, nº 13, pp.179-201.

Chapman A. (2007). Maslow's Hierarchy of Needs. Documento en línea recuperado el 15 abril de 2011: www.businessballs.com/maslow.htm

Sitios web:

Terminología de turismo

Glosario de términos de turismo UNWTO.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Formas%20de%20turismo%3A%20Existen%20tres,receptor%20y%20el%20turismo%20emisor.>

Turismo accesible
<https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/turismo-accesible#:~:text=Es%20el%20turismo%20pensado%20para,recreaci%C3%B3n%20propias%20del%20tiempo%20libre.>

Turismo LGTBQ+

<https://www.albasud.org/noticia/es/1542/turismo-lgbtq-quest-una-tipologia-posible>