

Índice

Prólogo.....	15
--------------	----

Primera Parte INTRODUCCIÓN AL TURISMO

CAPÍTULO 1: EL ANÁLISIS CIENTÍFICO DEL TURISMO.....	21
1. Concepto y contenido del estudio del Turismo.....	21
2. La evolución de los estudios sobre turismo.....	26
2.1. Los inicios de la investigación turística.....	26
2.1.1. Primeros investigadores austriacos.....	27
2.1.2. Primeros investigadores suizos.....	28
2.1.3. Primeros investigadores italianos.....	33
2.1.4. Primeros investigadores alemanes: la escuela de Berlín.....	34
2.1.5. Otras aportaciones: Ogilvie, Norval y Auscher.....	35
2.2. La evolución de los estudios turísticos desde la posguerra.....	36
2.3. La investigación turística en la actualidad.....	38
3. Cuestiones epistemológicas.....	39
3.1. El turismo como sistema de relaciones.....	41
3.2. La turismología y su relación con otras ramas del conocimiento.....	44
3.2.1. Turismo y Economía.....	45
3.2.2. Turismo y Antropología.....	45
3.2.3. Turismo y Sociología.....	47
3.2.4. Turismo y Derecho.....	47
3.2.5. Turismo y Psicología.....	48
3.2.6. Turismo y Geografía.....	48
3.2.7. Turismo y Estadística.....	49
3.2.8. Turismo e Historia.....	49
3.2.9. Turismo y Ecología.....	50

3.3. Metodología de la investigación en turismo.....	52
3.4. La ciencia de la turismología.....	54
CAPÍTULO 2: EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN EL MUNDO..	61
Introducción	61
1. La época pre-turística	62
1.1. Los viajes en la Edad Antigua	62
1.1.1. Grecia.....	63
1.1.2. Roma.....	66
1.2. La Edad Media	70
1.2.1. La Alta Edad Media (siglos v al x).....	70
1.2.2. La Baja Edad Media (siglos x al xv).....	74
1.3. Los viajes en la Edad Moderna (1492-1789)	75
1.3.1. El Renacimiento (siglos xv y xvi).....	75
1.3.2. Siglos xvii y xviii	78
2. La Edad Contemporánea.....	82
2.1. El siglo xix y los primeros años del siglo xx (1800-1914).....	82
2.1.1. El vapor: el barco	85
2.1.2. El vapor: el ferrocarril.....	87
2.1.3. El automóvil y la invención del avión.....	92
2.1.4. Salud, deporte y diversión.....	94
2.1.5. La hotelería en el siglo xix	98
2.1.6. Agencias de viaje	99
2.1.7. Guías de viaje.....	104
2.1.8. La Restauración.....	105
2.2. El periodo de entreguerras (1918-1939).....	106
2.3. El boom turístico (1950-1973)	110
2.4. De 1973 hasta hoy	114
CAPÍTULO 3: EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN ESPAÑA.	125
1. La Comisión Nacional de Turismo (1905-1911).....	125
2. La Comisaría Regia de Turismo (1911-1928)	129
3. El Patronato Nacional de Turismo (1928-1936).....	132
4. España en guerra (1936-1939).....	134
5. La Dirección General de Turismo (1939-1951).....	135
6. El Ministerio de Información y Turismo (1951-1978)	137
6.1. Los difíciles años de la posguerra y el inicio del boom (1951-1962) 137	
6.2. Manuel Fraga al frente del MIT (1962-1969)	139
6.3. El turismo en España en los años 70 (1969-1978)	142
7. La democracia y las autonomías (1978-1999).....	143
8. El turismo en la España del siglo xxi	146

CAPÍTULO 4: LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	151
1. El origen del término	151
2. Los requisitos del desplazamiento turístico.....	152
3. Las motivaciones turísticas	156
4. Tipos de turismo	161
4.1. Según la dirección o sentido del viaje	161
4.2. Según la importancia relativa del viaje y la estancia.....	168
4.3. Otras tipologías del turismo.....	169
5. El sujeto del turismo	174
5.1. Visitantes y otros viajeros.....	174
5.2. El turista según su rol	177
5.3. El turista desde el punto de vista psicográfico	177
5.4. El turista según su renta.....	179
6. Las corrientes turísticas	180
7. La estacionalidad	185
8. Controles del movimiento turístico.....	197
8.1. Controles sanitarios	198
8.2. Controles de seguridad	203
8.2.1. Pasaportes.....	204
8.2.2. API	204
8.2.3. Visados	205
8.3. Controles aduaneros (fiscales).....	211
8.4. Controles monetarios.....	213
9. Los efectos del turismo	213
9.1. Efectos económicos	214
9.2. Efectos medioambientales	222
9.3. Efectos socioculturales	224

Segunda Parte

LOS AGENTES TURÍSTICOS Y LA GESTIÓN DE DESTINOS

CAPÍTULO 5: ALOJAMIENTOS Y RESTAURACIÓN	229
1. Concepto y clasificación de los agentes turísticos.....	229
2. El sector empresarial.....	231
3. La industria de los alojamientos	233
3.1. Clasificación de las empresas de alojamiento	233
3.1.1. El grupo hotelero.....	235
3.1.2. El grupo extra-hotelero	238
3.2. La compleja realidad de las clasificaciones hoteleras	242
3.3. La fuerza de las marcas en la hotelería.....	248

3.4.	Modalidades de gestión y operación hotelera	250
3.5.	La industria hotelera en España.....	260
3.6.	Indicadores de medición de la explotación hotelera.....	265
3.7.	El <i>yield management</i> o <i>revenue management</i> hotelero	267
3.8.	La tecnología en el sector hotelero.....	269
4.	La restauración.....	275
4.1.	Concepto y clasificación de los establecimientos de restauración	275
4.2.	Tipologías de explotación y gestión	276
4.3.	Turismo eno-gastronómico.....	277

CAPÍTULO 6: TRANSPORTES, OCIO Y OTROS PROVEEDORES DE SERVICIOS

	SERVICIOS	281
1.	El transporte aéreo	281
1.1.	La organización mundial de la aviación comercial	281
1.2.	La Organización de Aviación Civil Internacional (OACI)	284
1.3.	International Air Transport Association (IATA).....	286
1.4.	La desregulación o liberalización de la aviación comercial	288
1.4.1.	El caso de Estados Unidos	289
1.4.2.	El caso europeo	290
1.5.	Las alianzas estratégicas de las compañías aéreas	292
1.6.	El concepto “low cost” en la aviación comercial	295
1.7.	El billete aéreo y las tarifas.....	297
1.8.	La situación española	304
1.9.	La operación de las compañías aéreas.....	306
1.9.1.	Los husos horarios	306
1.9.2.	Las rutas aéreas (<i>routings</i>)	308
1.10.	La industria de los fabricantes de aeronaves	309
2.	Transporte ferroviario	313
2.1.	Infraestructuras del ferrocarril.....	313
2.2.	Los servicios ferroviarios en España y en el resto de Europa	315
2.3.	Tren articulado ligero Goicoechea Oriol (Talgo)	321
2.4.	El ferrocarril como producto turístico	322
3.	El transporte por carretera	323
3.1.	El autocar.....	323
3.2.	Los coches de alquiler (<i>rent a car</i>).....	327
4.	Transporte acuático.....	329
4.1.	El mercado de los cruceros.....	330
4.2.	Los <i>ferries</i> o transbordadores	340
4.3.	Los buques rápidos (<i>hidrofoils, hovercrafts</i>)	341
5.	Ocio y otros proveedores de servicios	343
5.1.	Los parques temáticos	343

5.2. Casinos de juego.....	344
5.3. Museos.....	345
CAPÍTULO 7: LA PRODUCCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN:	
AGENCIAS DE VIAJE Y TOUR OPERADORES.....	347
1. La distribución y la intermediación	347
2. Las agencias de viaje	350
2.1. Clasificación de las agencias de viaje.....	354
2.2. La regulación de las agencias de viajes.....	359
2.3. Actividades de las agencias de viajes: el papel del minorismo	361
2.4. Otras empresas distribuidoras.....	365
2.4.1. Sistemas informáticos de reservas (CRS/GDS)	365
2.4.2. Agentes generales de ventas.....	368
2.4.3. <i>Brokers</i> aéreos	368
3. El mayorismo y los viajes combinados	369
3.1. Las actividades de las agencias mayoristas	369
3.2. Conceptos básicos de los viajes combinados	371
3.3. Clases de viajes combinados	372
3.4. Criterios de lanzamiento de los paquetes de la oferta	374
4. El proceso de elaboración de los viajes combinados a la oferta.....	376
5. La contratación de los tour operadores con los proveedores	381
5.1. Contrataciones entre tour operadores y hoteles.....	381
5.1.1. El cupo (contingente o <i>allotment</i>) y periodos de <i>release</i>	381
5.1.2. El <i>overbooking</i>	383
5.1.3. <i>Freebooking</i> y <i>freesale</i>	384
5.1.4. Tipos de servicio a contratar	384
5.1.5. Precios y sistemas de pago.....	385
5.1.6. Factores que el hotelero suele tener en cuenta en la fijación de los precios.....	386
5.2. Contratación entre TTOO y medios de transporte.....	389
5.2.1. Transporte aéreo.....	389
5.2.2. Transporte por carretera regular y discrecional.....	391
5.2.3. Transporte marítimo y fluvial	395
5.2.4. Transporte ferroviario	396
5.3. Contrataciones entre TTOO y agencias de viajes receptoras y minoristas	396
6. La política de precios.....	397
6.1. El concepto de <i>break even point</i> o umbral de rentabilidad.....	397
6.2. El mecanismo de cálculo de precios de los paquetes turísticos (sin <i>mark-up</i>)	399
6.3. El mecanismo de cálculo de precios de los paquetes turísticos (con <i>mark-up</i>)	401

7. Los foros profesionales como lugar de contratación	403
---	-----

CAPÍTULO 8: LA ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y LA POLÍTICA TURÍSTICA.....

1. La organización mundial del turismo	409
1.1. Evolución.....	409
1.2. Organización interna de la OMT	410
1.3. Fines y actividades de la OMT	412
2. La Unión Europea y otros procesos regionales de integración.....	414
3. La administración estatal del turismo	416
4. La administración pública turística en España	417
4.1. Administración turística central	419
4.2. Administración turística autonómica.....	425
4.3. Administración turística local.....	427
4.4. Órganos de cooperación y coordinación	429
5. Las administraciones públicas de turismo y la política turística en Amé- rica Latina	431
6. La política turística	435
7. La política turística en España.....	438
7.1. Las políticas turísticas expansivas	439
7.2. La diferenciación de la oferta turística española	442
8. El papel de las asociaciones privadas en el turismo	447

CAPÍTULO 9: GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS.....

1. El destino turístico	451
1.1. Concepto.....	451
1.2. Clases de destinos.....	454
2. Elementos del destino	455
2.1. Los recursos o atractivos	455
2.2. Los productos turísticos.....	458
2.3. Las infraestructuras	462
2.4. El territorio y el suelo	462
2.5. Elementos funcionales: la gestión y sus órganos.....	464
3. Ciclo de vida de los destinos	468
4. La competitividad e imagen de los destinos	472
5. Capacidad de carga	475
6. La gentrificación turística	477
7. Destinos inteligentes (<i>smart destinations</i>).....	478
8. Planificación turística de destinos.....	481
8.1. Aspectos generales de la planificación.....	481
8.2. El proceso planificador.....	482

9. Desarrollo turístico sostenible y su aplicación al ámbito local.....	486
GLOSARIO	493
BIBLIOGRAFÍA	509