

Contenido

Prólogo	5
PRIMERA PARTE	
<i>Aspectos generales del turismo</i>	17
CAPÍTULO 1	
<i>Panorama del turismo</i>	19
Objetivos de aprendizaje	19
El estudio del turismo	19
Importancia económica	20
¿Qué es el turismo?	24
Enfoques básicos para el estudio del turismo	33
Proveedores y actividades turísticas	37
Beneficios y costos del turismo	39
La era de los viajes	41
Resumen	41
Conceptos importantes	42
Para repaso y análisis	42
Problemas prácticos	43
Bibliografía seleccionada	43
CAPÍTULO 2	
<i>El turismo en el tiempo</i>	45
Objetivos de aprendizaje	45
Introducción	45
Inicios	46
Primeras (y posteriores) atracciones turísticas	55
Primeras referencias económicas	56
Los primeros agentes de viajes	56
Historia del transporte	57
Alojamiento	61
Cronologías de los viajes	62

Resumen	66
Conceptos importantes	67
Para repaso y análisis	67
Bibliografía seleccionada	68

CAPÍTULO 3

<i>Oportunidades profesionales</i>	69
------------------------------------	----

Objetivos de aprendizaje	69
Introducción	69
Pronósticos de empleo	69
Requisitos de trabajo	69
Oportunidades profesionales	70
Trayectorias profesionales en el turismo	77
Resumen	81
Conceptos importantes	81
Para repaso y análisis	81
Problemas prácticos	82
Bibliografía seleccionada	82

SEGUNDA PARTE

<i>Cómo está organizado el turismo</i>	85
--	----

CAPÍTULO 4

<i>Organizaciones mundiales, nacionales, regionales y otras</i>	87
---	----

Objetivos de aprendizaje	87
Organizaciones internacionales	87
Organizaciones de desarrollo (internacionales y nacionales)	91
Organizaciones internacionales regionales	91
Organizaciones nacionales	92
Organizaciones regionales	97
Organizaciones estatales y ciudadanas	97
Resumen	100
Acerca de las lecturas	101
<i>Lectura 4.1</i> Administración de turismo y viajes de Estados Unidos	101
<i>Lectura 4.2</i> Turismo de Canadá	104
<i>Lectura 4.3</i> Asociación de viajes del Pacífico y Asia	108
Conceptos importantes	109
Para repaso y análisis	109
Problemas prácticos	110
Bibliografía seleccionada	111

CAPÍTULO 5	
<i>Transporte de pasajeros</i>	113
Objetivos de aprendizaje	113
Introducción	113
La industria de las aerolíneas	115
La industria de los ferrocarriles	119
La industria de los autobuses	122
El automóvil	124
La industria de los cruceros	129
Resumen	131
Conceptos importantes	132
Para repaso y análisis	132
Problemas prácticos	133
Bibliografía seleccionada	133
CAPÍTULO 6	
<i>Hospitalidad y servicios relacionados</i>	135
Objetivos de aprendizaje	135
Introducción	135
La industria del alojamiento	135
La industria del servicio de alimentos	143
Organizadores de reuniones	147
Reuniones y congresos	148
Resumen	148
Conceptos importantes	149
Para repaso y análisis	150
Problemas prácticos	150
Bibliografía seleccionada	151
CAPÍTULO 7	
<i>Organizaciones en el proceso de distribución</i>	153
Objetivos de aprendizaje	153
¿Cuál es la función de las organizaciones intermediarias?	153
Agentes de viajes	154
El mayorista de excursiones	160
Intermediarios especializados	163
Intermediarios optativos	164
Resumen	164
Conceptos importantes	164
Para repaso y análisis	165
Problemas prácticos	165
Bibliografía seleccionada	166

CAPÍTULO 8	
<i>Atracciones, recreación, espectáculos y otros</i>	167
Objetivos de aprendizaje	167
Introducción	167
Atracciones	167
Juegos de azar	170
Recreación	171
Espectáculos	177
Festivales y eventos	178
Tiendas	178
Instrucción	179
Publicaciones	181
Organizaciones de mercadotecnia y publicidad	181
Servicios diversos	182
Resumen	182
Conceptos importantes	183
Para repaso y análisis	183
Problema práctico	183
Bibliografía seleccionada	184
TERCERA PARTE	
<i>Conocimiento de la conducta de viaje</i>	185
CAPÍTULO 9	
<i>Motivación para los viajes de placer</i>	187
Objetivos de aprendizaje	187
Enfoque en el consumidor	187
La necesidad de una teoría	193
Resumen	198
Acerca de la lectura	198
<i>Lectura 9.1 Escalada a Ayers Rock</i>	199
Conceptos importantes	208
Para repaso y análisis	209
Problemas prácticos	210
Bibliografía seleccionada	210
CAPÍTULO 10	
<i>Turismo cultural e internacional para el enriquecimiento de la vida</i>	213
Objetivos de aprendizaje	213
Importancia	213
Turismo para ver la vida	214

El romanticismo de los viajes de placer	216
— Medidas de promoción y fomento	216
Antropografía (geografía de la humanidad)	219
— Tipos de destinos: experiencias de viaje	219
Otros atractivos turísticos	222
Resumen	233
Acerca de la lectura	233
<i>Lectura 10.1</i> Interpretación de la comunidad: la clave para el turismo adecuado	234
Conceptos importantes	239
Para repaso y análisis	239
Problemas prácticos	240
Bibliografía seleccionada	240

CAPÍTULO 11

Sociología del turismo

243

Objetivos de aprendizaje

243

Efectos en el individuo	243
Efectos en la familia	244
— Efectos en la sociedad	245
Las características de la vida y los viajes	248
Aparición de patrones de viaje en grupo	254
Turismo social (subsidiado)	255
— Resumen de los principales efectos sociales del turismo	257
El turista internacional	258
Obstáculos para viajar	262
Resumen	263

Acerca de las lecturas

264

<i>Lectura 11.1</i> Hacia una sociología del turismo internacional	264
<i>Lectura 11.2</i> Efectos sociales del turismo: percepciones del anfitrión	274
Conceptos importantes	287
Para repaso y análisis	287
Problemas prácticos	288
Bibliografía seleccionada	288

CUARTA PARTE

Oferta, demanda, planificación y desarrollo del turismo

291

CAPÍTULO 12

Componentes y oferta del turismo

293

Objetivos de aprendizaje

293

Componentes	293
Recursos naturales	294

Infraestructura	295
Transportación	303
Hospitalidad y recursos naturales	307
Igualación de la oferta y la demanda	313
Resumen	319
Conceptos importantes	320
Para repaso y análisis	320
Problemas prácticos	320
Bibliografía seleccionada	321
CAPÍTULO 13	
<i>Medición y pronóstico de la demanda</i>	323
Objetivos de aprendizaje	323
Por qué es importante la demanda	323
La demanda de un destino	323
Medición de la demanda	325
Metodología de proyección	328
Resumen	333
Conceptos importantes	334
Para repaso y análisis	334
Problemas prácticos	335
Bibliografía seleccionada	335
CAPÍTULO 14	
<i>Efectos económicos del turismo</i>	337
Objetivos de aprendizaje	337
Generadores del impacto económico	337
Número de visitantes	337
Optimización	342
Multiplicadores económicos	351
Resumen	359
Conceptos importantes	360
Para repaso y análisis	360
Problemas prácticos	361
Bibliografía seleccionada	361
CAPÍTULO 15	
<i>Planificación y desarrollo del turismo. Consideraciones sociales</i>	363
Objetivos de aprendizaje	363
¿Por qué es necesaria la planificación en el turismo?	363
El proceso de la planificación	365

Metas en el desarrollo del turismo	370
Aspectos políticos del desarrollo del turismo	371
Ampliación del potencial turístico	372
Resumen	378

Acerca de las lecturas 379

<i>Lectura 15.1</i> Ejemplo de desarrollo en una ciudad pequeña	379
<i>Lectura 15.2</i> Lugares especiales en sitios especiales	380
<i>Lectura 15.3</i> Creando una fantasía, la conservación de una cultura	387
Conceptos importantes	392
Para repaso y análisis	393
Problemas prácticos	393
Bibliografía seleccionada	394

CAPÍTULO 16

El turismo y el ambiente 397

Objetivos de aprendizaje 397

Introducción	397
Términos comunes utilizados	398
Ejemplos de ecoturismo	400
Desarrollo sustentable	403
Prácticas actuales de la industria turística	410
Una nota final	417
Resumen	418

Acerca de las lecturas 418

<i>Lectura 16.1</i> Ecoturismo, un aliado de la naturaleza	419
<i>Lectura 16.2</i> Directrices ambientales del Consejo mundial de turismo y viajes	420
<i>Lectura 16.3</i> El turismo como una alternativa contra la destrucción de los recursos naturales en los países en desarrollo	421
Conceptos importantes	426
Para repaso y análisis	426
Problemas prácticos	427
Bibliografía seleccionada	428

QUINTA PARTE

Conceptos básicos de la mercadotecnia y la investigación turísticas 431

CAPÍTULO 17

Investigación de turismo y viajes 433

Objetivos de aprendizaje 433

Usos ilustrativos de la investigación de viajes	433
Estado actual	434

El procedimiento de la investigación de viajes	435
Fuentes de información	437
Métodos de investigación básicos	440
¿Quién hace investigación de viajes?	444
El Centro de datos de viajes de Estados Unidos y la Asociación de investigación de turismo y viajes	448
Resumen	450

Acerca de la lectura 450

<i>Lectura 17.1</i> Investigación de viajes a la manera de Procter and Gamble	451
Conceptos importantes	454
Para repaso y análisis	455
Bibliografía seleccionada	455

CAPÍTULO 18

Mercadotecnia del turismo 457

Objetivos de aprendizaje 457

Naturaleza y alcance	457
Concepto de mercadotecnia	458
La mezcla de mercadotecnia	458
Segmentación del mercado	471
Esfuerzos de comercialización conjuntos	482
Resumen	483

Acerca de las lecturas 483

<i>Lectura 18.1</i> La promoción turística exitosa: el caso de Traverse City, Michigan	484
<i>Lectura 18.2</i> Realización del plan de promoción	487
<i>Lectura 18.3</i> Paraíso planificado: horizontes nuevos para la década de 1990 y después	491
Conceptos importantes	495
Para repaso y análisis	495
Problema práctico	496
Bibliografía seleccionada	497

SEXTA PARTE

Perspectivas del turismo 499

CAPÍTULO 19

Futuro del turismo 501

Objetivos de aprendizaje 501

El turismo en el tercer milenio	501
---------------------------------	-----

Los efectos previstos del turismo	502
Naturaleza del crecimiento futuro	503
Descanso, turismo y sociedad en el tercer milenio	505
Perfil del turismo en el futuro	506
El turismo y la paz	517
Pensamientos finales	520
Resumen	521
Acerca de las lecturas	521
<i>Lectura 19.1</i> El nuevo ambiente del turismo y el tiempo libre	522
<i>Lectura 19.2</i> Turismo: la industria de la paz mundial	527
Conceptos importantes	535
Para repaso y análisis	536
Bibliografía seleccionada	536
Apéndice A Contactos clave en la industria de los viajes	539
Apéndice B Fuentes de datos para la investigación de turismo y viajes	551
Glosario	569
Índice	579