

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo**  
**(DESDE EL 01 AL 13 DE ABRIL de 2020)**

**ASIGNATURA: INTRODUCCION AL TURISMO 1RO 1RA**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU**

**DIA: 02 ABR**

**HORARIO: 19: 00 HASTA 20: 20**

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
FENOMENOS QUE PRODUCEN LAS CORRIENTES TURISTICAS: ESTACIONALIDAD Y RETRACTABILIDAD
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
1- Leer atentamente las definiciones, la caracterización, causas y consecuencias de ambos fenómenos según plantean los autores para de este modo clarificar ambos conceptos. 2- Lea atentamente del suplemento digital LADEVI Las Agencias de Viajes. (MARZO 2020) cuya temática principal es la crisis del turismo y el covid19. Responda: <ul style="list-style-type: none"><li>• Desde el punto de vista técnico el Covid 19 que fenómeno de los estudiados en esta clase produjo en el mundo y porque</li><li>• Cuales son las principales causas y consecuencias que trajo el Covid19</li><li>• Mencione estrategias o acciones de diferentes sectores del turismo (público, privado, etc) para afrontar esta crisis.</li></ul>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>
Introducción al Turismo. Amaparo Sancho. Organizacion Mundial del Turismo <a href="https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402694">https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402694</a>  SUPLEMENTO LAVEDI Marzo 2020 (Semana B2B) <a href="http://www.ladevi.travel/publicaciones.php?country_id=13&amp;ref=ok">http://www.ladevi.travel/publicaciones.php?country_id=13&amp;ref=ok</a>

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



**FENOMENOS QUE PRODUCEN LOS DESPLAZAMIENTOS:**

**INTRODUCCION:**

A partir de los movimientos de las denominadas corrientes o demandas turísticas se producen en los destinos y su oferta, dos grandes fenómenos: estacionalidad turística y la retractabilidad turística.

Empezaremos esta clase por aclarar algunos conceptos como lo son las corrientes o flujos turísticos. Según Montaner Montejano (2006) define a los flujos o corrientes turísticas como el conjunto de visitantes, turistas o excursionistas que se desplazan de un lugar de residencia denominado mercado emisor hacia otros lugares con unos recursos y unas ofertas turísticas determinadas, y generan unos comportamientos sociales, motivado precisamente por su desplazamiento o estancias con fines culturales que pueden cuantificarse en cuanto al tiempo, espacio, volumen demográfico y gastos, medio de transporte y alojamiento.

En cuanto al tiempo se basan en las estancias y en la estacionalidad.

En cuanto al espacio como la zona guardias más visitadas es decir núcleos receptores de turismo.

En cuanto al volumen demográfico y de gastos, en cuanto al número de visitantes, procedencias, destinos, edades, situación civil, poder adquisitivo y los gastos en concepto de turismo que realizan con los correspondientes flujos o gastos. Los gastos turísticos se basan en alojamiento, restauración, transporte, compras actividades culturales, recreativas y de diversión.

Estacionalidad, en el contexto del turismo, significa que los flujos o corrientes turísticas tienden a concentrarse en torno a determinadas épocas del año, repitiéndose este proceso anualmente.

Este fenómeno de fluctuación da origen a la identificación de temporadas altas, bajas y medias.

Todos los destinos tienen estacionalidad, lo que varía es su grado de variabilidad.

La infografía presenta tres secciones principales:

- Causas de la estacionalidad:**
  - ▶ Costumbres
  - ▶ Vacaciones escolares
  - ▶ Vacaciones profesionales
  - ▶ Clima
- Consecuencias de la estacionalidad:**
  - ▶ Saturación del destino
  - ▶ Inflación
  - ▶ Empleo estacional
- Estrategias para combatirla:**
  - ▶ Diversificación de propuestas turísticas
  - ▶ Búsqueda de nichos menos estacionales
  - ▶ Promociones de ventas

Además, se incluye una imagen de un calendario con los días numerados.

La estacionalidad es uno de los factores básicos en el turismo de masas. Se entiende por estacionalidad, según Montaner Montejano, como la consecuencia de la acumulación de la demanda turística o de las corrientes turísticas en un determinado periodo del año, produciéndose dos épocas o etapas claramente definidas denominadas la estación o alta temporada y otra fuera de estación o baja temporada.

La mayoría del turismo de masas pertenece a las clases medias que han sido las que han originado este fenómeno. Las características Sociológicas de esta clase media es la de tener las vacaciones pagadas en verano. En cambio, las clases altas, no sujetas tanto la legislación laboral que restringe el periodo vacacional, puede hacer turismo en cualquier época del año, por lo cual ella de por sí no condicionan tanto la estacionalidad.

Las causas de la estacionalidad vienen motivadas principalmente por:

La concentración de las vacaciones laboral y escolar en un período de tiempo determinado como generalmente en verano iba a depender de cada hemisferio, país y acuerdos que se den entre los ministerios de educación y de turismo a nivel nacional provincial y local.

El clima cualquier otro factor que influye en las actividades turísticas tengan que realizarse en un período de tiempo determinado punto por ejemplo coma en los núcleos receptores de turismo invernal coma para la práctica de Deportes de invierno, estación o temporada alta es en invierno lo mismo sucede con las playas y el uso en la época estival.

La corrección de la estacionalidad puede hacerse con alguna de estas medidas:

La flexibilidad de las normas laborales y educativas en cuanto a periodos vacacionales.

Promocionar nuevos recursos turísticos que no sean los tradicionales y que quedan condicionados a un período de tiempo determinado como por ejemplo el clima, el sol, etcétera, a fin de ampliar el periodo estacional.

Adoptar una política de precios competitivos y más económicos en los servicios turísticos para poder desplazar la estación o alta temporada.

La retractabilidad es la retracción de las corrientes turísticas a causa de causas aleatorias del entorno que afectan a la seguridad del movimiento turístico en condiciones normales.

A partir de la retracción de la demanda, la OMT identifica:

- La desviación de la demanda
- La sustitución de la demanda

La desviación de la demanda Turística es cuándo el flujo decide cambiar de destino o de centro receptor ya sea porque haya algún factor que pone en riesgo la llegada o el regreso de ese flujo turístico.

La sustitución de la demanda turística es cuando la demanda habiendo llegado al destino opta consumir servicios diferentes a los que previamente había elegido antes de llegar, entonces por ejemplo no se aloja en hoteles sino en casa de familia no toma aviones, si no se desplaza por carreteras. Al igual que con la desviación las razones de su cambio obedece a situaciones aleatorias del entorno que resaltan el sentimiento de inseguridad en el centro receptor.

Dos ejemplos que sirven para entender las reacciones de retracción de la demanda fueron los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos que hicieron que gran porcentaje de los estadounidenses no tomarán aviones durante muchos meses y decidan desplazarse por otras vías. Esto hizo que varias líneas aéreas cerrarán sus puertas ante la falta de venta de los pasajes.

Otro ejemplo es en el caso de las crisis ambientales, como por ejemplo terremotos, sismos o volcanes como los que sucedieron años anteriores en el sur de la Argentina que hizo que gran porcentaje de la demanda turística en los meses de invierno en vez de ir a la Patagonia se dirigieran hacia el norte de Argentina.

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo**  
**(DESDE EL 1 AL 13 DE ABRIL de 2020)**

**ASIGNATURA: INTRODUCCION AL TURISMO 1RO 1RA**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU**

**DIA: 06 DE ABR**

**HORARIO: 19: 00 HASTA 20: 20**

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
Siguiendo los factores desarrollados por la Organización Mundial del Turismo, en el libro citado: responda las siguientes preguntas: 1- Cuales son los factores determinantes que condicionan los desplazamientos turísticos 2- Describa brevemente cada uno 3- Elija a su consideración, los cinco factores mas influyentes al momento de las compras en turismo y justifique
<b>BIBLIOGRAFIA</b>
Introducción al Turismo. Amaparo Sancho. Organizacion Mundial del Turismo <a href="https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402694">https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402694</a>

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



FIRMA DEL DOCENTE

## **Factores determinantes de la demanda**

### **Introducción**

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y por lo tanto su determinación depende de numerosos factores sólo económico sino también psicológicos, sociológicos, físicos coma y éticos.

La definición de demanda turística varía según los intereses que muevan el investigador. Así, un economista se centrará en la demanda desde el de vista del consumo, un psicólogo se centra más bien en el comportamiento y las motivaciones de dicha demanda, etcétera. Mathienson y Wall ofrecen una definición con connotaciones geográficas: se refiere al número total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.

Esta definición es bastante amplia ya que incluye tanto a los que viajan como a los que no hacen por alguna razón. Cooper basándose en esta definición clasifican a demanda en 3 grandes grupos: demanda efectiva, demanda no efectiva y la no demanda.

La demanda efectiva es el número de personas que participan de la actividad turística, es decir que efectivamente viajan.

La demanda NO efectiva ese sector de la población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo pueden distinguirse la demanda potencial que se refiere a que ellos viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en circunstancias personales, y la demanda diferida que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno fue en la oferta.

El tercer grupo es la NO demanda con caracterizada por un grupo de gente adverso los viajes ok simplemente no desean viajar.

La propia complejidad a la hora de definir la demanda turística como concepto global hace necesario un análisis de cómo los distintos factores condicionan la decisión de viajar e influyen sobre la propia estructura de la misma.

Estos factores pueden agruparse en 5 grandes grupos:

- Económicos
  - Relativos a las unidades demandantes
  - Aleatorios
  - Relativos a los sistemas de comercialización
  - Relativos a la producción
- 
- Nivel de renta disponible. Es la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas. Factor que incide directamente en las posibilidades de que éste viaje.
  - Nivel de precios. Esta variable no afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos. En el mercado de origen, un alto nivel en los precios o crecimientos fuertes produce un aumento del gasto en los bienes de primera necesidad, con lo cual hay menor la disponibilidad de dinero para usarlo en turismo. En los mercados de destino, el aumento en los precios de igual forma implicará una merma en el nivel de gastos de viaje de las personas, sin embargo esto no supone una disminución de la demanda de turismo, ya que éstas pueden cambiar su destino hacia lugares alternativos que se resulten económicamente más accesibles.
  - Política fiscal y controles del gasto en turismo. Ante un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda.
  - Financiación. La posibilidad de financiar los viajes a largo plazo o poderlos pagar a plazos le permite a los individuos realizar gastos mayores en turismo.
  - Tipos de cambio. La relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística. Una relación fuerte de la moneda del país emisor con respecto al dólar favorece la demanda hacia los destinos con monedas menos fuertes frente al dólar.
  - Motivación. Cuando las personas viajan es por algo, lo que implica la existencia de alguna motivación y que supone alcanzar un fin determinado. Sin embargo, no hay dos individuos iguales, por lo que sus decisiones dependerán de sus actitudes, percepciones, personalidades, gustos, preferencias, y sus experiencias previas. Todos estos aspectos configuran juicios subjetivos en los consumidores, los cuales son los que influyen en su decisión.
  - Condicionantes socioculturales. La edad, la profesión, el empleo, el nivel de educación o la movilidad física influyen en el hecho de que un individuo demande más o menos cantidad de turismo. Por ejemplo; una mayor educación, una mejor información y el conocimiento de las oportunidades existentes, generan una mayor propensión a viajar.
  - Formas y estilos de vida. Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas, sus actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones, dan lugar a diferentes tipos de turistas.

- Tiempo de ocio. El tiempo dedicado al ocio determina la capacidad para viajar que tiene un individuo determinado. Una mayor cantidad de tiempo libre, implica una mayor disponibilidad para viajar.
- Costumbres estacionales. Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o la estacionalidad climatológica son condiciones favorables para que los individuos viajen o realicen turismo.
- Creencias ideológicas, religiosas y políticas. Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos.
- Factores políticos. Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar o impedir el aumento de la demanda turística. La creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, etc. estimulará el desarrollo del turismo, mientras que acciones como la exigencia de visado para visitar un determinado país, la existencia de régimen político inestable, limitaciones de divisas que pueden entrar o salir de un país, etc., contraerán la demanda.
- Factores demográficos. El desarrollo económico de una nación incide en la capacidad para viajar. Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, con jóvenes y extensas familias, se caracterizan por tener una baja propensión al viaje ya que subsisten de la agricultura y sus poblaciones no tienen ni tiempo ni dinero para gastar en el turismo. Las naciones desarrolladas, predominantemente urbanas, con bajos índices de natalidad y de mortalidad, con un alto poder adquisitivo por parte de una población con necesidad de escapar de la urbe y con intereses diversos, se caracterizan por tener una alta propensión al viaje.
- Factores aleatorios. Son aquellas variables imprevisibles determinadas por las guerras o cataclismos naturales, que afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística.
- Factores relativos a los sistemas de comercialización. La efectividad de las acciones de mercadeo dirigidas a estimular al consumidor, o bien para implantación en el mercado de los productos, servicios o destinos turísticos, influyen de forma determinante el comportamiento de la demanda.
- Factores relativos a los sistemas a la producción. La conducta de los consumidores es influenciada por variables tales como la calidad, la relación calidad/precio, la estructura de la cadena de distribución, la existencia de productos o servicios sustitutos o alternativos, así como la diversidad y nivel de competitividad de los competidores

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo**  
**(DESDE EL 1 AL 13 DE ABRIL de 2020)**

**ASIGNATURA: INTRODUCCION AL TURISMO 1RO 1RA**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU**

**DIA: 09 DE ABR**

**HORARIO: 19: 00 HASTA 20: 20**

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
CIRCULO DEL CONSUMO
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
VER el video explicativo, responder: 1- cuales son los elementos que conforman el circulo del consumo 2- porque es un circulo y no tiene otra forma 3- cuales son mas importantes las necesidades o los deseos 4- el poder de compra es lo mismo que la capacidad económica
<b>BIBLIOGRAFIA</b>
Video explicativo por canal personal de youtube creado para este fin <a href="https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402694">https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284402694</a> Introducción al Turismo. Amaparo Sancho. Organizacion Mundial del Turismo

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo**  
**(DESDE EL 1 AL 13 DE ABRIL de 2020)**

**ASIGNATURA: INTRODUCCION AL TURISMO 1RO 1RA**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU**

**DIA: 13 DE ABR**

**HORARIO: 19: 00 HASTA 20: 20**

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
EVOLUCION DEL TURISMO MUNDIAL: DESDE EPOCAS REMOTAS HASTA LA EPOCA MODERNA.
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
Realice una línea de tiempo identificando 1- los principales hechos relacionados con el turismo (por ejemplo la aparicion del primer hotel) 2- los grandes precursores de la actividad tursitica de la época (por ejemplo Thomas Cook)  Caracterice los viajes de las diferentes épocas que comprende las épocas dadas Identifique las motivaciones de los viajeros
<b>BIBLIOGRAFIA</b>
Las siguientes fuentes no agotan todos los recursos que pueden encontrar en internet para trabajar el tema histórico:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=x6pOss-584l">https://www.youtube.com/watch?v=x6pOss-584l</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=KgEI9gLXAck">https://www.youtube.com/watch?v=KgEI9gLXAck</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zcTz5l6HUQU&amp;t=61s">https://www.youtube.com/watch?v=zcTz5l6HUQU&amp;t=61s</a>  <a href="https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf">https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf</a> Administración del Turismo. Miguel Angel Acerenza.

Se adjunta al presente material de estudio para el estudiante (de ser necesario).



FIRMA DEL DOCENTE



### **Turismo en la edad antigua I:**

#### **Neolítico, Mesopotamia, Egipto**

- Desplazamiento de las personas en busca de alimentos.
- Neolíticos buscan sociedades cercanas para comercializar sus productos así nace el comercio y con él los viajes de negocio.
- Mesopotamia : Mayor aporte construcción de carreteras las cuales conectaban las ciudades
- Viajes con fines comerciales
- Rey de babilonia: viajes religiosos y de recreación.
- Egipto : turismo cultural
- Reina Hatshapset : búsqueda del árbol del incienso .

### **Turismo en la edad antigua II:**

#### **Grecia.**

- Turismo de Ocio, cultural, religión deportes.
- Juegos Olímpicos desplazamiento d personas.

### **Turismo en la edad antigua III: Roma**

- Movimiento de personas al campo y a la lugar cerca del mar
- Centros vacacionales
- Turismo religioso, Recreación, turismo de Salud
- Viajes a tierra Santa.

### **Edad Media I**

- Turismo religioso.
- Mayor desplazamiento Venecia – tierra santa
- Peregrinación

### **Edad Media II**

- Se encontraban diferentes niveles sociales con funciones y actividades establecidas.
- Estos se dividían en tres: el superior, el clero y el inferior.

### **Edad Moderna**

- Muerte peregrinos
- Crecimiento de la industria hotelera
- Expediciones realizadas por Británicos y Portugueses
- Gran tours : Viaje motivado por jóvenes aristócratas
- Descubrimiento de América : Importancia Mundial
- Viajes de portugueses a la India y Costa Africana

### **Turismo Edad Contemporánea**

- Primeros viajes de placer
- Industria Tecnología alteraban a la comunidad
- Turismo fue beneficiario siglo 20
- Inglaterra ofrece primeras travesías en el mercado marítimo
- Turismo Montaña y Salud