

## PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo

(DESDE EL 13 AL 26 DE ABRIL de 2020)

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

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

**DIA: 13 abril**

HORARIO: 19: 00 HASTA 20: 20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
EVOLUCION DEL TURISMO MUNDIAL: edad contemporánea (desde la revolución industrial hasta la segunda guerra mundial)
GUIA O ACTIVIDADES
Realice una línea de tiempo identificando 1- los principales hechos relacionados con el turismo (por ejemplo la aparición del automóvil, de casinos, etc) 2- los grandes precursores de la actividad turística de la época (por ejemplo Ritz) Caracterice los viajes de las diferentes épocas que comprende las épocas dadas Identifique las motivaciones de los viajeros
BIBLIOGRAFIA
Internet

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

## UN PANTALLAZO POR LA HISTORIA DEL TURISMO MUNDIAL

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros. Caracterizada por los deportes y fiestas religiosas cuyos principales destinos eran Atenas, Delfos y Olimpia.

Caracterizada por las cruzadas y las peregrinaciones cuyo propósito era evangelizar. Continúan las peregrinaciones. Termas romanas de Bath en Inglaterra y Reino Unido.

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión.

El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de

vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras.

Comienza a surgir el turismo de salud y también el turismo de montaña. Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto.

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera agencia de viajes del mundo, Thomas Cook and Son.

En 1850, Henry Wells y William Fargo American Express que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Aunque Cook ya los había introducido, American Express extendieron los sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el traveler's cheque (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban "mago").

La crisis del 1929 repercute en el sector turístico limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

Se desarrolla la producción de automóviles en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de viajeros.

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud, etc.) y aplican técnicas de marketing, pues el turista

cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo.

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico.

Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

También las políticas a nivel supranacional consideran el desarrollo turístico con elementos tan importantes como el Tratado de Maastricht en 1992 (libre tráfico de personas y mercancías, ciudadanía europea), y en el 1995 la entrada en vigor del Acuerdo de Schengen y se eliminan los controles fronterizos en los países de la UE.

Existe de nuevo un abaratamiento de los viajes por vía aérea por medio de las compañías de bajo coste y la liberación de las compañías en muchos países y la feroz competencia de las mismas. Esta liberalización afecta a otros aspectos de los servicios turísticos como la gestión de aeropuertos y sin duda será profundizada cuando entre en vigor la llamada Directiva Bolkestein (de liberalización de servicios) en trámite en el Parlamento Europeo.

Decimos que el turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario. No es sólo un acto de comercio, sino que se ha convertido en un hecho de civilización. El turismo contemporáneo se trata de una etapa de madurez del sector turístico que sigue creciendo de manera más moderada y controlada. En ella se limita la oferta de demanda, se empieza a controlar la capacidad de monumentos, se diversifica la oferta de nuevos productos y destinos, aparecen nuevos tipos de turistas y se mejora la calidad de dicho producto.

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo**

**(DESDE EL 13 AL 26 DE ABRIL de 2020)**

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

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

**DIA: 16 abr**

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

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
EVOLUCION DEL TURISMO MUNDIAL: edad contemporánea (desde la segunda guerra mundial hasta el 2000)
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
Realice una línea de tiempo identificando 1- los principales hechos relacionados con el turismo (por ejemplo la aparicion del avion, de los destinos de playa, etc) 2- los grandes precursores de la actividad tursitica de la época Caracterice los viajes de las diferentes épocas que comprende las épocas dadas Identifique las motivaciones de los viajeros
<b>BIBLIOGRAFIA</b>
internet

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



FIRMA DEL DOCENTE

## PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo

(DESDE EL 13 AL 26 DE ABRIL de 2020)

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

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

**DIA: 20 DE ABR**

HORARIO: 19: 00 HASTA 20: 20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
EVOLUCION DEL TURISMO MUNDIAL: EL TURISMO DE LA NUEVA ERA: SXXI
GUIA O ACTIVIDADES
Caracterice a la oferta turística del SXXI: 1- nuevas formas de viajar 2- nuevos destinos 3- las tecnologías de la información y la comunicación en el turismo etc Caracterice al turista del SXXI: 1- las motivaciones 2- los gustos y preferencias- 3- los tiempos y formas de viajar etc
BIBLIOGRAFIA
Internet

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



### ALGUNAS CARACTERISTICAS DEL NUEVO TURISMO

El turismo ha estado en constante evolución desde su surgimiento. Modelado por cambios demográficos, sociales y económicos.

Entorno de incertidumbre – La incertidumbre es la norma en el mundo actual. La gran tendencia es el propio cambio, que viene de diferentes frentes y al que hay que aprender a adaptarse. Tenemos que ser resilientes

#### 1.- Cambios demográficos y sociales

Giro a Oriente – El centro de actividad del turismo se está desplazando desde el eje del Atlántico al Pacífico. El crecimiento de Asia hace que este continente se vuelva cada año un mayor emisor de turistas al resto del mundo (destacando China).

Aumento de clases medias – Hay un aumento de las clases medias en muchos países emergentes (BRICS y MIST) que generan nuevos flujos turísticos, con gustos y necesidades muy diferenciadas.

Envejecimiento de la población – la sociedad en Europa y Estados Unidos está envejeciendo. Los turistas Senior suelen estar sanos, siguen activos y dedican mucho tiempo a viajar, aunque también tienen necesidades concretas que hay que saber reconocer y satisfacer.

Millennials – la nueva generación de turistas está cambiando la forma de viajar y los productos y servicios turísticos que demandan. Ya suponen más del 40% de todas las compras mundiales y en pocos años supondrán la mayoría de turistas que viajan por el mundo. Turismo familiar – Las estructuras familiares son muy diversas y diferenciadas entre si. Hoy hay familias tradicionales, familias monoparentales, madres/padres solteros, familias gay y otros modelos, cada uno con sus necesidades específicas.

Solo travelers – Actualmente también hay muchas personas que viven y viajan solos, que quieren involucrarse más con la cultura del destino y conocer gente local durante su estancia.

## **2.- Cambios tecnológicos**

Las 10 principales tecnologías que van a impactar al turismo son las siguientes:

Transformación Digital

Internet de las Cosas

Tecnología Móvil 5G

Big Data

Blockchain – bitcoin

Asistentes Virtuales

Inteligencia Artificial

Realidad Virtual

La 4ª Revolución Industrial – Automatización y Robotización

Evolución de métodos de pago e identificación

## **3.- Cambios económicos**

Nuevos mercados emisores – Las economías emergentes, con rápidos crecimientos económicos en la última década, han generado nuevos flujos turísticos y han provocado un incremento de la actividad aérea a nivel mundial.

Consumo consciente – Los turistas, cada vez más informados, buscan precios competitivos que les aporten un valor añadido. Es lo que se llama en inglés “value for money”.

## **4.- Cambios en las necesidades de los turistas**

Las motivaciones y las necesidades de los viajeros están cambiando y evolucionando de forma constante, debido a diferentes tendencias y modas de cada sociedad.

Viaje transformador – El cliente se ha vuelto en general más experiencial que material. Muchos turistas ven los viajes como un vehículo para tener experiencias gratificantes de autorreflexión, aprendizaje y desarrollo personal.

Necesidad de desconexión – Los turistas buscan destinos exóticos y auténticos, que les ayuden a desconectar de la vida frenética y ofrezcan actividades que les reconecten consigo mismos y les ayuden en su desarrollo personal (yoga, meditación o mindfulness).

Bleisure – Hoy las personas que viajan por trabajo, ya sea para una reunión o un evento, tienen mayor interés en fórmulas que les permitan conciliar su vida profesional y personal. Por ello, intentan incluir algunos días de vacaciones cuando hacen un viaje por trabajo.

Seguridad – La seguridad se está volviendo uno de los valores más importantes a la hora de viajar. Se tiene en cuenta amenazas como crimen y violencia local, terrorismo, desastres naturales y la protección de los datos personales del viajero

Demanda de experiencias – Los viajeros demandan experimentar durante el viaje nuevas actividades y sensaciones, relacionadas con la autenticidad del destino.

Alojamiento – Muchos turistas buscan opciones de alojamiento más pequeñas y boutique, donde se pueda recibir un trato más personal y cálido y que refleje mejor la idiosincrasia del destino que se visita.

En los últimos años, han surgido nuevas motivaciones para viajar, entre las que podemos destacar: wellness y relax, gastronomía, compras, deporte, aventura, eventos y naturaleza.

Los hoteles como el centro del viaje – muchos hoteles boutique han mejorando el diseño del lobby y las zonas comunes, cambiando la distribución de espacios y orientándose a ofrecer experiencias significativas a sus huéspedes, que les pongan en contacto con la comunidad local (conciertos en vivo, eventos deportivos, exposiciones o actuaciones de DJ's locales).

## **5.- Personalización**

Los turistas demandan productos y servicios más personalizados, que se adapten a sus gustos y necesidades (tailored made). Cada uno quiere ser el protagonista de su viaje. No quieren tener la misma experiencia “enlatada” que el resto de los turistas.

La atención personalizada se debe dar al cliente en cualquier punto de contacto con él (ya sea en la reserva online, en la recepción o en nuestros perfiles en redes sociales, después del viaje). La interacción con el cliente nos tiene que llevar a ir conociendo sus necesidades y motivaciones concretas.

## **6.- Digitalización en turismo**

El entorno turístico cada vez es más digital. Destinos y empresas turísticas tienen que tener al cliente en el foco de la estrategia y usar sus experiencias positivas como herramientas de tu marketing y comunicación.. Es muy importante centrarse en el user experience y en el user generated content.

## **7.- La sostenibilidad es clave en turismo**

Toda la cadena del valor del turismo tiene que generar visibilidad sobre la necesidad de que la industria sea más sostenible, permitiendo reducir el impacto negativo que la actividad turística genera en el medio ambiente y la cultura local.

Por otro lado, hay que crear concienciación entre los propios turistas, dándole recomendaciones y herramientas para que su impacto sea menor.

## **8.- Incremento de la movilidad turística**

En los próximos años podemos ver algunos desarrollos tecnológicos, que pueden transformar la forma en que viajamos.

Aviones más eficientes y que contaminan menos

Vuelos supersónicos

Hyperloop

Coches autónomos

Drones para transporte de pasajeros en distancias cortas

## **9.- Masificación turística en destinos maduros**

Fruto del crecimiento exponencial del turismo en la última década, algunos destinos maduros de Europa están viendo como los turistas están generando mucha presión sobre las comunidades receptoras, los recursos naturales y los atractivos turísticos locales.

El reto es calcular la capacidad de carga del destino y desarrollar herramientas estratégicas que permitan gestionar mejor los picos de saturación de turistas. No hay una receta única. Cada destino tiene que analizar sus propias características, para definir herramientas personalizadas. Es básico involucrar a la población local para definir el papel del turismo.

## **10.- Evolución de la distribución turística**

Importancia de los Gatekeepers – La distribución turística ha evolucionado mucho en los últimos años. Las grandes empresas, que son fuentes de información e inspiración para los viajeros, controlan quién accede a internet y cómo. Nos referimos a Google, Facebook, Amazon o Apple.

Economía colaborativa y P2P – Según algunos expertos, el crecimiento de plataformas como Airbnb o Uber estaría limitado en el futuro, ya que su porcentaje de mercado estaría comenzando a tocar techo. Airbnb, en un movimiento inesperado ha informado que va a incluir Hoteles en su plataforma.



**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo**  
**(DESDE EL 13 AL 26 DE ABRIL de 2020)**

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

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

**DIA: 23 DE ABR**

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

<b>CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR</b>
TENDENCIAS DEL TURISMO LUEGO DEL COVID 19
<b>GUIA O ACTIVIDADES</b>
Lea atentamente los links adjuntados y elabore una síntesis, indicando las principales características del escenario turístico actual y luego de la crisis sanitaria mundial que pronostican las organizaciones
<b>BIBLIOGRAFIA</b>
<a href="https://www.entornoturistico.com/como-sera-el-turismo-despues-de-la-covid-19/">https://www.entornoturistico.com/como-sera-el-turismo-despues-de-la-covid-19/</a> <a href="https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19">https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19</a> <a href="https://www.20minutos.es/noticia/4203008/0/si-el-turismo-se-recupera-sera-despues-del-verano-ahora-pierde-un-millon-de-empleos-al-dia-en-todo-el-mundo/">https://www.20minutos.es/noticia/4203008/0/si-el-turismo-se-recupera-sera-despues-del-verano-ahora-pierde-un-millon-de-empleos-al-dia-en-todo-el-mundo/</a>

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



FIRMA DEL DOCENTE