



# **Estructura general del mercado turístico**

Consulte nuestra página web: [www.sintesis.com](http://www.sintesis.com)  
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)) vela por el respeto de los citados derechos.



# **Estructura general del mercado turístico**

**Juan Ignacio Pulido Fernández**  
**Antonia Sáez Cala (coords.)**

Fotografía de cubierta:  
Juan Ignacio Pulido Fernández

© Juan Ignacio Pulido Fernández y Antonia Sáez Cala (coords.)  
Pablo Juan Cárdenas García  
Carmen Hidalgo Giralt  
Antonio Rodríguez Ruibal

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.  
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid  
Teléfono 91 593 20 98  
<http://www.sintesis.com>

ISBN: 978-84-975675-9-6  
Depósito Legal: M-30.919-2011

Impreso en España - Printed in Spain

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

# Índice

INTRODUCCIÓN.....	11
1. CONCEPTO, DEFINICIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA... <i>Antonia Sáez Cala</i>	15
1.1. Definiciones y naturaleza del turismo .....	16
1.1.1. Turismo y conceptos afines.....	16
1.1.2. La diversidad de definiciones.....	19
1.1.3. Dimensiones del turismo .....	22
1.2. Sistema turístico y destino turístico.....	23
1.2.1. El sistema turístico y sus elementos .....	23
1.2.2. El concepto de destino turístico.....	29
1.2.3. Algunos aspectos económicos del turismo.....	34
1.3. Evolución y cambios en la actividad turística .....	36
1.3.1. El periodo inicial .....	36
1.3.2. La época de desarrollo.....	37
1.3.3. La etapa de consolidación .....	38
Resumen.....	40
Actividades.....	41
2. ORGANISMOS, ASOCIACIONES Y FUENTES ESTADÍSTICAS RELACIONADAS CON EL TURISMO .....	45
<i>Pablo Juan Cárdenas García</i>	
2.1. Principales organizaciones y asociaciones turísticas.....	46
2.1.1. Organización Mundial del Turismo (OMT).....	47

2.1.2. Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council, WTTC) .....	51
2.1.3. Organización de las Naciones Unidas (ONU) .....	52
2.1.4. Instituto de Turismo de España (Turespaña) .....	53
2.1.5. Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) .....	55
2.1.6. Otras organizaciones y asociaciones turísticas .....	56
2.2. Fuentes estadísticas para el análisis de la actividad turística .....	57
2.2.1. Instituto de Estudios Turísticos (IET) .....	59
2.2.2. Instituto Nacional de Estadística .....	62
2.2.3. Otras fuentes para el análisis de la actividad turística .....	65
Resumen .....	66
Actividades .....	67
3. TURISMO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO .....	69
<i>Antonia Sáez, Cala</i>	
3.1. La contribución del turismo al desarrollo económico. Posibilidades y limitaciones .....	70
3.1.1. Definición de conceptos: crecimiento y desarrollo económico .....	70
3.1.2. El turismo como una dimensión estratégica del desarrollo .....	74
3.1.3. Turismo y pobreza .....	76
3.2. Impactos económicos de la actividad turística .....	79
3.2.1. Beneficios económicos .....	81
3.2.2. Costes económicos .....	86
3.3. Impactos físicos y socioculturales del turismo .....	88
3.3.1. Impactos físicos .....	88
3.3.2. Impactos socioculturales .....	92
Resumen .....	97
Actividades .....	98
4. TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y TENDENCIAS .....	103
<i>Juan Ignacio Pulido Fernández</i>	
4.1. Tipologías turísticas .....	104
4.2. Turismos genéricos .....	106
4.2.1. Turismo de sol y playa .....	107
4.2.2. Turismo rural y de naturaleza .....	110
4.2.3. Turismo urbano .....	113
4.3. Turismos específicos .....	116
4.3.1. Turismo de negocios .....	117
4.3.2. Turismo cultural .....	117
4.3.3. Turismo de salud .....	119
4.3.4. Turismo activo .....	119
4.3.5. Otros turismos específicos .....	120
4.4. Tendencias de las tipologías turísticas .....	121
Resumen .....	123
Actividades .....	123

5. LA OFERTA TURÍSTICA (I) .....	127
<i>Pablo Juan Cárdenas García</i>	
5.1. Las definiciones de oferta turística .....	128
5.1.1. Ley de la oferta .....	129
5.1.2. Componentes de la oferta turística .....	132
5.1.3. Los factores de atracción .....	136
5.2. Empresas de alojamiento turístico .....	137
5.3. Empresas de restauración turística.....	145
Resumen .....	152
Actividades.....	153
6. LA OFERTA TURÍSTICA (II).....	155
<i>Pablo Juan Cárdenas García</i>	
6.1. Empresas de transporte turístico .....	156
6.1.1. Tipología de empresas de transporte turístico .....	158
6.1.2. Especial referencia a las compañías aéreas de bajo coste .....	159
6.2. La intermediación turística. Canales de distribución.....	161
6.2.1. Turoperadores.....	164
6.2.2. Agencias de viajes .....	166
6.3. Oferta complementaria .....	170
Resumen .....	172
Actividades.....	173
7. LA DEMANDA TURÍSTICA (I) .....	177
<i>Carmen Hidalgo Giralt</i>	
7.1. El análisis de la demanda turística.....	178
7.1.1. La importancia del estudio de la demanda turística .....	178
7.1.2. Recursos para recopilar información sobre la demanda turística.....	179
7.2. Una aproximación general al concepto de demanda turística.....	182
7.2.1. El concepto de demanda turística .....	182
7.2.2. Ley de la demanda.....	183
7.3. Componentes básicos de la demanda turística y el estudio de los flujos turísticos...	183
7.3.1. Los componentes básicos de la demanda .....	183
7.3.2. El estudio de los flujos turísticos.....	185
7.4. Factores que determinan la demanda turística .....	186
7.4.1. Los factores internos o directos .....	186
7.4.2. Los factores externos o indirectos .....	187
7.5. La función y la curva de la demanda turística .....	189
7.6. La elasticidad de la demanda turística .....	190
7.6.1. La elasticidad de la demanda turística en función del precio de un bien .....	191
7.6.2. La elasticidad cruzada de la demanda de un bien respecto del precio de otro bien .....	195

7.6.3. La elasticidad de la demanda en función de la renta .....	197
7.6.4. Movimientos y desplazamientos de la curva de demanda.....	199
Resumen .....	201
Actividades.....	202
8. LA DEMANDA TURÍSTICA (II).....	205
<i>Carmen Hidalgo Giralt</i>	
8.1. El comportamiento del consumidor.....	206
8.1.1. El proceso de decisión de compra .....	207
8.1.2. Los factores que determinan el proceso de compra.....	207
8.2. La estacionalidad turística .....	211
8.2.1. Factores determinantes de la estacionalidad turística.....	212
8.2.2. Efectos de la estacionalidad turística.....	213
8.2.3. Estrategias de desestacionalización turística .....	213
8.2.4. La estacionalidad turística en España.....	214
8.3. Tendencias actuales de la demanda turística .....	215
8.3.1. Tendencias de la demanda turística en el mundo .....	215
8.3.2. Tendencias de la demanda turística en España.....	220
Resumen .....	222
Actividades.....	223
9. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MARKETING EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	225
<i>Antonio Rodríguez Ruibal</i>	
9.1. Una aproximación al concepto de innovación .....	226
9.1.1. Comunicar para vender. Estrategias de marketing .....	228
9.1.2. El arte de informar: comunicación, publicidad y relaciones públicas.....	234
9.1.3. Nuevas tendencias en comunicación .....	238
9.2. Utilización de las TIC en el sector turístico.....	246
9.2.1. Los GDS y su continua actualización.....	247
9.2.2. La clave: el e-commerce.....	248
9.3. La influencia de la innovación tecnológica en el futuro del turismo.....	250
9.3.1. La realidad de las TIC .....	251
9.3.2. Las Organizaciones de Gestión de Destinos (OGS).....	251
9.3.3. Los Sistemas de Gestión de Destinos (SGD) .....	252
Resumen .....	253
Actividades.....	254
10. TURISMO SOSTENIBLE.....	257
<i>Juan Ignacio Pulido Fernández</i>	
10.1. El concepto de turismo sostenible .....	258
10.2. La multidimensionalidad del turismo sostenible. Una aproximación a su medición	260



10.2.1. Las dimensiones de la sostenibilidad .....	261
10.2.2. La medida de la sostenibilidad .....	265
10.3. ¿Es sostenible el actual modelo turístico español? .....	268
Resumen .....	278
Actividades.....	279
11. POLÍTICA TURÍSTICA.....	281
<i>Juan Ignacio Pulido Fernández</i>	
11.1. ¿Qué es la política turística? .....	282
11.1.1. La intervención pública en la actividad turística .....	282
11.1.2. Formulación de la política turística: funciones, objetivos e instrumentos ..	284
11.2. La planificación como herramienta de la política turística.....	286
11.2.1. El proceso de planificación turística.....	287
11.2.2. Modelos de planificación turística.....	292
11.3. La política turística en España .....	299
11.3.1. Evolución histórica de la política turística en España .....	299
11.3.2. La política turística española en la actualidad .....	302
11.3.3. Retos de futuro de la política turística española .....	303
Resumen .....	304
Actividades.....	304
12. ESTUDIO DE CASO:	
ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE MADRID	307
<i>Carmen Hidalgo Giralt</i>	
12.1. La organización turística de la Comunidad de Madrid.....	308
12.1.1. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.....	309
12.1.2. La Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid .....	311
12.1.3. El Ayuntamiento de Madrid: un ejemplo de gobierno local	
en el ámbito turístico .....	315
12.2. La oferta turística de la Comunidad de Madrid .....	317
12.2.1. El patrimonio natural y cultural, la base de los recursos turísticos	
de la región .....	317
12.2.2. La accesibilidad y los servicios de acogida .....	322
12.2.3. Los equipamientos turísticos y de ocio .....	326
12.3. La demanda turística de la Comunidad de Madrid .....	327
12.3.1. Evolución de la demanda turística (2005-2010).....	327
12.3.2. Características de la demanda turística.....	329
Resumen .....	330
Actividades.....	331
SOLUCIONARIO .....	333
BIBLIOGRAFÍA .....	335