



ESDAY

WEDNESDAY

THURSDAY

FRID

# Turismo

## Tendencias globales y planificación estratégica

11

12

6

18

19



ECO E EDICIONES

Luis Hernando Jiménez Bulla  
Wilson Giovanni Jiménez Barbosa



## **Luis Hernando Jiménez Bulla**

Magíster en geografía

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia e Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (UPTC/IGAC).

Licenciado en Ciencias Sociales y Económicas: Universidad Libre de Colombia, Facultad de Ciencias de la Educación.

Fue docente por más de 20 años en instituciones de educación superior como la Universidad Libre en la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, la Universidad de La Salle en la Facultad de Economía, la Pontificia Universidad Javeriana en la Facultad de Arquitectura, la Universidad los Libertadores en la Facultad de Hotelería y Turismo, y en la Fundación Universitaria (INPAHU).

Igualmente, catedrático en la Escuela Colombiana de Turismo (ECOTEC), en sus Facultades de Hotelería y Turismo.

Capacitador de guías turísticos en Tunja, Leticia, Popayán y en otras ciudades de Colombia.

Autor del texto: Ecoturismo. Oferta y desarrollo sistémico regional. ECOE Ediciones. 2010.

## **Wilson Giovanni Jiménez Barbosa**

Candidato a Ph.D. en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud: Universidad de Manizales - CINDE.

Magíster en Administración: Universidad de la Salle.

Especialista en Gerencia y Auditoría de la Calidad en Salud: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Especialista en Gerencia de Servicios de Salud: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Odontólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

Docente investigador área de postgrados en salud: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Ha sido docente catedrático en la Universidad de La Salle, EAN, Universidad de La Guajira y en la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Ha participado como asesor del Senador Luis Carlos Avellaneda en los procesos de reforma al sistema de salud colombiano.

## Tabla de contenido

Agradecimientos.....	IX
Presentación.....	XIII
Introducción .....	XV
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>EL TURISMO .....</b>	<b>1</b>
Conceptualización .....	1
Definición y contenido del turismo .....	2
Evolución histórica del concepto turismo .....	7
Momentos evolutivos del turismo .....	8
Etapas y características del turismo .....	9
Clasificaciones del turismo según el motivo.....	12
Otras clasificaciones .....	12
Segmento del turismo .....	13
Tipología de los productos del turismo .....	13
Tipologías basadas sobre la estructura espacial del desarrollo turístico..	14
Tipologías basadas sobre el rol desempeñado por el turista .....	15
Tipologías internacionales (comportamentales) .....	16
Tipologías complementarias en función del número de turistas .....	18
Tipología según la motivación del turista respecto al viaje.....	20

## CAPÍTULO 2

<b>DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DEL TURISMO .....</b>	<b>21</b>
Configuración de las grandes áreas turísticas mundiales .....	23
Focos turísticos mundiales .....	25
Mayores focos turísticos regionales de Europa y América del Norte .....	27
Nuevos focos turísticos mayores .....	31
Focos turísticos secundarios.....	32
Flujos turísticos mundiales .....	33
Flujos mayores europeos.....	33
Flujos norteamericanos.....	34
Flujos menores .....	34
Principales focos turísticos mundiales.....	36
Principales flujos turísticos mundiales .....	36

## CAPÍTULO 3

<b>EL SISTEMA TURÍSTICO. LAS UNIDADES ESTADÍSTICAS Y LAS VARIABLES DEL TURISMO DESDE LA ÓPTICA DE LA DEMANDA Y LA OFERTA .....</b>	<b>39</b>
Elementos que conforman el sistema turístico .....	40
El sistema turístico posmoderno .....	41
Principios del enfoque del sistema turístico posmoderno .....	42
El sistema turístico desde una perspectiva geográfica .....	43
El sistema turístico desde una perspectiva económica .....	43
Factores que conforman un sistema turístico integrado y dinámico.....	44
Impactos del turismo sobre el medio ambiente y las comunidades receptoras.....	45
Impactos socioculturales.....	47
Formas y categorías básicas del turismo .....	48
Unidades estadísticas y variables del turismo desde la óptica de la demanda y la oferta.....	48

## CAPÍTULO 4

<b>TEORÍA DEL ESPACIO TURÍSTICO Y DESARROLLO DEL MERCADO TURÍSTICO .....</b>	<b>61</b>
Conceptualización .....	61
Lugares que conforman el espacio turístico .....	63
Espacio turístico natural .....	63
Espacio turístico urbano.....	64
Ordenamiento territorial y gestión turística.....	64

Tipología del espacio físico .....	65
Jerarquización de las zonas turísticas .....	65
Destino turístico .....	66
Desarrollo del mercado turístico .....	67
El producto turístico .....	69
La demanda turística .....	71
Implicaciones de la demanda turística .....	72
Estructura de la demanda turística .....	72
Clasificación de la demanda turística según el tipo de turismo .....	73
Características y elasticidad de la demanda turística .....	74
Variables que influyen en la demanda turística .....	74
Clasificación de la demanda turística .....	75
Características de la demanda turística .....	75
Características estructurales de la demanda turística .....	76
Elasticidad pronunciada y elevada .....	76
Concentración estacional o “estacionalidad” .....	76
Inestabilidad .....	77
Criterios básicos de elección .....	77
Factores de la demanda turística .....	78
La oferta turística.....	80
Elementos de la oferta turística .....	81
Tipos de productos y servicios turísticos.....	82
Teoría convencional de la oferta turística.....	83
Cálculo de la oferta turística.....	84
Indicadores de oferta turística .....	88
Otros conceptos .....	91
Los cambios de la oferta turística.....	94
El valor económico de la oferta turística .....	94
Turismo en salud .....	96
Situación y aplicación global del turismo en salud .....	98
Ventajas del turismo en salud en el ámbito mundial .....	99
Desventajas del turismo en salud en el ámbito mundial.....	100
Contexto financiero y político .....	101
Aspectos éticos del turismo en salud .....	102
Responsabilidad social frente al turismo en salud .....	103
Conclusiones .....	104
El turismo y la economía digital .....	105
Comparación entre los conceptos de ventas y mercadotecnia .....	106

La mercadotecnia del turismo, la cadena de valores y la red digital del valor .....	107
Los 12 aspectos más relevantes de la nueva economía y el actual reto del marketing turístico.....	108
La mercadotecnia del turismo y la visión del futuro .....	112
El marketing turístico y la nueva economía.....	112

## CAPÍTULO 5

### **MANTENIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO**

#### **Y LAS NUEVAS TENDENCIAS GLOBALES DEL TURISMO .....**

<b>115</b>	
Turismo sostenible .....	117
El turismo sostenible como estrategia de desarrollo .....	117
La agenda 21 local y el turismo sostenible .....	118
Sostenibilidad del turismo rural .....	118
Sostenibilidad del turismo urbano .....	120
Sostenibilidad y desarrollo económico local .....	121
Nuevas tendencias globales del turismo .....	121
Principales tendencias turísticas .....	123
Tendencias en ajustado entorno económico.....	126

## CAPÍTULO 6

### **LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA .....**

<b>131</b>	
Objetivos o fines de la planificación turística .....	136
Planificación interactiva frente a la planificación convencional .....	137
Actores de la planificación turística.....	137
Etapas básicas en el proceso de planificación turística .....	138
Planificación formal por parte del Estado .....	139
Planeamiento formal del turismo .....	139
Planificación turística del espacio natural o rural.....	140
La planificación turística en el espacio urbano.....	142
Planificación y municipios turísticos.....	144
Ordenamiento territorial y gestión turística municipal o local.....	144
Fijación de los fines o definición de vocaciones turísticas.....	144
Principios de la planificación del desarrollo turístico sostenible.....	145
Planificación subregional y de zona.....	148
Planificación de complejos turísticos .....	149
Planificación del turismo urbano.....	150
Planificación del ecoturismo .....	151
Planificación de otras modalidades del turismo.....	152

## CAPÍTULO 7

<b>PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO .....</b>	<b>157</b>
Conceptualización .....	157
Etapas de la planificación estratégica y desarrollo del turismo.....	158
Enfoques de la planificación turística estratégica.....	161
Niveles de planificación y desarrollo del turismo.....	164
Planificación del desarrollo turístico local.....	166
Criterios de la planificación del turismo.....	167
Componentes de la planificación del turismo .....	168
Proceso de planificación del turismo .....	170
Etapas del proceso de planificación turística .....	171
Herramientas de la planificación turística .....	173
El diagnóstico turístico .....	174
Fase de diseño del diagnóstico.....	175
Fase de recolección de la información de campo.....	176
Fase de análisis y sistematización de resultados .....	178
Análisis FODA para destinos turísticos .....	179
Retos y problemas que enfrenta la planificación turística.....	180

## CAPÍTULO 8

<b>MODELO APLICATIVO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA A LOS DIFERENTES NIVELES DEL DESARROLLO TURÍSTICO .....</b>	<b>181</b>
Planteamiento del modelo.....	181
Fases del modelo.....	182
Aspectos pedagógicos .....	184
Aspectos metodológicos .....	184

**VÉASE EN EL SIL - Sistema de Información en Línea**  
**[www-ecoediciones.com](http://www-ecoediciones.com)**



- 1- Organización Mundial del Turismo, OMT (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Adoptado por las Naciones Unidas en 2001.
- 2- Organización Mundial del Turismo, OMT (1999). Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible. Madrid España.
- 3- Manual de Diagnóstico Turístico Local: Guía para planificadores (2009). Adaptado por: Hall y Page (2002), Osorio Maribel (2003) y Carla Ricaurte (2009). Guayaquil, Ecuador.

## Introducción



Quindío – Colombia

Cuando pensamos en el turismo como disciplina científica para adelantar un estudio determinado de algunos de sus tópicos, nos encontramos con diferentes visiones, conceptos y enfoques respecto de la ubicación de este en el contexto de la ciencia. De ese modo, muchos teóricos han reflexionado ampliamente sobre sus contenidos, generalmente descriptivos, hasta llegar

a inferir su propia definición. Esta situación ha dificultado el pleno acuerdo entre los escritores, a tal punto que con alguna frecuencia se han enfrentado en acaloradas discusiones.

Como alternativa de solución a esta problemática surge la *teoría del sistema turístico* con el objetivo de integrar la multiplicidad de visiones y conceptos que han hecho del turismo un sistema complejo. En esta teoría son tenidos en cuenta el entorno y los recursos naturales, culturales, económicos, medioambientales y políticos, es decir, la totalidad de los componentes del turismo y la gestión realizada para la determinación del sistema, al igual que los factores asociados al turismo como clúster, microclúster y cadenas productivas del turismo.

Por tal razón, se propone aplicar la teoría del sistema turístico en la planificación de los diferentes niveles territoriales del turismo a partir del nivel local; un esfuerzo del cual ya existen trabajos como los realizados por Eugenio Yunis, Carla Ricaurte, Roberto Escalona y Carlos Bastidas, entre otros.

Esta propuesta ha sido desarrollada en ocho capítulos:

El primer capítulo se ocupa de la conceptualización del turismo, de algunas definiciones que permiten identificar la diversidad conceptual y los diferentes enfoques presentados por los teóricos del turismo y por las instituciones gubernamentales, mixtas y/o privadas del turismo. También se analiza la evolución histórica del concepto turismo, las subdivisiones del turismo (segmentos) y las tipologías de los productos del turismo.

El segundo capítulo trata de la distribución espacial del turismo y su dinámica en el siglo XXI, así como de la red de focos y flujos turísticos que pueden direccionar en parte la planificación del desarrollo turístico.

El tercer capítulo se ocupa del sistema turístico, las unidades estadísticas del turismo y las variables del turismo desde la óptica de la demanda y la oferta. Del sistema turístico, trata los elementos que lo constituyen, los factores que conforman un sistema turístico integrado y dinámico, el sistema desde una perspectiva geográfica y económica, los impactos que el turismo ejerce sobre el medio ambiente y las comunidades receptoras. Por otro lado, se desarrollan las formas y categorías básicas del turismo, así como las unidades estadísticas y variables del turismo desde la óptica de la demanda y la oferta.

El capítulo cuarto se ocupa de la teoría del espacio turístico, el desarrollo del mercado turístico, el turismo en salud y el turismo y la economía digital. Del espacio turístico, trata sobre los diferentes lugares que lo conforman (de origen del visitante, el lugar de traslado y el lugar de la comunidad receptora), el espacio turístico natural y urbano, el destino turístico y los seis elementos fundamentales para su funcionamiento (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora) y, por último, los tipos de destinos turísticos, que permitirán dimensionar, delimitar y planificar sistémicamente las actividades turísticas que puedan tener lugar en estos.

El desarrollo del mercado turístico estudia los elementos que lo constituyen, así como su segmentación. El turismo en salud destaca la importancia que este tiene tanto en los países desarrollados como en los que están en vía de desarrollo. Se precisan los principales factores que deben ser tenidos en cuenta para su adecuada implementación, se describen las ventajas y desventajas que tiene el turismo en salud en el ámbito mundial, el contexto financiero y político, aspectos éticos y responsabilidad social.

El tema finaliza con una propuesta al sector del turismo, para que mediante un aporte económico y logístico garantice el acceso a los servicios de salud a las comunidades locales de los países receptores de turistas, desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial. En cuanto al turismo y el mercado digital, se habla de la mercadotecnia del turismo o marketing turístico y la cadena de valores, la red digital del valor, los aspectos más relevantes de la nueva economía, el actual reto del marketing turístico, la mercadotecnia y la visión del futuro, el marketing turístico y la nueva economía. Todo esto permite a turoperadores, gobiernos, empresa privada, mixta y otras, reflexionar sobre las alternativas de acción y eventualidades de cambio y las posibles formas de sortearlas.

El quinto capítulo trata del mantenimiento de la sostenibilidad del turismo y las nuevas tendencias globales de este. Respecto de la sostenibilidad del turismo, se ocupa de los tres principios básicos del turismo sostenible (uso adecuado de los recursos naturales, respeto por la biodiversidad sociocultural y el aseguramiento de prácticas empresariales adecuadas), el turismo sostenible como estrategia de desarrollo, la agenda 21 local, la sostenibilidad del turismo rural y urbano y el desarrollo económico local. En las nuevas tendencias globales del turismo, se estudian las tendencias cuantitativas, cualitativas y las tendencias en ajustado

entorno económico. Estas tendencias permitirán orientar a los administradores y planificadores hacia dónde enfocar la planificación turística de sus respectivos destinos.

El sexto capítulo estudia la planificación turística clásica o tradicional, la planificación formal por parte del Estado, los principios de planificación del desarrollo turístico sostenible, de aplicabilidad a todo tipo de planificación, los retos que esta enfrenta y la fijación de los fines o definición de vocaciones turísticas y determinación de actividades.

El séptimo capítulo se ocupa de la planificación estratégica o sistémica del turismo, etapas de la planificación, enfoques, niveles de planificación y desarrollo del turismo, así como del proceso de planificación.

El octavo capítulo plantea y desarrolla un modelo aplicativo de la planificación turística a los diferentes niveles del turismo (local, regional, nacional e internacional), conformado por tres fases, que articulan e integran los niveles de planificación y desarrollo turístico de los Estados nacionales y su encaje con el nivel internacional. Asimismo, este modelo integra y coordina las políticas internacionales con las políticas de los Estados nacionales, lo que genera un proceso que, partiendo de las políticas de planificación local y su adaptabilidad a los demás niveles de la planificación y desarrollo turístico, podrá extender y dinamizar la actividad turística a todos y cada uno de sus niveles.

# CAPÍTULO 1

## EL TURISMO



Seúl – Corea del Sur

### Conceptualización

Al ocuparnos del turismo y la planificación, consideramos necesario analizar los conceptos y las definiciones de mayor trascendencia dentro del proceso investigativo de las actividades turísticas, los cuales han sido expuestos por

diferentes teóricos del turismo e instituciones públicas y privadas como: la ONU, la Organización Mundial del Turismo ( OMT), Organización de Estados Americanos (OEA), la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), Escuela de Gastronomía, Administración y Turismo (EGATUR), Movimientos turísticos de los Españoles (FAMILITUR), entre otros.

La palabra turismo viene de las voces latinas *tour* y *torn*, las cuales significan tornar. Etimológicamente, turismo se deriva de la palabra latina *tornus*, que indica la acción de movimiento y retorno. El hecho turístico moderno tiene que ver con la aparición del tiempo de ocio a partir de la revolución industrial, en la que comenzó a separarse el trabajo del no trabajo. En el ocio, se debe tener presente dos aspectos: el de fuera de obligaciones, y el asociado a una actividad libremente elegida de carácter satisfactorio. Según Dumanzedier, en su obra *Hacia una civilización del ocio* (1968), este debe contar con tres aspectos principales:

- Libertad: se refiere a las actividades realizadas por las personas en su tiempo libre, porque así lo desean y no porque alguien se lo imponga.
- Desinterés: no se persigue el lucro.
- Diversión: satisfacción personal.

Según Rejowski (1996), los primeros trabajos sobre investigación turística se registraron en 1870, convirtiéndose en las bases para la investigación científica. Pero fue después de la Segunda Guerra Mundial cuando la investigación turística alcanzó su mayor desarrollo, particularmente en las décadas de los años sesenta y setenta (Guzmán y Fernández 2002). (Guzmán y Fernández, 2002).

El turismo, como ciencia multidisciplinaria, ha permitido que la producción científica de su área, al ser alimentada desde las diferentes ciencias y disciplinas, crezca considerablemente incorporando con gran rapidez las nuevas tecnologías según las previsiones para los próximos 20 años de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esto se debe a que hoy el turismo se ha convertido en uno de los motores de mayor desarrollo en la economía mundial.

## **Definición y contenido del turismo**

La definición del hecho turístico por los diferentes teóricos del turismo e instituciones públicas y privadas no ha sido unánime, algo que podemos apreciar en los conceptos y definiciones que a continuación presentamos:

**Otros títulos de interés:**

Ecoturismo. Oferta y desarrollo  
sistémico regional  
*Luis Hernando Jiménez Bulla*

Costos aplicados en hotelería,  
alimentos y bebidas  
*Ricardo Rodríguez Vera*

Ecología tropical  
*Miguel Ángel Mejía Acevedo*

Ecopedagogía. El planeta  
en emergencia  
*Marcel Zimmermann*

Estrategias ambientales  
de las 3R a las 10R  
*Walter Pardave Livia*

Evaluación de impacto  
ambiental  
*Luis Enrique Sánchez*

Gestión ambiental y  
planificación del desarrollo  
*Alfonso Avellaneda Cusarúa*

# Turismo

## Tendencias globales y planificación estratégica



Turismo, tendencias globales y planificación estratégica es un desarrollo conceptual de la teoría turística y la planificación, mediante la revisión y el análisis de los diferentes conceptos y visiones sobre el turismo, concebidas por teóricos, autoridades e instituciones públicas, mixtas y privadas relacionadas con el sector.

Con este trabajo se pretende reunir, en un texto, conceptos, principios, teorías básicas del turismo y guías de planificación, de manera que sirvan de consulta para académicos, investigadores, gobiernos, autoridades del turismo, instituciones oficiales, mixtas y/o privadas, así como para aquellas personas que de alguna manera se encuentran involucradas o desean integrarse en las actividades turísticas.

Por otra parte, busca que las comunidades receptoras y de tránsito sean involucradas en la planificación turística y así puedan obtener los beneficios económicos, sociales y culturales que esta actividad proporciona. Asimismo, pretende que los turistas logren satisfacer sus expectativas de viaje, tales como recreación, descanso y adquisición de conocimientos; y, que las comunidades de traslado puedan interactuar con los visitantes cuando se desplacen por sus espacios geoculturales, para que, al igual que las receptoras y visitantes, consigan participar de los beneficios del turismo en la medida que las circunstancias lo permitan.

**Colección:** Ecología y medio ambiente

**Área:** Ciencias Naturales

ECOE  
EDICIONES

[www.ecoediciones.com](http://www.ecoediciones.com)

ISBN 978-958-648-852-5



9 789586 488525

e-ISBN 978-958-648-853-2