El sistema turístico

Agentes y organizaciones

Cristóbal Casanueva Rocha
María Ángeles Gallego Águeda
María Ángeles Rodríguez Serrano
María Sancho Mejías
Rosalía Díaz Carrión



PIRÁMIDE

El sistema turístico

Agentes y organizaciones

CRISTÓBAL CASANUEVA ROCHA
CATEDRÁTICO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
MARÍA ÁNGELES GALLEGO ÁGUEDA
CATEDRÁTICA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
MARÍA ÁNGELES RODRÍGUEZ SERRANO
PROFESORA TITULAR DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
MARÍA SANCHO MEJÍAS
PROFESORA PERMANENTE LABORAL DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ROSALÍA DÍAZ CARRIÓN
PROFESORA TITULAR DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

El sistema turístico

Agentes y organizaciones

EDICIONES PIRÁMIDE

COLECCIÓN «ECONOMÍA Y EMPRESA»

Director:
Miguel Santesmases Mestre
Catedrático de la Universidad de Alcalá

Edición en versión digital

Está prohibida la reproducción total o parcial de este libro electrónico, su transmisión, su descarga, su descompilación, su tratamiento informático, su almacenamiento o introducción en cualquier sistema de repositorio y recuperación, en cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, conocido o por inventar, sin el permiso expreso escrito de los titulares del copyright.

© Cristóbal Casanueva Rocha, María Ángeles Gallego Águeda, María Ángeles Rodríguez Serrano, María Sancho Mejías y Rosalía Díaz Carrión, 2024
© Primera edición electrónica publicada por Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S. A.), 2024
Para cualquier información pueden dirigirse a piramide_legal@anaya.es
Valentín Beato, 21. 28037 Madrid
Teléfono: 91 393 89 89
www.edicionespiramide.es
ISBN digital: 978-84-368-4991-2

Relación de autores

Cristóbal Casanueva Rocha
Catedrático de organización de empresas.

María Ángeles Gallego Águeda
Catedrática de organización de empresas.

María Ángeles Rodríguez Serrano
Profesora titular de organización de empresas.

María Sancho Mejías
Profesora permanente laboral de organización de empresas.

Rosalía Díaz Carrión
Profesora titular de organización de empresas.

© Ediciones Pirámide

Índice

Introducción 13

1. El sistema turístico y la gestión de destinos 17

1.1. El sistema turístico y el turista 17
1.1.1. El sistema turístico 17
1.1.2. El viajero-turista 18
1.1.3. Tipos de turista según su renta 20
1.1.4. Los elementos geográficos 21
1.2. Los agentes turísticos 22
1.3. La gestión de destinos 25
1.3.1. Los destinos turísticos y su tipología 25
1.3.2. Elementos del destino 27
1.4. La competitividad de los destinos 30

2. Empresas turísticas 39

2.1. Organizaciones y empresas turísticas 39
2.1.1. Las organizaciones 39
2.1.2. Definición de empresa turística 40
2.1.3. Elementos de la empresa 42
2.1.4. Funciones de la empresa 44
2.1.5. Delimitación de las empresas turísticas 45
2.2. Tipología de empresas turísticas 46
2.3. El entorno de las empresas turísticas 51
2.3.1. Definición del entorno de una empresa turística 51
2.3.2. El entorno general de la empresa turística 52
2.4. Entorno específico. Análisis sectorial 56
2.5. La dirección de la empresa turística 59

© Ediciones Pirámide

3. La oferta turística 69

3.1. Alojamientos turísticos 69
3.1.1. Tipos y características de alojamientos 69
3.1.2. Retos en la gestión de alojamientos 70
3.1.3. Hoteles y cadenas hoteleras 72
3.1.4. Alojamientos extrahoteleros 76
3.2. Transporte 77
3.2.1. Tipos de transporte y sus características 77
3.2.2. Retos en la gestión en el sector aéreo 84
3.3. Restauración 85
3.3.1. Tipos y características de empresas de restauración 85
3.3.2. Retos en la gestión de la restauración 87
3.4. Oferta turística complementaria 90

4. Intermediación turística 103

4.1. La intermediación turística 103
4.1.1. Evolución de la intermediación 103
4.1.2. La intermediación clásica 105
4.1.3. Turoperadores o agencias de viajes mayoristas 106
4.1.4. Agencias de viajes minoristas 108
4.1.5. Agencias de viajes *online* (OTA) 110
4.1.6. Agencias de viajes receptivas 112
4.1.7. Agencias especializadas 112
4.2. Distribuidores 113
4.2.1. Centrales de reserva 113
4.2.2. GDS 114
4.3. Plataformas 115
4.4. Otros agentes e instrumentos 117
4.5. El paquete turístico 124
4.5.1. El paquete turístico 124
4.5.2. El forfait o viaje a medida 127
4.5.3. El paquete turístico flexible 127

5. Instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas 137

5.1. Agentes turísticos institucionales 137
5.1.1. La política turística en la Administración Central 140
5.1.2. El papel de las Comunidades Autónomas en la regulación del turismo 141
5.1.3. Administración local y turismo 142
5.1.4. El papel de la UE en el sector turístico 142
5.2. Las DMO (organizaciones de gestión de destinos) 144
5.3. Organizaciones turísticas internacionales 145

© Ediciones Pirámide

5.4. Organizaciones y asociaciones turísticas 149
5.5. Congresos y ferias de turismo 151

6. Cooperación y gobierno del sistema turístico 159

6.1. Relaciones en el sistema turístico 159
6.1.1. Agentes turísticos, recursos y relaciones 159
6.1.2. Del sistema turístico al ecosistema turístico 164
6.2. Redes y tipos de redes 170
6.2.1. Las redes y el análisis de redes sociales 170
6.2.2. Tipología de redes 173
6.3. Cooperación entre agentes del ecosistema turístico 179
6.4. *Stakeholders* 180
6.4.1. El análisis de los *stakeholders* 180
6.4.2. Redes de *stakeholders* 183
6.5. Gobierno del ecosistema turístico 185
6.5.1. Gobierno y gobernanza de los ecosistemas turísticos 185
6.5.2. El pilotaje del ecosistema turístico como red interorganizativa 187

Bibliografía 201

© Ediciones Pirámide

Introducción

El turismo engloba un número amplio de actividades, de sectores económicos y de organizaciones. Todos ellos están además ligados a diferentes tipos de recursos, generalmente situados en los destinos de los turistas, pero también hay que considerar las circunstancias que se dan en el origen de estos. De ello resulta un conjunto complejo de elementos y relaciones en diferentes dimensiones y escalas. Por tanto, el turismo es un fenómeno muy complejo y poco apropiado para acercarse al mismo desde una única perspectiva o con una visión estrecha de lo que están haciendo y pueden hacer los distintos actores.

Esa complejidad propia del turismo debe ser abordada con un conocimiento más detallado de los distintos actores (individuos, empresas y organizaciones) que ocupan los papeles más destacados en el desarrollo de la actividad, como son los turistas, las empresas turísticas, las organizaciones que gestionan los destinos o los propios residentes, y adentrarse también en las relaciones que se producen entre esos actores. Además de estos actores, que toman las decisiones del sector, existen otros elementos clave en el turismo que también deben ser incorporados para su comprensión global. Se trata del conjunto de recursos en los que se basa la actividad turística, las infraestructuras que permiten su desarrollo y otro numeroso grupo de elementos tangibles e intangibles que poseen e intercambian las empresas y organizaciones turísticas.

Esta obra se adentra en la complejidad del turismo para intentar, en la medida de lo posible y dentro de sus límites lógicos, desentrañarla y simplificarla, de manera que se facilite tanto el estudio de la actividad turística como una adecuada intervención en ella por parte de los individuos y organizaciones del sector. Para buscar una comprensión global del fenómeno turístico y reducirla a los elementos y relaciones básicos se va a tratar a este como un sistema, en un primer momento, y como un ecosistema, al final de la obra.

A pesar de este propósito ambicioso, la obra tiene un carácter eminentemente introductorio. Por tanto, el intento de profundizar en la complejidad del turismo

© Ediciones Pirámide

está limitado por la extensión y la perspectiva del propio libro. Por eso se combina la reflexión académica y profesional sobre la actividad turística con un componente principalmente didáctico.

Esta obra va dirigida tanto a profesionales del sector turístico que deseen adentrarse en aquellos elementos de su actividad que les sean más desconocidos, como a lectores puramente académicos, ya que encontrarán una buena base para comprender la actividad turística en su conjunto.

La Conferencia Española de Decanas y Decanos de Turismo (CEDTUR), después de consultar con empresarios, profesionales, responsables de destinos y académicos, ha establecido los conocimientos básicos que debe poseer cualquier empleado o directivo de los distintos sectores, empresas y organizaciones presentes en el turismo. Uno de los pilares que se han propuesto como necesidad básica es la comprensión integral del sistema turístico, particularmente de los distintos agentes y de las diferentes organizaciones que están presentes en el mismo. Esta necesidad está alineada completamente con el propósito de esta obra.

En general, el libro presenta precisamente a los principales actores y agentes de la actividad turística (profundizando en las empresas turísticas), los clasifica y plantea los diferentes retos y características particulares que son relevantes en su gestión.

En un primer momento, se propone una visión sistémica de la actividad turística y una identificación de los elementos esenciales del sistema desde diferentes perspectivas. Este esquema de análisis está en la base del desarrollo posterior de la obra.

Las organizaciones turísticas de carácter empresarial son analizadas específicamente, aunque la mayoría de las cuestiones que se presentan son de aplicación similar en otras organizaciones no empresariales, como las relaciones con su entorno o el desarrollo del trabajo directivo.

Buena parte de la obra se dedica a la presentación de los agentes turísticos que desarrollan las principales actividades en el ámbito del turismo. A nivel empresarial, estas actividades están ligadas a la oferta turística (alojamiento, restauración, transporte y otra oferta turística complementaria) y la intermediación, sea la tradicional o la que se apoya en los nuevos formatos ligados a fenómenos de desintermediación y reintermediación.

Por otro lado, las organizaciones turísticas no empresariales, principalmente ligadas a la gestión de los destinos o aquellas que suponen un proceso de integración de otras, también son consideradas. Su intervención es esencial en la actividad turística. De ellas depende el adecuado desarrollo de la actividad y, debido a su conexión en muchos casos a la gestión pública, son responsables de conjugar y combinar los intereses de todos los actores (particularmente de turistas y residentes) para que se cubran sus principales necesidades.

Finalmente, la obra se cierra avanzando en la complejidad del fenómeno turístico por dos caminos. El primero de ellos es plantear que son tan importantes

© Ediciones Pirámide

los agentes y las organizaciones del turismo como las relaciones que se producen entre ellos (y también con otros recursos tangibles y no tangibles). Se presenta un marco para adentrarse en esas relaciones y se proponen herramientas, todo ello en torno a los conceptos de redes y cooperación. El segundo es comprender que, más que de sistemas turísticos, por su complejidad y por cómo se comportan los actores e interactúan con su medio, debemos pensar que estamos trabajando con ecosistemas turísticos, que además se sitúan a diferentes escalas y deben ser pilotados de forma adecuada y preferiblemente coordinada entre los actores.

© Ediciones Pirámide

1 El sistema turístico y la gestión de destinos

1.1. EL SISTEMA TURÍSTICO Y EL TURISTA

1.1.1. El sistema turístico

El turismo es una actividad compleja en la que intervienen una multitud de actores (empresas, organizaciones e individuos) que, con sus deseos, sus expectativas, sus decisiones, sus intereses y sus comportamientos, marcan una actividad económica muy relevante. Esta actividad económica consiste básicamente en prestar una serie de servicios a unos consumidores (los turistas) fuera de su lugar de residencia, en lo que se denomina un destino turístico. Aunque entender la complejidad de la actividad turística y hacerla comprensible es el objeto de esta obra, en este primer capítulo se busca una aproximación al fenómeno utilizando los elementos más simples que están presentes en el mismo. Se parte del concepto de sistema turístico y se realizará un análisis somero del mismo, que se irá completando en el resto de los capítulos.

La mayoría de los autores que han estudiado el sistema turístico lo han abordado desde la perspectiva de la teoría general de sistemas. Este enfoque considera al turismo como un sistema compuesto de diversos elementos que interactúan entre sí y con su entorno. El análisis de sistemas permite explorar cómo coexisten las distintas partes del sistema turístico, analizando las interacciones dentro del sistema y con su entorno externo.

Uno de los modelos más conocidos que identifica las distintas partes del sistema turístico y las relaciones que se establecen entre ellas es el de Leiper. Este autor considera que el sistema turístico está compuesto por tres grandes elementos:

1. El *viajero-turista* o actor del sistema, que parte de un lugar de origen y viaja hasta un destino donde permanece temporalmente para regresar de nuevo a su punto de partida.

© Ediciones Pirámide

2. Los *elementos geográficos* que integran el sistema: origen de los turistas, destino turístico y zona de tránsito que enlaza el origen y el destino.
3. *Agentes turísticos* o industria turística, compuesta por todas aquellas entidades, ya sean empresas o instituciones, involucradas en los productos y servicios requeridos por la actividad turística o que, de algún modo, intervienen en el sistema fomentando el turismo u ordenando las diferentes actividades.

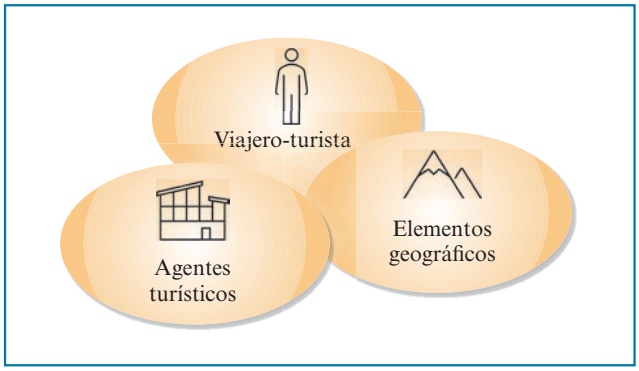


Figura 1.1. El sistema turístico. [FUENTE: elaboración propia a partir de Leiper (1979).]

1.1.2. El viajero-turista

El actor o sujeto agente del sistema es el viajero-turista. No todos los viajeros deben ser considerados en el sistema turístico, solo aquellos que viajan por una motivación turística. A estos últimos se les denomina visitantes y se clasifican a su vez en turistas o excursionistas. Los primeros pernoctan en el lugar visitado, y los segundos, por distintas causas que se mencionan a continuación, no pernoctan:

— Regresan a su lugar de origen el mismo día.
— Están de tránsito sin pernoctar, es decir, van de camino a otro lugar.
— Cruceristas de un barco atracado en un puerto que, aunque la escala del crucero dure varios días, se les considera excursionistas porque pernoctan en el barco.

Esta distinción entre turista y excursionista es muy relevante desde un punto de vista económico, ya que es habitual que los primeros realicen un mayor gasto que los segundos.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), otros viajeros que no deben ser considerados turistas son los siguientes:

© Ediciones Pirámide

a) Las personas que se desplazan por motivos laborales, ya que la razón de su viaje es económica.

b) El personal diplomático o consular, los agregados militares y las personas a cargo de estos, como políticos, funcionarios o trabajadores contratados. Las embajadas o consulados presentan el principio de extraterritorialidad, lo que significa que forman parte del país que representan.

c) Los nómadas y refugiados, por su falta de motivación turística y de voluntariedad.

d) Las fuerzas armadas en maniobra.

e) Tripulaciones de medios de transporte público. Sin embargo, si se trata de transportes privados, las tripulaciones sí son consideradas como visitantes.

f) Pasajeros en tránsito, es decir, aquellos viajeros que hacen escala y permanecen en las zonas de tránsito internacional en puertos, estaciones de ferrocarril o aeropuertos siempre que no accedan al país por el control de pasaportes.

g) Personas que entran en un país con el fin de fijar en él su residencia.

h) Estudiantes y pacientes a largo plazo y personas que lo acompañan, siempre que la estancia exceda de 12 meses.

Sin embargo, podríamos preguntarnos si el viajero que lo hace por motivos laborales, un estudiante o un militar, en algún momento libre visita alguna atracción de la ciudad donde se hospeda, ¿no se considera turista? De acuerdo con la OMT, puesto que la motivación principal no fue turística, al menos a efectos estadísticos, no deberían ser considerados turistas.

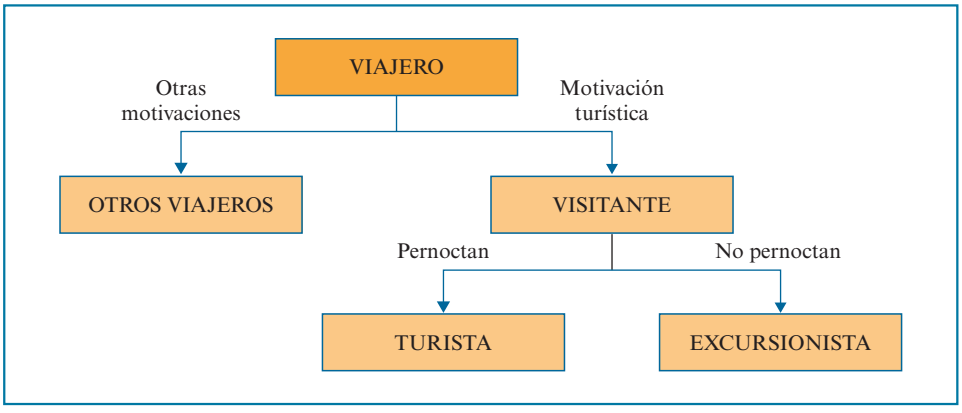


Figura 1.2. Clasificación del viajero. (FUENTE: elaboración propia a partir de la OMT y las recomendaciones internacionales de la ONU para estadísticas de turismo de 2008.)

© Ediciones Pirámide

1.1.3. Tipos de turista según su renta

De acuerdo con su renta, los turistas pueden clasificarse en turista de lujo, turista de masas o turista social.

El turista de lujo hace referencia a aquella persona con un nivel económico alto que presenta las siguientes características:

— Demanda rígida ante variaciones de precio o renta.
— Turismo como bien de primera necesidad.
— Suele adquirir servicios a un precio elevado.
— Habitualmente opta por destinos menos masificados, más alejados y exóticos.
— No suele hacer uso del paquete a la oferta, sino que viaja de forma individual.
— Viaja durante todo el año.

El turista de masas o masivo está formado por las clases medias y, por tanto, por la mayoría de la población, al menos en el mundo occidental. Presenta las siguientes características:

— Demanda elástica ante variaciones de precio o renta, de forma que, ante una bajada de las rentas o subida de precios, la demanda de turismo baja de manera inmediata, o, por el contrario, ante una subida de rentas o bajada de precios, se produce un rápido aumento de la demanda turística.
— Turismo considerado como bien de lujo.
— Suelen adquirir servicios estándar.
— Viajan habitualmente a destinos masificados y conocidos.
— Optan habitualmente por el paquete a la oferta y viajan en grupos.
— Los viajes se concentran en momentos concretos del año, como los periodos estivales, Navidad, etc. Este tipo de turismo es el responsable del efecto de estacionalidad que se produce en el sector.

Y, por último, el turismo social está formado por personas con un nivel económico bajo y que, en muchos casos, necesitan de algún tipo de subvención por parte de las Administraciones Públicas u otras instituciones para realizar actividades turísticas. En España, el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imserso) desarrolla el Programa de Turismo para personas mayores, que facilita el acceso de esta parte de la población al turismo. Este tipo de turista presenta las siguientes características:

— Demanda rígida ante variaciones de precio o renta.

© Ediciones Pirámide