

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Turismo

LICENCIATURA EN TURISMO

PLAN III

Programa:

INTRODUCCIÓN AL TURISMO

CÓDIGO: 101

Expediente: 900-6358/25

Resolución: 1479/25

PLAN DE ESTUDIOS

El Plan de Estudio III fue aprobado por Ordenanza N° 821/25 por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas, y por Disposición N° 594/25 del Consejo Superior, de fecha 20/10/2025.

Introducción al Turismo

Profesor Titular: Mg. Alejandro Víctor García

1. DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Carga horaria semanal: 4 horas

Carga horaria total: 64 horas

Ciclo del Plan de Estudios: 1er. año - Plan III (Ord. 821/25).

Régimen de cursada: Semestral

Carácter: Obligatorio

Modalidad: Teórica

Asignaturas correlativas necesarias: -

2. OBJETIVOS DE FORMACIÓN

Brindar a las y los estudiantes una visión integral del turismo como fenómeno complejo, abordado desde una perspectiva histórica, social, económica y disciplinar. Se busca que comprendan las múltiples dimensiones que lo constituyen (actores, prácticas, motivaciones y estructuras) y su evolución como actividad productiva a escala global y nacional.

A través de enfoques teóricos y herramientas analíticas básicas, se promueve el desarrollo de una mirada crítica que permita identificar las interrelaciones entre los sectores público y privado, los subsectores del mercado turístico y los efectos del turismo sobre el territorio y la sociedad.

3. CONTENIDOS

Contenidos mínimos

Aproximación conceptual al turismo como fenómeno complejo y actividad socioeconómica.

El devenir histórico de las prácticas turísticas en Argentina y el mundo. Actores sociales, motivaciones y prácticas vinculadas al ocio, la movilidad y el consumo.

Aportes multidisciplinarios para su comprensión.

El turismo como disciplina científica: teorías, enfoques y debates.

Perspectiva sistémica del turismo: elementos, relaciones e interacciones del sistema turístico.

El turismo como mercado: sector público y privado, intermediarios y subsectores (alojamiento, transporte, gastronomía, etc.).

Efectos económicos, socioculturales y ambientales. Instrumentos básicos de medición y análisis del fenómeno turístico.

Programa Analítico

UNIDAD 1: Aproximación conceptual al turismo como fenómeno complejo

Definiciones y características del turismo: aproximaciones desde distintas perspectivas. Evolución conceptual del turismo. Principales dificultades para el establecimiento de su marco teórico.

Aproximación científica a los estudios del fenómeno turístico. Ciencia y sociedad: Métodos de investigación aplicados al turismo: experimentales y no experimentales (estadístico, comparado, de estudio de caso). Principales teorías, enfoques y debates en torno al turismo como disciplina científica.

Actores sociales del turismo: turistas, comunidades locales, instituciones públicas y privadas. Interacciones y transformaciones de los actores turísticos a lo largo de la historia.

Impacto de los cambios sociales, económicos y tecnológicos en la evolución del turismo como actividad productiva y práctica de tiempo libre. Factores de influencia y aceleración del desarrollo turístico.

Procesos de diacronía y sincronía en el desarrollo del fenómeno turístico a nivel internacional y de Argentina.

La evolución de las prácticas turísticas en la Argentina: antecedentes, consolidación y diversificación. Políticas y actores en el desarrollo turístico nacional. El rol de los Parques Nacionales como modelo argentino de sustentabilidad turística.

UNIDAD 2: El turismo desde la perspectiva interdisciplinaria.

Evolución diacrónica de los aportes de diferentes disciplinas para la estructuración de una visión holística del turismo. Aportes de la economía, geografía, sociología, antropología, psicología, historia, marketing, lingüística, entre otros.

La era del conocimiento y las transformaciones en la producción, circulación y consumo de información turística. Implicancias éticas y sociales de la innovación tecnológica aplicadas a la actividad turística.

UNIDAD 3: El sistema turístico

La teoría general de los sistemas y su aplicación en el turismo. Comparación con otros abordajes. El turismo como sistema abierto, entropía y equilibrio dinámico.

Componentes del sistema, sus interacciones e interrelaciones. Flujo real y flujo monetario. Factores ambientales: sociales, económicos, tecnológicos y otros.

Evolución diacrónica y sincrónica del mercado turístico. Factores de cambio en la configuración sistémica.

UNIDAD 4: Dimensiones económicas, sociales, y ambientales del turismo.

Efectos del turismo sobre la Economía Nacional. El turismo como actividad económica y fuente de ingresos para las economías nacionales y locales. Componentes del gasto turístico. Efectos

sobre el ingreso nacional, efecto multiplicador, efectos sobre el empleo y sobre la expansión del mercado nacional. Vinculación con el comercio exterior. Exportación e importación de servicios turísticos. Balanza del comercio exterior turístico.

Efectos del turismo sobre la sociedad y la cultura. Transformaciones de las prácticas, valores e identidades locales en su interacción con el turismo. Relaciones del turismo y el mercado de trabajo.

Interrelación entre turismo y medio ambiente. Impactos ambientales del turismo. Tendencias actuales de uso y conservación del medio ambiente.

UNIDAD 5: La actividad privada en el sistema turístico

Evolución diacrónica de la actividad privada en turismo. Cooperación entre el sector público y privado. Principales tendencias en la gestión turística.

Canales de intermediación en el sistema turístico: agencias de viajes, tour operadores, sistemas globales de distribución (GDS) y plataformas digitales. Funciones y transformaciones de la intermediación ante las nuevas tecnologías.

Empresas del sector turístico: alojamiento, gastronomía, transporte (aéreo, marítimo, terrestre), recreación y servicios complementarios. Modelos de gestión empresarial. Elementos de marketing turístico.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la gestión turística. Plataformas digitales, economía colaborativa y nuevos modelos de negocio. Marketing digital turístico. Inteligencia artificial, análisis de datos y personalización de la experiencia turística.

UNIDAD 6: Instrumentos de medición en turismo.

Importancia de la información estadística para la gestión del turismo. Conceptos básicos de la estadística aplicados al turismo. Uso de instrumentos estadísticos en turismo, su evolución.

Recomendaciones internacionales sobre estadísticas de turismo. Concepto de Organismos internacionales. Representación del turismo en los Organismos Internacionales multilaterales. Otras formas de cooperación internacional en turismo. El turismo en las Cuentas Nacionales. La Cuenta Satélite del Turismo (CST). Otros indicadores nacionales e internacionales del turismo. Limitaciones y desafíos en la medición del turismo.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La asignatura se desarrollará en clases presenciales de exposición dialogada y formulación de preguntas que tiendan a internalizar de manera gradual el método científico para dar respuestas a las mismas. Se fomenta el trabajo grupal y el estudio de casos conjuntamente con un soporte de Aula Virtual.

En este soporte se brindará a los alumnos los contenidos por unidad desarrollados en las clases presenciales como así también su bibliografía específica y complementaria, según lo detallado en el Plan de Actividades Docentes.

Los alumnos serán acompañados en el proceso de aprendizaje por el Profesor Titular, los Profesores Adjuntos, los ayudantes Diplomados y los Adscriptos alumnos.

La cátedra prestará especial atención a dos elementos de particular relevancia en el proceso de aprendizaje, a saber:

- a. La transición de la educación secundaria hacia la educación universitaria. En particular la aproximación al abordaje de los fenómenos socioeconómicos, como es el caso del turismo, a través del método científico de las ciencias sociales. La cátedra, en este sentido propone el Principio de la Parsimonia, es decir, el principio metodológico que implica priorizar las explicaciones epistemológicas más sencillas frente al resto. Naturalmente ello no supone descartar las complejidades sino dotar a los alumnos, de elementos científicos iniciales para su profundización a lo largo de su trayecto de aprendizaje.

- a. El método científico contiene una serie de elementos como: conceptos y lenguaje específico según el área de estudio, la investigación aplicada, los estudios comparados, etc.; Estos elementos se encuentran atravesados en la actualidad por un verdadero cambio de paradigma a partir de las modificaciones tecnológicas (la multiplicidad de canales donde circula información – redes sociales, inteligencia artificial - IA) muchos de los cuales implican la inmediatez y banalización de determinados fenómenos y conceptos.

Consiguientemente se verifica a menudo una tensión entre este fenómeno y el método científico que supone otros conceptos, otros procesos temporales de asimilación y otro lenguaje.

Lo mencionado no implica descartar, en un proceso holístico de formación, estos cambios sino prestar especial atención a la adaptación mutua que debe realizar el docente junto con los alumnos.

Las exposiciones de clase deberán ser complementadas por lecturas de textos adicionales las que serán evaluadas por el docente en la clase posterior mediante diferentes técnicas que propendan a la comprensión y cierre del tema desarrollado.

En todos los casos se favorecerá la participación de los estudiantes, destacándose como principales técnicas para el logro de dicha participación a las siguientes:

1. Test de lectura.
2. Trabajos de identificación conceptual a partir de ejercicios grupales de trabajos con textos y material audiovisual.
3. Interpretación de cuadros de doble entrada y gráficos vinculados a las Unidades Básicas del Turismo.

La cátedra propone como instrumentos de apoyo a las clases presenciales y a las instancias de evaluación (en función del periodo particular de transición que atraviesan los alumnos de la materia), brindar apoyo a través de las siguientes herramientas:

- A. Consultas del aula virtual y presenciales.
- B. Clases de apoyo pre y post instancias de evaluación (parciales).
- C. Consultas al finalizar las clases.

Finalmente, la cátedra incorporará, a partir de 2026, un nuevo instrumento de evaluación, que servirá como insumo para el equipo docente, a fin de ajustar los contenidos del programa a la realidad de cada curso.

Se identificarán, entre otros aspectos, los temas que para los alumnos poseen mayor complejidad, la eficiencia de los métodos pedagógicos y los soportes audiovisuales, los resultados obtenidos en los trabajos grupales, que propenden a utilizar los conceptos teóricos a casos de estudio prácticos, entre otros.

Esta información será consolidada en una matriz que servirá como base para el eventual ajuste en cada anomalía detectada. La recolección de información será realizada de manera temporal en cada instancia de evaluación, las fuentes de información sugeridas serán:

- Las consultas de los alumnos realizadas de manera presencial y por aula virtual.
- Resultados de los test de lectura.
- Un cuestionario donde se consulte a los estudiantes sobre los temas objeto de las evaluaciones, lo que permitirá identificar el grado de dificultad e interés en cada caso.

La información relevada tendrá como resultado una matriz que permitirá establecer los ajustes en cada instancia de evaluación como así también comparaciones anuales y de cada curso. Su objetivo final es generar un proceso holístico en el aprendizaje y de mutua adaptación entre los Docentes y los estudiantes.

La cátedra propone prestar especial atención no solo, a la natural transición de grado en el trayecto educativo de los estudiantes, es decir; la transición existente en proceso pedagógico de la escuela a la universidad, sino también, al particular momento contextual actual de la formación universitaria, atravesado por las redes sociales y la inteligencia artificial - IA en particular.

5. DESCRIPCIÓN ANALÍTICA DE ACTIVIDADES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS

Plan de Actividades Docentes

La cátedra utilizará, como soporte a las clases presenciales, un espacio virtual cuyas funciones son las siguientes:

- a. Ser un espacio de consulta del programa, bibliografía y cronograma clase a clase.
- b. Ser receptor de los trabajos prácticos encomendados por la cátedra (actividades obligatorias tendientes a facilitar la comprensión práctica de los temas desarrollados en las clases presenciales por parte de los estudiantes. Estos trabajos prácticos forman parte de las instancias de evaluación de las cátedras).
- c. Constituir la biblioteca virtual de la cátedra, a disposición online de los alumnos con bibliografía distribuida por unidad y tema. Dicho material será previamente seleccionado por el equipo docente de la cátedra a instancias del responsable de esta.
- d. Ser una herramienta de comunicación y consulta entre el alumno y el docente.

La cátedra propone como instrumentos de apoyo a las clases presenciales y a las instancias de evaluación (en función del periodo particular de transición que atraviesan los estudiantes de la materia), brindar apoyo a través de las siguientes herramientas:

- a. Consultas a través del aula virtual.
- b. Clases de apoyo pre y post instancias de evaluación (parciales).
- c. Consultas al finalizar las clases.

Actividades del docente

- a. Exposición de temas y discusión de estos a partir de ejemplos prácticos en particular de la realidad argentina.
- b. Suministro de bibliografía y orientación en relación con los temas desarrollados a través del Aula Virtual.

- c. Presentación de ejemplos y casos prácticos con elaboración en clase de estos.
- d. Fomento de lecturas de contenido específico turístico.

Actividades de los estudiantes

- 1. Lectura de textos básicos y material sugerido
- 2. Interpretación de cuadros de doble entrada y gráficos vinculados a las unidades básicas del turismo.
- 3. Seguimiento de temas a través de publicaciones periódicas.
- 4. Trabajos de identificación conceptual a partir de ejercicios presentados en el Aula Virtual
- 5. Actividades detalladas en el Plan de Actividades Docentes.

6. FORMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación de los alumnos se realizará de acuerdo a las **Ord. 189/25** y se conformará de la siguiente manera:

Se llevarán a cabo al menos dos (2) evaluaciones parciales, a las cuales podrán adicionarse actividades individuales y grupales definidas por la cátedra. Dichas evaluaciones se considerarán aprobadas cuando el/la estudiante obtenga una calificación igual o superior a cuatro (4) puntos.

Para cada una de las evaluaciones parciales y durante el período de dictado de los cursos, se ofrecerá una (1) instancia de recuperación. A esta instancia de recuperación podrán acceder aquellos estudiantes que hayan obtenido una calificación inferior a cuatro (4) puntos o aquellos que no se hubieren presentado a la primera instancia ofrecida. Las evaluaciones recuperatorias se considerarán aprobadas cuando el/la estudiante obtenga una calificación igual o superior a cuatro (4) puntos.

Para la aprobación de la cursada se deberá:

- Cumplir como mínimo con el 70% de asistencia a las clases dictadas.

- Aprobar las evaluaciones parciales en cualquiera de las instancias previstas con nota mínima de cuatro (4) puntos.

Para obtener la acreditación de la asignatura bajo la modalidad por promoción sin examen final, deberá:

- Cumplir con el requisito de asistencia del 70% mencionado.
- Aprobar las evaluaciones parciales (en sus instancias originales y/o en sus respectivos recuperatorios) durante el período de dictado del curso.
- Aprobar la segunda (2°) o última evaluación parcial (en su instancia original y/o en su respectivo recuperatorio) con nota mínima de seis (6) puntos.
- Obtener una nota media igual o superior a siete (7) puntos entre las instancias previstas en el presente régimen, sin promediar entre sí las notas de las mencionadas instancias.

Los/las estudiantes que hubiesen tenido que rendir en la instancia de Recuperatorio General alguna o la totalidad de las evaluaciones parciales no podrán acceder a la promoción de la asignatura sin examen final.

El/la estudiante, para obtener la acreditación asignaturas bajo la modalidad por curso regular con examen final, deberá:

- Cumplir con los requisitos para la aprobación de la cursada mencionados.
- Aprobar la evaluación final con una calificación igual o superior a cuatro (4) puntos.

7. BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria

Altés Machín, C. (1995). Marketing y turismo. Editorial Síntesis, S.A.

Arnandis-i-Agramunt, R. (2018). Una revisión a la planificación de los recursos: sobre los enfoques de evaluación y los modelos de adaptación al uso turístico. Investigaciones Turísticas, (15), 168-197.

- Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo, ¿una posible ciencia social de los viajes? PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8(4).
- Benavides, G. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 15(29).
- Beltrán-Bueno, M. C., y Parra-Meroño, M. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Cuadernos de Turismo, (39), 41-65.
- Benseny, G. (2019). Demanda turística en Argentina. [Material de Cátedra]. Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. En CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, América Latina: cidade, campo e turismo. CLACSO.
- Boullón, R. (1985). Precisiones conceptuales. En R. Boullón, Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas.
- Campodonico, R., y Chadar, L. (2017). El abordaje interdisciplinario en el turismo. El campo de análisis TEMA como propuesta metodológica. Estudios y Perspectivas en Turismo, 26(2).
- Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada. El Periplo Sustentable, (11), 5-21.
- Castañeda, A., y Castillo Nechar, M. (2020). Análisis del carácter científico del turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo, 29, 627-646.
- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. Cuadernos de Política Exterior Argentina (Nueva Época), (131), 115-118.
- Castillo Nechar, M. (2017). Epistemología del turismo. Regiones y Desarrollo Sustentable, 17(33).
- Correa, P., Valencia-Arias, A., Garcés-Giraldo, L. F., Castañeda-Rodríguez, L. D. R., Moreno-López, G. A., y Benjumea-Arias, M. (2023). Tendencias en el uso de inteligencia artificial en el sector del turismo. Revista Turismo & Desenvolvimento, 40, 81-92.

Díez, V. (2020). El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: vigencias, críticas y adaptaciones al modelo de Butler. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 17(1).

Díaz, E. (2008). Aspectos macroeconómicos del turismo. [Material de cátedra]. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

Faraldo, J. M. (2013). Introducción a la historia del turismo. Síntesis.

Fernández Alcantud, A., y García Moreno, B. (2021). Los destinos turísticos inteligentes: el pilar de la recuperación turística. Instituto de Investigaciones en Turismo, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

Figuerola Palomo, M. (1985). Teoría económica del turismo. Alianza Editorial, S.A.

Flores Ruiz, D., y Barroso González, M. (2012). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. *Revista de Economía Mundial*, (32).

Forno, J. (s.f.). Ciencia y Tecnología. [Documento de cátedra].

García, A. (2013). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de Turismo. *Revista Notas en Turismo y Economía*, (4).

García, A. (2013). Sistema Turístico. [Documento de cátedra]. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

García, A. (2012). Efectos económicos y socioculturales del turismo. Otros efectos del turismo. [Presentación para la clase pública de oposición y antecedentes]. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

García, A. (s.f.). El Orden Internacional. [Material de cátedra, Seminario Turismo y Relaciones Internacionales]. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas (UNLP-FCE)

García, A. (s.f.). Concepto de I y II Ley de la Termodinámica aplicable a la Teoría General de los Sistemas. [Material de cátedra]. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas (UNLP-FCE).

- Garrido, S. (2018). Diseño de productos turísticos. Ediciones Paraninfo S.A.
- González Olmos, B., y Velasco Gimeno, M. (2021). Nuevas fuentes de información para la medición del turismo. *Revista Índice*, (81).
- Guerrero Rodríguez, R., y Díaz Pacheco, Á. (2024). Una agenda de investigación actualizada sobre la relación entre la IA y el turismo. *Dimensiones turísticas*, 8.
- Hernández Vargas, C., y Pinillos Castillo, W. (2019). Impactos del Turismo. En C. Hernández Vargas & W. Pinillos Castillo, *Sensibilización turística y turismo sostenible y diseño de producto turístico*. Universidad de Cundinamarca.
- Hernández Vargas, C., y Pinillos Castillo, W. (2019). Turismo y Desarrollo Sostenible. En C. Hernández Vargas & W. Pinillos Castillo, *Sensibilización turística y turismo sostenible y diseño de producto turístico*. Universidad de Cundinamarca.
- Hidalgo Moratal, M. (2018). El turismo como factor de desarrollo en el capitalismo del siglo XXI: impactos sociales y ambientales. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, (28), 57-76.
- Hiernaux Nicolas, D. (2020). Nuevas encrucijadas para el turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29, 996–1011.
- Jafar Jafari. (2005). El turismo como disciplina científica. *Revista Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.
- Jiménez, A. (2018). Turismo y empleo: luces y sombras. *Harvard Deusto Business Review*, (284), 8-14.
- Kuhn, T. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas* (2a. ed.). Fondo de Cultura Económica.
- La Valle, N., y García, A. (2013). La cadena de valor del turismo. [Documento de cátedra]. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.
- La Valle, N. (2013). *Política Turística: cuestiones sobre autonomía e interdependencia* [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata].

Ley Nacional de Turismo N° 25997. (2005). Anexo I. Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT) de la OMT.

Llontop Ramos, V. (2021). El marketing digital y la promoción del turismo local. Business Innova Sciences: Revista de Ciencias Empresariales, 2(2).

López Palomeque, F., Vera Rebollo, J. F., Torres Delgado, A., y Ivars Baidal, J. A. (2022). El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario. Ediciones Trea; Publicacions de la Universitat de València.

Moreno Melgarejo, A., Sariego López, I., y Ávila Bercial, R. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, (25).

Moreno-Izquierdo, L., Más-Ferrando, A., Suárez-Tostado, M., y Ramón-Rodríguez, A. (2022). Reinención del turismo en clave de inteligencia artificial (Apuntes FEDEA, 2022/19). Fundación de Estudios de Economía Aplicada (FEDEA)

Oliver, R. (2005). CST de la Argentina. [Curso SBEST. Excelencia en la Gestión de Destinos Turísticos].

Organización Mundial del Turismo. (1998). Cuenta Satélite del Turismo: Marco Conceptual. OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2001). Cuenta Satélite de Turismo (CST): un proyecto en desarrollo. La Cuenta Satélite de Turismo como proceso continuo: pasado, presente y futuros desarrollos. OMT.

Organización Mundial del Turismo. (1998). Cuenta Satélite del Turismo: Marco Conceptual. OMT.

Pacherres Nolivos, S., Vergara Romero, A., y Sorhegui Ortega, R. A. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. Revista Científica Ecociencia, 7(2), 1–20.

Padrón Ávila, H. (2020). La medición del impacto económico del turismo: Metodología y principales resultados de la Cuenta Satélite del Turismo en la Unión Europea. *Investigaciones Turísticas*, (20), 79-96.

Pulido Fernández, J. I. (Coord.). (2013). *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Universidad Internacional de Andalucía, Servicio de Publicaciones.

Quevedo López, A. (2019). *Métodos de inteligencia artificial aplicados a datos de turismo* [Tesis de máster, Universidad Autónoma de Madrid]. Repositorio Institucional UAM.

Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Retos - Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17).

Ramón Fernández, F. (2022). Inteligencia artificial y su aplicación al turismo. *Revista General de Derecho del Turismo*, 6, 1–48.

Reverté González, F. (2012). *Destinos turísticos: concepto y estructura*. Fundación UNWTO, THEMIS.

Robayo Acuña, P., y Moros Ochoa, A. (2019). Determinantes de la gestión de la innovación en los servicios de turismo.

Rodríguez-Hidalgo, A. B., Tamayo Salcedo, A. L., y Castro-Ricalde, D. (2023). Marketing de Influencers en el turismo: Una revisión sistemática de literatura. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 99–125.

Román, R. (2019). Gestión del turismo en Áreas Naturales Protegidas. *InnovaG*, 5, 21-30.

Saeteros Hernández, A., Da Silva, E., y Flores Sánchez, M. (2019). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas para su medición. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 901- 914.

Sáez Cala, A., Martín, P., y Pulido, J. I. (Coords.). (2006). *Estructura económica del turismo*. Editorial Síntesis S.A.

Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N., y Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Ciencia Digital*, 2(4), 50-61.

Sancho, A. (Coord.). (1998). Introducción al turismo. OMT.

Sancho, A. (Coord.). (1998). Turismo: conceptos y definiciones. En A. Sancho (Coord.), Introducción al turismo (cap. 2, pp. 48-51). OMT.

Sánchez Valdés, A., Vargas Martínez, E., y Castillo Nechar, M. (2017). Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: una reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 20(38).

Santana, M. A., & Hernández, N. Y. (2020). Medición de impactos y planificación turística: ¿tecnología o política? *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(1), 61-78.

Saussure, F. de. (2013). Curso de lingüística general. Terramar Ediciones.

Schenkel, E., y Ercolani, P. (2018). El acceso al turismo en Argentina en la última década: entre la democratización y la inequidad. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 8(2).

Stanley C. Plog. (1974). Why destination and areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.

Urreta, E. (2019). Diseño de productos y servicios turísticos locales. Ediciones Paraninfo S.A.

Verdecia-Rosales, A. (2018). Tendencias del consumidor digital para el producto turístico. *REDEL Revista Granmense de Desarrollo Local*, 2(3).

Villagómez Buele, C., Campoverde González, C., y Arteaga Peñafiel, M. (2018). Análisis de la demanda turística desde el punto de vista de la motivación y satisfacción de su gastronomía. El caso Salinas, Ecuador. *HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación*, 2(1).

Vogeler Ruiz, C., y Hernández Armand, E. (2018). Introducción al turismo: Análisis y estructura. Universidad Ramón Areces.

Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo: Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(1), 149-170.

