

**JORNADAS DE TURISMO**  
**UNIVERSIDAD DE HUELVA. 19 de abril de 2005.**

**CONCEPTO DE TURISMO, EL PRODUCTO TURÍSTICO, DE LA  
EMPRESA TURÍSTICA Y DEL TURISTA.**

**I**

**EL ENFOQUE SOCIOLÓGICO DEL TURISMO**

Lo más común, cuando hablamos de Turismo, es que generalmente solemos usar, en la actualidad, un enfoque económico del mismo y concluimos que su salud es buena o no lo es tanto, de conformidad con las cantidades que manejemos y con el incremento interanual que éstas ofrezcan: número de visitantes, número de turistas, saldos entre ingresos y pagos por turismo, número de empleos directos e indirectos que genera el sector, número de empresas que comprende el sector, saldos positivos en la balanza internacional de pagos turística, etc. He revisado los últimos datos estadísticos que sobre Turismo nos ofrece el Instituto Nacional de Estadística y éstos son los números más importantes y recientes:

Número de visitantes: 85.695.342 (año 2004)

Número de turistas: 53.598.827 (año 2004)

Número de excursionistas o visitantes del día: 32.096.515 (año 2004)

Cuenta corriente. Turismo y Viajes. Ingresos: 37.250 (millones de euros) (2004)

Cuenta corriente. Turismo y Viajes. Pagos: 8.907 (millones de euros) (2004)

Saldo: 28.343 (millones de euros). (2004)

El promedio de gasto por turista es aproximadamente de 740 euros.

Cobertura de déficit comercial: 55%.

Cierto es que, con un enfoque económico del Turismo, como en la actualidad se hace, no sólo para el mundo de la empresa, sino para el universo académico de las instituciones educativas, el manejo de estos y otros muchos datos, que podríamos añadir, es fundamental para conocer si el turismo tiene buena o mala salud en nuestro país, en nuestra comunidad o en una zona específica.

Pero lo que consideramos inquietante, desde nuestra exposición, no es el hecho de que se preste atención a los datos económicos que ofrece el análisis del Turismo, sino que estos datos no responden a la realidad, porque generalmente, en el tratamiento de esta actividad, como objeto de estudio, investigación, enseñanza y hasta de política turística, se ha procedido con un criterio desacertado, tanto en el seno de las instituciones educativas, como también dentro de aquellos organismos, instituciones, sociedades y empresas que se encargan de su regulación o análisis. Sencillamente, según nuestra visión y enfoque del Turismo o de la Economía del Turismo esos datos no son correctos.

Por otra parte, es también inquietante que, como consecuencia de lo mismo, y deslumbrados por los números colosales que ofrece el Turismo, analizado desde un enfoque económico de demanda, todavía, a estas alturas del siglo XXI, los

programas de la carrera de Turismo (Diplomatura) insistan prácticamente, en un alto porcentaje, en contenidos económicos y empresariales, dotando a estos estudios prácticamente de los mismos contenidos, aunque más básicos, que se exigen en esas carreras universitarias (Economía o Empresariales), aunque añadiendo, por otra parte, a estos mismos contenidos, otras innumerables cargas académicas, como para dar razón de ser a estas enseñanzas, ya que se entiende que el Turismo es un fenómeno o una actividad específica y diferenciada, y su estudio debe fundamentarse sobre un nuevo tipo de cultura, pues, de lo contrario, no tendría sentido una carrera de Turismo independiente, sino bastaría un añadido o una Especialidad en las carreras de Administración de Empresas o en la misma carrera de Economía.

Así pues, se han incorporado, desde siempre, a estos programas materias muy diversas, que van desde la historia a la geografía, desde la promoción y publicidad a las técnicas de producción, desde los idiomas a la planificación, desde la legislación turística a la estructura de los mercados, desde la gastronomía a la cibernética, etc. Y me atrevería a asegurar que estos apéndices no han terminado. Quizá, en un futuro próximo, encontremos en la carrera o en seminarios, anejos a la misma, nuevos contenidos, tales como diseño de habitaciones, animación, medioambiente, museística, protocolo, antropología, sociología, psicología, relaciones humanas, etc. No acabaríamos nunca, en tanto se tenga la idea de que Turismo es todo, porque todo puede ser objeto de demanda de los turistas. Y ello no es casual, es que nuestros programadores académicos andan lejos de conocer lo que verdaderamente es Turismo y le vienen negando a esta nueva realidad un campo propio, pues la consideran como un apéndice, página o capítulo de otras

ciencias sociales. Y la base del problema se encuentra en que, a estas alturas, no hemos limitado aún el producto turístico. Mientras producto turístico pueda ser todo bien o servicio que demande el turista, tampoco el Turismo, como cuerpo de conocimientos, está limitado, ni la empresa turística, ni el sector turístico, ni los estudios turísticos.

Los productos turísticos son, según la visión actual, inabarcables. Los hay clásicos, modernos y contemporáneos. Los hay viejos, nuevos y novísimos. Pueden ir desde un alojamiento hasta la alimentación, desde un viaje hasta un museo, desde una iglesia a un castillo, desde una playa hasta la Costa Verde, desde el canotaje hasta el puenting, desde unas Olimpiadas hasta un crucero, etc. Basta, como dice la doctrina y los Organismos Oficiales de Turismo, con que sean demandados mayoritariamente por los turistas.

Si partimos de este principio, se hace necesario que la carrera de Turismo prepare a los estudiantes en el conocimiento de todos estos productos y en las técnicas de compra, producción y venta de los mismos, y en el manejo o administración de todas aquellas empresas que los elaboran y los ofrecen a los turistas para su consumo. Todo lo cual hace del contenido de esta carrera un terreno abrupto y sobrecargado, en el que, en el transcurso tan sólo de tres años, los estudiantes no logran abarcar tan ingente contenido, pese a su gran esfuerzo, resultando, entre otras consecuencias, que se tiene la impresión por parte de los mismos estudiantes, de aquí y de allá, y de los propios empresarios, de aquí y de allá, de que en los centros de formación se forman buenos generalistas, pero pocos especialistas en algo concreto, pues los egresados no dominan idiomas, como los filólogos, no

dominan la economía de la empresa, como los economistas, no conocen as técnicas como los expertos profesionales, no son buenos publicistas, como los licenciados en publicidad, no entienden la geografía turística, que, por cierto, tiene sus notables diferencias con la geografía general, etc. En consecuencia, los estudiantes deben iniciar un nuevo periodo en la empresa en que concretamente vayan a desarrollarse posteriormente como profesionales.

Y ocurre que, mientras, a nivel superior, los centros de enseñanza se esfuerzan en abarcar materias, bien sean troncales o de libre disposición, bien sea en los programas básicos o en Seminarios, Especialidades o Máster, la formación específica que se requiere para el conocimiento de ciertos productos que demandan los turistas y el manejo, al menos departamental, de las empresas que los elaboran, se nos va a otros centros de formación profesional, en los que la familia de la Hotelería y Turismo se ha enriquecido y sectorizado ampliamente.

Yo mismo me hago la siguiente consideración. Si la Universidad supuestamente imparte, en la carrera de Turismo, el nivel superior, no debe ofrecer este nivel sólo en las materias que ya están consolidadas en otra áreas, como puede ser el Derecho, la Contabilidad o la Economía, y ofrecer una enseñanza más bien pobre de las materias que constituyen la verdadera esencia del Turismo. Ni debe abarcar, tantas facetas como, erróneamente, se le han atribuido al Turismo, convirtiendo su estudio en una serie de conocimientos heterogéneos y complejos. Es urgente, por tanto, encontrar un producto específico, sólo para turistas y hallar la empresa concreta que lo elabora. Ésa sería la primera tala que nos permitiría ver el bosque del Turismo. Después, es necesario conocer la complejidad que existe en las

técnicas de compra de materia prima, elaboración y venta de ese producto turístico y la naturaleza y estructura que presenta esa empresa. Finalmente, si se demuestra la incidencia fundamental de ese producto en la realidad socioeconómica, política y cultural de la vida de los países, habrá que construir un plan de estudios e impartir la enseñanza del mismo en los centros de formación, al nivel académico que corresponda.

Mas tratemos de discurrir por este campo, cuya cultura es reciente, y tratemos de presentar con toda veracidad, no sólo lo más próximo y tangible, sino asimismo el horizonte que se vislumbra para el futuro, si siguiéramos con estos actuales planteamientos en las enseñanzas turísticas.

El análisis del Turismo como una realidad científica se inicia en Alemania, en la primera mitad del siglo XX, en la llamada Escuela de Glùcksmann por ser éste uno de los pioneros de los estudios turísticos en aquella etapa. Ciertamente no podemos hablar de Escuela, sino más bien del conjunto de una serie de economistas que publicaron sus trabajos sobre el Turismo en la Universidad de Berlín. La mayoría de ellos coincidían en que el turismo era una **realidad social de comunicación**, a través de la que se producía una serie de intercambios culturales entre los viajeros y los residentes. Glùcksmann definía el Turismo, en una primera etapa, **como vencimiento del espacio**, posiblemente por las dificultades que el viaje, en aquellos momentos, ofrecía. Sin embargo, posteriormente, dio una definición claramente sociológica del Turismo, en la que el viaje y el tráfico de viajeros pasaba a un segundo término en su definición. Decía que **quien confunde el Turismo con el tráfico de viajeros se equivoca, pues el Turismo se inicia,**

*cuando el viaje termina.* Entendemos, según esta definición de Glucksmann, que las relaciones sociales, los intercambios, la comunicación entre los que acceden a un lugar (los turistas) y los que habitualmente residen en ese lugar, ocurren y se desarrollan, cuando el viaje termina, *en el puerto del Turismo*, en expresión del mismo Glucksmann, es, decir cuando los que llegan y los que están se ponen en contacto.

Coinciden con Glucksmann, en este enfoque sociológico, casi todos los autores de la llamada Escuela de Berlín, salvo los pocos que se apuntan a otra corriente diferente, en la que se hace hincapié, en esos años de la primera mitad del siglo XX, en el aspecto esencialmente económico del Turismo. Con una acertada visión de futuro Von Schuller comienza a reseñar, en el concepto de Turismo, la sobresaliente incidencia de éste en la economía, tal vez porque ya el Turismo había demostrado su eficacia en la malograda economía americana y mundial, después de la caída de la Bolsa de Nueva York, en el llamado Septiembre Negro.

Walter Hunziker y Kurt Krapf, profesores suizos de la Universidad de Berna, tratan de conciliar ambas corrientes y ofrecen una definición de Turismo que llega hasta nuestros días y que se considera como la más utilizada en Universidades y Centros de Formación turística y que fue aceptada, en su día, por la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST). Dice así: *“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa”*

En definitiva, podemos observar claramente el enfoque sociológico del Turismo en la mayoría de todas estas definiciones, durante la primera mitad del siglo XX. Este enfoque sociológico supone el enfoque del Turismo desde el sujeto del mismo, es decir, desde el turista. El turista, es decir, el hombre, se convierte en el centro de atención y sólo se resaltan sus relaciones, influencias y afecciones en las conductas de los demás.

Tanto los centros que se han dedicado a la formación turística, desde un enfoque sociológico, como los investigadores y la comunidad científica en general, que han enfocado la actividad turística desde el enfoque sociológico, nos han ofrecido importantes resultados, pero casi siempre resaltando los efectos que el Turismo produce en los habitantes de los núcleos receptores, en su cultura, en sus hábitos, sus costumbres, su ética, su economía, su progreso, etc. y obviando, generalmente, cuáles han sido los efectos y cambios sociológicos que los habitantes de los núcleos receptores han producido, a su vez, en los grupos sociales que los visitan, es decir, en las corrientes turísticas, quizá por la gran dificultad que conlleva el seguimiento posterior de los turistas, cuando vuelven a sus lugares de origen, ya que éstos pueden encontrarse a miles de kilómetros de distancia, lo que complica la investigación.

Por tanto, hasta ahora, la llamada Sociología del Turismo se ha centrado fundamentalmente en el estudio e investigación de los efectos producidos por el Turismo sobre los habitantes o colectividades visitadas – población autóctona e inmigrante --, más que en los efectos y cambios que, por efecto



del Turismo, se producen en las comunidades o grupos que visitan, es decir, en las corrientes turísticas, ya sean estos efectos de carácter psicológico, sociológico, cultural, económico, político, jurídico, etc.

Disponemos, pues, de una Sociología del Turismo chata, radicada y aplicada exclusivamente en los núcleos receptores o en los lugares de consumo turístico y carecemos de una Sociología del Turismo que analice los efectos del Turismo sobre los propios turistas, como consecuencia de sus relaciones con otros grupos sociales, antes de emprender el viaje, durante el mismo viaje y la permanencia en los núcleos receptores o, incluso, una vez concluido el tour. Aunque para decir esto que digo haya que admitir previamente que una persona puede ser turista, incluso sin haber salido todavía de su lugar habitual de residencia. Basta con que haya adquirido en firme el producto turístico, aunque aún no lo haya consumido. Lo mismo que se es estudiante, desde que un joven realiza en firme su inscripción en un centro, es decir, ha adquirido un **plan educativo**, aunque aún no haya consumido ninguno de los inputs, a los que le da derecho este plan, es decir, su matrícula oficial: clases, tutorías, uso de la biblioteca, uso de zonas de descanso, cafetería, proyectores, etc. Pero esta afirmación choca frontalmente contra los padres del Turismo.

Quizá no admitamos esto por tres razones fundamentales:

La primera, porque generalmente se ha confundido el lugar de producción turística con el lugar de consumo turístico. Se piensa que el lugar de producción turística y el de consumo turístico coinciden, es decir, son los

misimos. Así, se sostiene que Huelva, por ejemplo, es una ciudad, en la que se produce Turismo (alojamiento, alimentación, recreación, artesanía, etc.) y es una ciudad asimismo en la que se consume Turismo por parte de los turistas que llegan a ella. Por lo tanto, turista es sólo aquella persona que llega a Huelva, permanece en ella al menos 24 horas y adquiere los productos que Huelva elabora, cualquiera que sea su naturaleza, pero que, en manos de los turistas, todos pasan a denominarse turísticos. Es más, algunos autores llegan a decir que la producción y el consumo turístico no sólo se dan en el mismo lugar, sino que son paralelos o inseparables, es decir, no hay producción, si simultáneamente no hay consumo. Un alojamiento hotelero no se produce, si no existe la demanda del mismo al mismo tiempo.

Sin embargo, para nosotros el lugar de producción turística es aquél, donde se elabora el producto turístico, que no es el alojamiento, el transporte o la alimentación, porque ninguno de estos productos tienen alguna específica señal que los bautice como turísticos y pueden ser utilizados por turistas y no turistas. Por otra parte, el lugar del consumo turístico es aquél otro lugar, diferente al de la producción turística, donde posteriormente se consumen los inputs que componen el producto turístico, a cuyo disfrute tiene derecho el comprador, y que se hallan ubicados en lugares diferentes a los de producción de Turismo, por lo que los compradores del producto deben desplazarse para su consumo. Gráficamente sería así: los inputs o materia prima, con los que se elabora el producto turístico, están siempre ubicados en lugares diferentes de aquéllos otros, en los que se elabora el producto turístico. Un ejemplo: un señor compra un paquete turístico (producto turístico) en una Agencia de

Viaje de Salamanca y viene a Huelva, como lugar de destino, a disfrutar de los inputs o servicios, a los que le da derecho su título de compra, adquirido en Salamanca. Vemos que el lugar de la producción del paquete (Salamanca) no coincide con el lugar del consumo de los servicios o inputs, con los que se elaboró el paquete (Huelva). O un estudiante formaliza una matrícula en la Universidad de Huelva para hacer una Maestría en Turismo en la Universidad de Cornell (E.U.) El producto, el plan educativo, lo adquiere en Huelva, pero lo consume en Estados Unidos, pues allí están los inputs (clases, titulación, etc.), a los que da derecho su plan educativo.

La segunda, porque es más fácil para la investigación sociológica hurgar en los cambios y fenómenos que se producen en los habitantes o residentes de los lugares de destino turístico, a donde acuden las corrientes turísticas, que peregrinar o llevar la investigación sobre estos cambios y efectos a los propios turistas, cuando sabemos que éstos sólo permanecen temporalmente en los núcleos receptores. Posteriormente, las corrientes turísticas se atomizan, al volver a sus lugares de residencia habitual. Tendríamos que ir a estudiar estos cambios y efectos sobre los turistas a los lugares de residencia habitual de los mismos. Por ello solemos hablar de los cambios que el Turismo ha generado en la poblaciones receptoras y olvidamos los cambios que, supuestamente, la población receptora ha provocado en sus visitantes. Así lo vemos en las obras de Fernández Marcos, Fernández Fúster, Arrillaga, Duocastella, Ives Tinard, Hans Knebel, de Borja Solé, etc.

Tercero, porque oficialmente sólo se considera turista a aquella persona que permanece fuera de su lugar habitual de residencia al menos 24 horas y cuyas motivaciones son el ocio, el negocio u otras. Jamás hemos encontrado, salvo en el doctor Francisco Muñoz de Escalona, la afirmación tajante de que el turista empieza a serlo en su propio lugar de residencia habitual. En este orden de cosas, uno es turista, no sólo desde que sale del país y permanece al menos 24 horas en otro lugar, sino desde el momento en que adquiere en firme el verdadero producto turístico, o lo que es lo mismo, cuando empieza a ser sujeto de derechos y obligaciones para luego ir consumir los ingredientes o inputs que configuran su derecho o plan de viaje fuera de su lugar habitual de permanencia.

Así pues, la Sociología del Turismo ha olvidado el lugar de la producción turística y sólo se ha detenido en el campo del consumo turístico. En el campo de la producción turística, ha olvidado las relaciones y efectos que se producen entre las verdaderas empresas turísticas, que no son otras, sino las elaboradoras del producto turístico (Agencias de Viaje Mayoristas y Turoperadores) y las empresas facilitadoras e incentivadoras de inputs para la fabricación del producto turístico (los hoteles, las empresas de transporte, las empresas de alimentación, de recreación, etc.); ha olvidado las relaciones entre los compradores de paquetes turísticos (turistas) y las empresas vendedoras de los mismos (Agencias minoristas); y ha olvidado asimismo las relaciones y fenómenos entre los mismos compradores de paquetes, desde el momento mismo que los adquieren en sus lugares de residencia habitual, en donde ya son turistas.

Sin embargo la doctrina y la comunidad científica en general, hasta ahora, consideran que un producto turístico es *todo bien o servicio que se adquiere mayoritariamente por el turista, en los lugares de destino o núcleos receptores, con independencia de la naturaleza de este bien o servicio*. Es decir, que para la doctrina producto turístico es todo lo que adquiere una persona fuera de su lugar de permanencia habitual, siempre que este desplazamiento temporal responda a unas determinadas motivaciones. Para la doctrina actual este producto es heterogéneo y complejo. Puede ir, como ya hemos indicado, desde una habitación de hotel hasta una ruta a caballo, basta con que mayoritariamente lo demande o consuma el turista, lo que hace, en expresión de muchos autores, que el Turismo sea una disciplina asimismo compleja.

\*\*\*\*\*

## II

### LA TEORÍA ECONÓMICA DE LA OFERTA

En la segunda mitad del siglo XX, generalmente, no se define ya al Turismo como *“conjunto de relaciones y fenómenos”*, sino que los economistas hablan de *“conjunto de bienes y servicios”*. Pareciera, entonces, que la actividad turística, con independencia de su realidad social, hubiese entrado con firmeza, finalmente, en el campo de la economía, dado sus efectos sobresalientes en este campo. Y pareciera, también, que se enfocase ahora el Turismo desde el producto y no desde la demanda o turista, es decir, desde la oferta, al hablarse de bienes y servicios. Sin embargo, los economistas generalmente terminaban sus definiciones, dando una especie de voltereta, señalando que el Turismo está constituido por *“el conjunto de bienes y servicios **que demandan los turistas**, (sólo los que demanden los turistas) durante sus viajes y estancias temporales, en los lugares de destino”*, con lo que volvemos al enfoque sociológico o, si se prefiere, a un enfoque económico de demanda o desde el propio turista, que es, al fin de cuentas, quien va a determinar cuáles van a ser los productos turísticos, lo que nos ha llevado a innumerables contradicciones y contingencias. Y, como todos sabemos, lo contingente es enemigo de la ciencia.

Desde este enfoque económico de demanda la contingencia del producto turístico es notable, ya que lo que hoy puede ser producto turístico, porque mayoritariamente lo demanden los turistas, ayer pudo no ser turístico o mañana puede dejar de serlo, si los turistas cambian o pervierten sus gustos o modas. Así,

pues, la teoría económica de la oferta turística, introducida por los economistas en la segunda mitad del siglo XX, entraba de nuevo en el terreno de la Sociología, por utilizar un enfoque económico de demanda.

La actual definición de Turismo, extraída del bloque de los economistas del siglo XX, nos lleva, en todo caso, a estas consideraciones:

1.- Se trata de una definición del Turismo que pretende basarse en la oferta o el producto y, por tanto, intenta incluir el Turismo en el terreno de la Economía. Pero este nuevo enfoque económico es desde la demanda, es decir, desde el turista, y, por tanto, se trata, en definitiva, de un enfoque sociológico, porque sigue siendo el turista el que determina cuáles sean los bienes y servicios turísticos, según sus necesidades en cada periodo de tiempo.

2.-Pero ¿cuáles son estos bienes y servicios? Evidentemente los que el turista mayoritariamente demande.

3.- Al tratarse de **bienes y servicios**, ocurre la primera contradicción: el producto turístico se encuentra entonces ubicado, tanto en el sector primario, como en el secundario o en el terciario, ya que el turista, en el núcleo receptor, tiene el mismo comportamiento que los residentes de ese núcleo, y sus necesidades son prácticamente las mismas, es decir, solicita bienes materiales, incluidos en el sector primario y secundario, y servicios, ubicados en el sector terciario.

La última definición de Turismo, aportada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), en las reuniones de la Conferencia Internacional, celebrada en Ottawa (junio,1991) cae, una vez más, en el enfoque económico de demanda. Esta definición de la OMT, con la que no coincidimos en absoluto, no nos aporta apenas nada nuevo y señala que Turismo es **“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos”**

Es decir que, desde la definición de Hunziker y Krapf, en 1942, no hemos avanzado nada, salvo en cuanto a la duración del viaje (ahora prácticamente hasta 12 meses) y en cuanto a las motivaciones que, actualmente, según la definición que aporta la O.M.T., resultan más amplias: ocio, negocio y otras.

Mas, si queremos una definición de Turismo que se sustente sobre el producto, se precisa **UNA NUEVA TEORÍA ECONÓMICA DE LA OFERTA**. Como ocurre en cualquiera definición económica, tendremos que precisar cuál sea el producto turístico verdadero, con independencia de que lo soliciten o no los turistas, bien de forma mayoritaria o minoritaria.

Y de la misma manera que definimos la actividad económica automovilística o editorial como la producción y consumo de vehículos o de libros, así la actividad económico-turística debe ser definida como la elaboración y consumo del verdadero producto turístico, que no debe ser el que demanden



los turistas, sino aquél que, con independencia de su demanda, es esencialmente y “per se” turístico.

Lo que de entrada no podemos admitir sólo para justificar lo injustificable es el hecho de atribuir al Turismo una complejidad que no tiene y que sólo le viene dada por la incapacidad que han demostrado nuestros clásicos y neoclásicos y, en general, la comunidad científica, de aceptar con humildad, como decía Karl R. Popper (1962 y 1973), el hecho de que el Turismo es una actividad económica simple, pese a esa literatura ampulosa, con la que se le ha arropado, fruto del ofuscamiento en el que se ha caído, como consecuencia de los números colosales que aparentemente mueve esta actividad, referidos, tanto al volumen de desplazamientos internos o domésticos e internacionales, como a las cifras de ingresos y egresos que se manejan.

Mas, si con humildad científica, ubicamos la actividad turística en sus propias coordenadas, nos daremos cuenta de que, por mucho que sus cifras sean crecidas, ello no fundamenta el coloso que venimos generando y no resulta más complejo el Turismo que cualquiera otra actividad económica importante.

Ahora bien, si consideráramos que la actividad turística se nutre de cuantos bienes y servicios el turista mayoritariamente demanda, esta actividad se convierte en otra pequeña economía general, o “minieconomía”, como señala Manuel Figuerola (1985), ya que estos bienes y servicios ocupan los tres tradicionales sectores, en que la economía se divide: primario, secundario y

terciario y, por tanto, el Turismo se derrama por los tres sectores clásicos, en los que se divide la Economía.

Sin embargo, si consideramos que el Turismo o la actividad turística se fundamenta en la producción y consumo de un determinado **servicio** (el verdadero producto turístico) y que éste sea intrínsecamente turístico, referido por tanto al tour o a los turistas, es decir, turístico “per se”, con independencia de que sea demandado o no mayoritariamente por los turistas, lo hemos ubicado en el **sector terciario**, ocupando un determinado **subsector** del mismo, compartiendo lugar con otros servicios: los educativos, los de transporte, los de alimentación, los culturales, los de alojamiento, los de salud, etc, etc..

Manuel Figuerola, doctor en economía y especialistas en temas turísticos, afirma que no hay verdadero sector turístico (1985), lo que entendemos fácilmente, si se parte del supuesto de que **Turismo es el conjunto de bienes y servicios que demandan mayoritariamente los turistas**. Con este enfoque económico de demanda que mantiene el profesor Figuerola, no podemos determinar el producto turístico, ni una teoría de la oferta turística, pues el conjunto de esos bienes y servicios abarca toda la economía de un país o de una región y, consiguientemente, no podemos hablar ni de subsector, ni de sector turístico. El uso habitual de **sector turístico** no es más que una expresión que permite entendernos, o una fórmula para “andar por casa”. Lo más lamentable de todo ello no es ya que se pretenda negar la existencia del

sector turístico, sino que, al mismo tiempo, se niegue, dentro de la economía, un campo propio, para Turismo.

Aunque más revolucionario sería aún, aunque ello es posible en un futuro, que tratáramos de deslindar el Turismo de cualquiera otra ciencia madre (Sociología, Economía, etc.) y afirmáramos que el Turismo por sí mismo es una ciencia social autóctona, con su campo propio, sus propias lindes, sus leyes, y su solidez científica. Pienso hoy que es cuestión de tiempo, de investigación y de personas enamoradas del Turismo y de encontrarle finalmente su verdadera identidad. En esta búsqueda debo mencionar al doctor Francisco Muñoz de Escalona, investigador durante muchos años en el Centro Superior de Investigaciones Científicas de Madrid.

Mas el producto turístico no está formado por el conjunto de bienes y servicios que el turista demanda durante sus desplazamientos y estancias temporales en los lugares que visita. Si fuera así, el turista sería como el rey Midas que todo lo que tocaba lo convertía en oro. De esta manera, el producto turístico, como señala el doctor Muñoz de Escalona (1992) iría desde un alojamiento a una ruta a caballo, desde un castillo a las costas de Florida, desde un alojamiento hasta una comida. La complejidad y la heterogeneidad del producto turístico sería obvia y su marco ilimitado, pues toda la oferta económica que sirve a los nacionales serviría asimismo, tal como sucede, a los turistas.

Nuestra posición es muy diferente. **El producto turístico debe estar conformado por aquel producto de uso exclusivo de los turistas.** Desde este punto de partida, quedan fuera del producto turístico los alojamientos, que pueden servir a turistas y no turistas, la alimentación, el transporte, la información, la guianza, la recreación, los servicios culturales, deportivos o de ocio, etc., por idénticas razones.

El único producto, de uso exclusivo de turistas, es **el plan de viaje de ida y vuelta** o paquete turístico, es decir, **un servicio**, en el que se alean otros muchos servicios, procedentes de otros subsectores (transporte, alimentación, alojamiento, recreación, deporte, cultura, etc.). Este producto, el plan de viaje, que surge de la combinación de otros, tiene identidad por sí mismo y es necesario encuadrarlo en un nuevo subsector económico, diferente a aquellos otros subsectores, en los que se encuentran encuadrados sus respectivos inputs, incentivos y facilitadores. En mi tesis doctoral (Aspectos socioeconómicos y educativos en el Turismo o **UNA NUEVA SOCIOLOGÍA Y ECONOMÍA DEL TURISMO**, Universidad Pontificia de Salamanca, editada en 2005) analizo con detenimiento el producto turístico y sus verdaderas características, considerando que el producto turístico es **todo plan programado de viaje de ida y vuelta.**

Y así como una tarta pertenece al sector o subsector de la pastelería y, sin embargo, sus componentes o inputs pertenecen a otros diferentes subsectores (azucarero, avícola, lechero, etc), de la misma manera el plan programado de viaje de ida y vuelta pertenece al sector turístico y, sin embargo, sus diferentes

inputs están inmersos en otros sectores (sector alojamiento, sector alimenticio, sector transporte, etc.).

Si consideramos que el verdadero producto turístico es el plan programado de viaje de ida y vuelta (el mal llamado paquete turístico), hemos conceptualizado al Turismo con un enfoque económico de oferta y el objeto del mismo es un producto simple y, como servicio que es, está encuadrado en el sector servicios de la economía, compartiendo terreno, como hemos dicho, con otros múltiples servicios. Y esa inmensa cesta donde acumulábamos productos y productos queda sólo con un contenido: los planes programados de viaje de ida y vuelta.

Así, el producto turístico es un **producto simple y desagregado**, de exclusivo uso de turistas, que permite que exista un verdadero sector o subsector turístico, formado por toda la gama de planes programados de viaje de ida y vuelta que elaboran las Agencias de Viajes Mayoristas, fundamentalmente los Turoperadores, con independencia de que estos planes puedan elaborarlo para su autoconsumo los propios turistas, cuya producción y consumo, en este caso, no pueden analizarse dentro de una economía oficial del Turismo. Desde la creación de las Agencias de Viajes por Thomas Cook, en el año 1841, estos planes comenzaron a ser elaborados por empresas mercantiles y dejaron de ser productos propios de una economía sumergida. Los planes de viaje que aún se fabrican por los propios turistas para su autoconsumo y no se adquieren en empresas legalmente autorizadas, no son objeto de la Economía del Turismo. Incidirán naturalmente en la economía hotelera, alimentaria, del transporte,

etc., en la Economía General de un país o de una región, pero no en la Economía del Turismo.

\*\*\*\*\*

Aunque, como hemos señalado anteriormente, el Turismo ha sido enfocado fundamentalmente, a partir del siglo XX, como una actividad económica, el enfoque económico de demanda que del mismo se ha hecho, desde el que se ha pretendido construir la teoría de la oferta turística, nos ha llevado por un complejo laberinto, en el que los árboles no dejan ver el bosque.

La importancia de la actividad turística dentro del campo de Economía no ha sido entendida en su justa medida, sino que ha sobrepasado las coordenadas en que debió ser traducida, y ha sobredimensionado su propia realidad económica, ya que el producto turístico ha abarcado cuanto bien o servicio ha sido demandado mayoritariamente por los turistas, (Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (CIUAT), arrojando, de esta manera, cantidades ingentes por concepto de ingresos y pagos procedentes de dicha actividad, pues se opta, en la CIUAT, por aceptar 177 actividades, entre las que se considera que 75 son “características del turismo” y 102 sólo “relacionadas con el turismo” .

Así, por ejemplo, los pagos que el Turismo internacional realiza por la adquisición de cuantos servicios y productos hasta ahora son considerados como bienes y servicios turísticos, han sido estimados como ingresos turísticos en aquellos países que los han percibido, llegándose, por este camino, a contabilizar doblemente estos ingresos: de una parte, en la contabilidad turística; y, de otra, en otros diferentes renglones de la balanza internacional de pagos.

Sólo las Líneas Aéreas, por recomendaciones del Fondo Monetario Internacional (F.M.I.), relativas a la Balanza de Pagos, llevan sus ingresos y egresos, referidos a los pagos de pasajes de transportes internacionales, a una contabilidad propia, fuera del sector turístico, lo que es perfectamente explicable, deduciéndose de esto que en la gran cesta, que denominamos Turismo, se encuentran ciertas actividades económicas que debieran estar fuera de ella. Y así como el sector aéreo actualmente está independiente, al menos a efectos contables, de dicha cesta turística, de la misma manera debieran estar fuera las actividades económicas de alojamiento, alimentación y otras, que formarían parte de sectores diferentes al del sector turístico.

Ese gran contenido de actividades económicas integradas en Turismo arroja naturalmente cifras ingentes que, a su vez, son contabilizadas doblemente en otros sectores económicos, tales como el industrial, el comercial, etc.

Si en Turismo sólo incluyéramos la elaboración y consumo de planes programados de viaje de ida y vuelta, no sólo el sector turístico quedaría

perfectamente limitado, sino que las cifras quedarían enormemente reducidas, tanto las referidas a ingresos y egresos, como a puestos de trabajo o empleo, a inversiones, etc., b cual no afectaría para nada a los totales ingresos o egresos económicos de un determinado país, región o localidad, sino tan sólo a la ubicación contable de estos ingresos, lo que daría como resultado la iniciación y desarrollo de una verdadera economía turística y a la autonomía de otros sectores no turísticos que actualmente están indebidamente integrados en la economía del turismo. Y, consiguientemente, la carrera de Turismo entraría en otras vías bien distintas, dejando para otros estudios independientes lo que ahora se pretende contener y ubicar en los estudios turísticos. El intentar que todos estos estudios, ya existentes en diferentes carreras o programas, nutran, por otro lado, conjuntamente, aunque a menos presión, los estudios de Turismo, más aquéllos otros que se dirigen y concretan en las Agencias de Viaje, en la Hotelería, etc., es como pretender abarcar toda la ciencia con las manos o contener entre los dedos el agua de un torrente.

Si en el enfoque sociológico tradicional del Turismo encontramos lagunas, en el enfoque económico de demanda hallamos una sobredimensión de lo turístico y de sus efectos económicos, como consecuencia de no haber definido debidamente el producto turístico, la empresa turística, el sector turístico y el propio turista.

\*\*\*\*\*



### III

## LA EMPRESA TURÍSTICA

Internacionalmente se vienen considerando como empresas turísticas todas aquéllas que proporcionan al turista los servicios que necesita durante su desplazamiento y estancia temporal en los núcleos receptores. Pero como el turista en el núcleo receptor tiene un comportamiento similar al nativo y necesita de los mismos servicios que éste, todas las empresas, en principio, pueden ser turísticas. Ante tal absurda realidad se ha procedido a dividir éstas en principales o secundarias, atendiendo a conceptos tales como el uso mayoritario o minoritario de sus servicios por parte de los turistas o a que éstas presten servicios imprescindibles o no, básicos o secundarios a los mismos.

De ahí viene la clasificación de las empresas turísticas en las que constituyen la oferta básica y las que conforman la oferta complementaria (Carlos Vogeler, 1995), entendiendo que las primeras suministran aquellos bienes y servicios de carácter netamente turísticos (alojamientos, transporte, etc.) y las segundas aquellos otros servicios que, sin ser exclusivamente turísticos, son demandados por los turistas y complementan a la oferta básica (alimentación, deportes, comercio y ocio, etc.).

Clasificación ésta que no compartimos, porque, salvo las empresas que facilitan al turista el plan programado de viaje de ida y vuelta, ninguna otra ofrece servicios exclusivos a los turistas. El transporte, el alojamiento, etc. puede ofrecerse a turistas y no turistas, es decir, a turistas y a viajeros en general.

Tampoco nos sirve el criterio de consumo mayoritario por turistas, en el que se basa la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turística (CIUAT), expresado en la Conferencia de Ottawa, porque se trata de un criterio contingente, rechazable cuando de ciencia se trata. Es decir, que el criterio mayoritario nos puede servir hoy, pero no es válido a futuro, pues un servicio puede ser demandado mayoritariamente por turistas hoy, pero puede ser demandado por no turistas mañana. Piénsese en lo que está ocurriendo actualmente, por ejemplo, con el transporte y su actual demanda por la emigración o lo que ha pasado con las mal llamadas empresas turísticas de alimentación, cuyos servicios están fundamentalmente solicitados por viajeros en general, colegios, hospitales y residentes habituales de los núcleos urbanos.

Tampoco nos ayuda la legislación, cuando ésta señala cuáles deben ser consideradas como empresas turísticas. La legislación ofrece un más o menos amplio listado de las clásicas empresas que internacionalmente son consideradas empresas turísticas. Se trata de un listado abierto que reconoce como empresas turísticas aquéllas que contactan con los turistas y ofrecen sus servicios a los mismos de manera relevante y también cuantas otras en la actualidad o en el futuro los presten. El decreto 231/1965, de 14 de enero, por

el que se aprueba el “Estatuto Ordenador de las Empresas y de las Actividades Turísticas Privadas” (BOE de 20 de febrero de 1965) señala, en el capítulo primero, párrafo dos, que “se entiende por empresas turísticas privadas”

Otros autores (Hunziker y Krapf, 1942; Martín Fornoza, 1969; de Borja Solé, 1984; Figuerola Palomo, 1995; Ramírez Cavasa, 1995 y otros) han clasificado siempre las empresas turísticas, desde un enfoque de demanda o desde el turista, que es quien precisa de sus productos, y a través del cual adquieren el calificativo de turísticas.

Sin embargo, para nosotros no hay más empresa turística que aquella que ofrece sus servicios exclusivamente a los turistas. Si hemos señalado anteriormente que producto turístico no es otro que el plan programado de viaje de ida y vuelta, la empresa turística es la que elabora ese plan, es decir, las Agencias de Viajes, en tanto no actúen como intermediarias de servicios sueltos, sino como elaboradoras de planes programados de viaje de ida y vuelta y cuantas otras empresas, personas o instituciones los puedan elaborar, naturalmente de conformidad con la normativa.

Las otras empresas que consideramos tradicionalmente empresas turísticas, hoteles, transportes, restaurantes, bares, cafeterías, salas de fiestas, etc., no son más que empresas facilitadoras de insumos de Turismo, con cuyo aporte o materia prima las Agencias de Viajes elaboran el producto turístico. Tampoco debemos olvidar las empresas incentivadoras de Turismo que actúan como acicate o de estímulo a la producción turística.

En la industria automovilística, por ejemplo, las empresas de cristalería, pintura, tapizado, diseño, etc. no son empresas automovilísticas, sino empresas facilitadoras de inputs, necesarios para la fabricación del automóvil. Asimismo son empresas incentivadoras de la fabricación automovilística las empresas de seguridad vial, las de salud, las gasolineras, las empresas de parking automovilístico, las de construcción de carreteras, autovías o autopistas, etc. y, enmarcando a todas ellas, los recursos naturales de un país o una región, si estimulan a la conducción y a la producción de vehículos.

Analicemos finalmente el siguiente cuadro esquemático:

## CONCEPTO DE TURISMO

A). **Enfoque sociológico**: Desde el sujeto.

**Definición** : Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la estancia temporal de las personas en lugares distintos de su residencia habitual, motivados por el ocio y otras causas que no supongan trabajo, motivos militares, etc.

**Clasificación** : Interno, Receptivo, Emisor, Interior, Nacional, Internacional, Itinerante, Residencial, etc.

B). **Enfoque económico**: Desde la oferta o el producto.

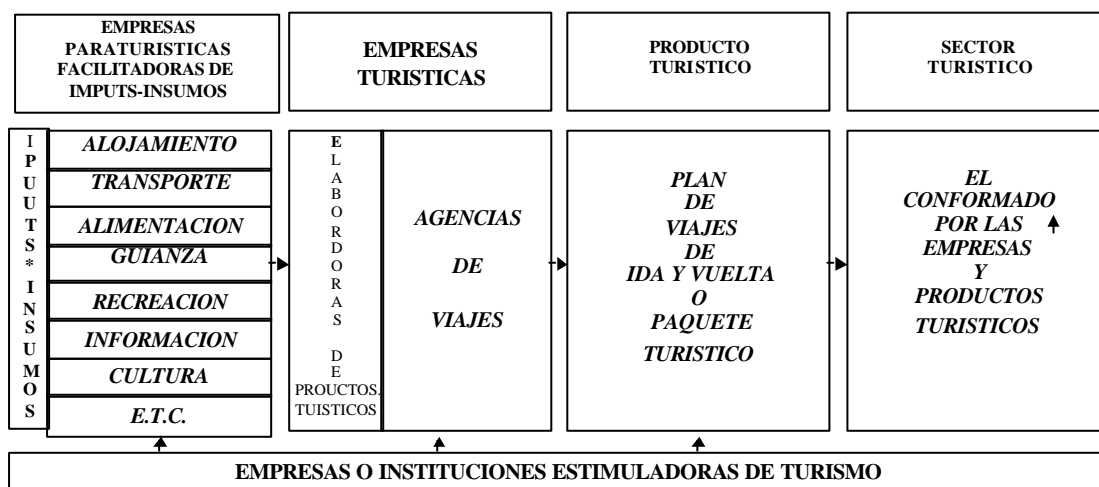
**B.1. Enfoque económico de demanda.**

**Definición:** El conjunto de bienes y servicios que demandan los turistas durante sus desplazamientos y estancias temporales fuera de su lugar de residencia habitual.

**Clasificación:** básicos (transportes, alojamientos, agencias) y complementarios (restauración, deportes, animación) en función de la demanda de los turistas.

## B.2. Enfoque económico de oferta.

**Definición:** La producción y consumo de planes programados de viaje de ida y vuelta. Así se indica en el siguiente cuadro:



### Clasificación del producto turístico con un enfoque económico de oferta :

- a) paquetes\* a la oferta    b) paquetes a la demanda    c) paquetes colectivos  
 d) paquetes individuales    e) paquetes nacionales    f) paquetes

internacionales g) paquetes gastronómicos h) paquetes culturales i)  
paquetes artísticos j) paquetes simples k) paquetes complejos l)  
etc.

\*Entiéndase “**planes programados de viaje de ida y vuelta**”.

**(Elaboración propia)**

## BIBLIOGRAFÍA.

- ABC.- Diario de Economía, Madrid, 2-2-97.
- ABC de la Opinión Española. Domingo 11-8-96.
- Acerenza, Miguel Angel : "Administración del Turismo". Editorial Trillas. México. 1991.
- Acerenza, Miguel Angel : "Promoción Turística. Un enfoque metodológico". Editorial Trillas. México, 1983.
- AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos del Turismo), Alicante. 1994 y 1995.
- ANESTUR.- "Ponencia sobre las enseñanzas turísticas". Estudios Turísticos, nº 128. Madrid, 1995.
- Alcaide Inchausti, Angel : "En torno a las tablas input-output de la economía turística". ICE, 1978.
- Alvarez Rico, Manuel y González-Haba Guisado, Vicente: "Administración y función pública en España" Editorial Libertarias/Produdhufi, S.A. Madrid, 1992.
- Alvarez Sousa, Antonio : "El ocio en las ciudades industriales avanzadas". Editorial Bosch, Barcelona, 1994.
- Alvarez Sousa, Antonio : "La racionalidad en el primer Habermas". Universidad de Santiago de Compostela, 1986.
- Alvarez Sousa, A. y Navarrete Moreno, L. : "Tourism and cultural policy", en Amaparo Almarcha Barbado (ed.). Spain and EC Membership Evaluated, New York, St. Martin's Press, 1993.
- Alvarez Sousa, A. y Pintos de Cea-Naharro, J.L. : "Estructura social y demanda turística". Conferencia presentada en los "Primeros encuentros de Sociología", celebrados en Santiago de Compostela, 6 y 7 de diciembre de 1990.
- Albert Piñole, Isabel : "Gestión y Técnicas de Agencias de Viajes". Editorial Síntesis. Madrid, 1990.
- AMFORT (Asociación Mundial para la Formación Profesional Turística), 1969. "Cuadernos Amfort" Madrid, 1987, 88 y 89.
- Antón i Clavé, Salvador y otros: "La investigación turística en España : Aportaciones de la Geografía (1960-1995). Estudios Turísticos, nº 129. Madrid, 1996.
- Antón i Clavé, Salvador : "Medio ambiente y Política Turística. Medidas Comunitarias y estrategias de competitividad del turismo español" Estudios Turísticos, nº 116. Madrid, 1992.
- Antón i Clavé, López Palomeque, Marchena, Vera Rebollo. Estudios Turísticos, núm. 129. Madrid, 1996.
- Aragay, J. y Grande, A : "Marketing Turístico". Servicios editoriales y de empresas. Madrid, 1978.
- Aramberri, Julio. "El Paraíso...¿Perdido ?; sobre algunas teorías del turismo". Seminario de Siches (Barcelona), 1983. Estudios Turísticos, nº 80. 1983.
- Ascher, F. : "Recherches sur le tourisme, les loisirs et la production du cadre bâti". Position pour un Doctorat d'Etat". Université de Paris VIII, 1983.
- Ashford Douglas, E: "La aparición de los Estados de Bienestar". Centro de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1989.
- Bachelard, G. : "Le rationalisme appliqué". PUF. París, 1949.
- Baguena Cervellera, María José : "La tuberculosis y su historia". Fundación Uriach 1838. Barcelona, 1992.
- Bally, Antoine y Maillat, Denis : "Actividad de servicios y sistema de producción": "España : una economía de servicios" Papeles de Economía, nº 42, 1990.
- Baretje, R. : "La demande touristique". Thèse de Doctorat. Université d'Aix-Marseille. 1968.
- Baretje, René : "Aspects économiques du tourisme". Berger-Levrault. París, 1972.
- Bayón Mariné, Fernando : "Le gislación Turística española". Editorial Civitas. Madrid, 1987.

- Bell, Daniel : "Las contradicciones culturales del capitalismo". Alianza Editorial, S.A. Madrid, 1974.
- Beni, M.C. : "Sistema de turismo. Construção de um modelo teórico referencial para aplicação na pesquisa em turismo". Universidades de Sao Paulo, Escola de Comunicações e Artes, 1988.
- Bernecker, Paul : "La posición del turismo en el sistema de rendimiento de la economía". 1959.
- Bernecker, Paul : "Der Moderne Fremdenverkehr". Viena, 1955.
- Beriain, Josetxo : "Estado de Bienestar, planificación e ideología" Editorial Popular, A.A., 1990.
- Bestard Comas, Joan : "Reflexión sociológica y ética sobre las comunidades humanas implicadas en el fenómeno turístico". Estudios Turísticos, nº 69. Madrid. 1981.
- Benscheidt : (En Fernández Fúster, "Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo"). Alianza Universidad Textos. Madrid, 1985.
- Bormann, Artur : "Die Lehre von Fremdenverkehr". Berlín, 1930.
- Blalock, Hubert : "Introducción a la Investigación Social". Amorrortu Editores. Buenos Aires, 1970.
- Boorstin, D. : "La imagen". Nueva York : Ateneo, 1962.
- Bote Gómez, Venancio : "La investigación en España sobre turismo y desarrollo económico". Estudios Turísticos, nº 129. Madrid, 1996.
- Bote Gómez, Venancio : "Estructura y desarrollo del turismo en España : Hacia un cambio cualitativo y más responsable" V Congreso de Economía de los Servicios. Las Palmas de Gran Canaria, 1995.
- Bote Gómez, Venancio : "Planificación Económica del Turismo". Editorial Trillas. México, 1990.
- Boullón, Roberto C : "Curso de Planificación Física del Turismo. Definición de términos". Cicatur. OEA, México, 1981.
- Boullón, Roberto C. : "Las actividades turísticas recreacionales" Editorial Trillas. México, 1983.
- Bourdieu, P. ; Chamboredom, J.E. y Passeron, J.C. : "El oficio del sociólogo". Siglo XXI. Madrid, 1976.
- Boyer, M. : "Évolution sociologique du tourisme. Continuité du touriste rare au touriste de masse et rupture contemporaine". Loisir et Société, Volumen III, nº 1, avril, 1980.
- Boyer, M. : "Le tourisme". Editions du Seuil. París, 1982.
- Boyer, M. : "Le tour, english style" Autrement. Les vacances. Série mutations, nº 111, 1990.
- Buceta Facorro, Luis : "Fundamentos Psicosociales de la Información. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. Madrid, 1992.
- Bull, Adrián : "La economía del sector turístico". Alianza Editorial. Madrid, 1994.
- Burkart , A.J. y Medlik, S. : "Tourism, Past, Present and Future". Editorial Heinemann. Londres, 1974.
- Burkart, A. J. y Medlik, S. : "The Manegement of Tourism". De. Heinemann. Londres, 1975.
- Callizo Soneiro, Javier : "Aproximación a la Geografía del Turismo". Editorial Síntesis. Madrid, 1991.
- Cals, Joan : "Turismo y política turística en España : una aproximación". Editorial Ariel. Barcelona, 1974.
- Campillo, Antonio : "Adiós al progreso". Editorial Anagrama. Barcelona, 1995.
- Caplow, Theodore : "La Investigación Sociológica". Laia, Barcelona, 1972.
- Cárdenas Tabare, Fabio : "Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados". Editorial Trillas. México, 1981.
- Carnero Arbat, Teresa : "Modernización, desarrollo político y cambio social". Editorial Alianza Universidad, S.A. Madrid, 1992.
- Carone, Giuseppe : "La interdependenze settoriale nel turismo". Estudios Turísticos, nº 9. Madrid, 1956.
- Carone, Guiseppe : "Il turismo nella economia internazionale". Dotto. A. Giuffre. Milán, 1959.
- Castilla, A. y Díaz, J. A. : "El ocio en la sociedad post-industrial" Editorial Telos. Madrid, nº 8, 1987.



- Ceballos, Ignacio : "Geografía Turística de España". Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid, 1995.
- Cerra, Javier y otros : "Gestión de Producción de Alojamientos y Restauración". Editorial Síntesis. Madrid, 1991.
- Cohen, E. : "Who is a tourist ? A conceptual classification", The sociological Review, nº 122, 1974.
- Davison, R. : "Tourism in Europe" (a slowdown in the mediterranean area), 1990.
- De Arrillaga, José Ignacio : "Ensayos sobre Turismo". Editur.-Pensamiento y Turismo. Barcelona, 1962.
- De Arrillaga, José Ignacio : "Sistemas de Política Turística". Editorial Aguilar . Madrid, 1955 y Editorial Planeta. Madrid, 1969.
- De Arrillaga, José Ignacio : "El Turismo como Ciencia". Estudios Turísticos, nº 42. Madrid, 1974.
- De Arrillaga, José Ignacio : "El turismo en la economía nacional". Editora Nacional. Madrid, 1955 y 1985.
- De Arrillaga, José Ignacio : "Manual de Legislación Administrativa Turística". Editorial Puerta del Sol. Madrid, 1976.
- De Arrillaga, José Ignacio : "Marketing de los servicios turísticos". Estudios Turísticos, nº 31. Madrid.
- De Bigge y Hunt : En "Conceptualización del Turismo" de Sergio Molina. Editorial Limusa. México 1991.
- De Borja Solé, Luis : "fundamentos de economía de la empresa turística". Editorial Oikos. Barcelona, 1984.
- De Gracia, S. : "Tiempo, trabajo y ocio". Editorial Tecnos. Madrid, 1966.
- Decreto 231/1965, de 14 de enero, por el que se aprueba el Estatuto Ordenador de las Empresas y Actividades Turísticas Privadas (BOE de 20 de febrero de 1965).
- Decreto 2.427/1963, de 7 de Septiembre, por el que se crea la Escuela Oficial de Turismo de Madrid.
- Defert, P. : "Essai de formulation d'une typologie intégrée des ressources et activités touristiques (TIRAT)" en Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST). Méthodes de Recherches Touristiques, vol. 12.
- Defert, P. : "Aspects économiques du tourisme". Berger-Levrault. París, 1972.
- Defert, P. : "Quesques References Historiques du tourisme moderne". Revue de Tourisme, I. Berna, 1968.
- De La Cierva, Ricardo : "Turismo: Teoría, Técnica, Ambiente" Editorial River, S. A. Madrid.
- De la Torre Padilla, Oscar : "El turismo fenómeno social". Fondo de Cultura Económica. México, 1980.
- De la Torre, Francisco : "Administración Hotelera". Editorial Trillas. México, 1982.
- Del Río Gómez, Clemente : " Las elaciones entre la industria y los servicios y la competitividad. El caso español". Economía Industrial 292 -Competitividad Industrial-2- Ministerio de Industria y Energía : Julio/Agosto 1993.
- Diario de Economía de ABC, nº 2686, de 17 de marzo de 1996.
- Díaz Mier, Miguel y otros : "La estacionalidad en el turismo y sus posibles correctivos". Instituto Español de Turismo. Cuadernos monográficos, nº 11. Madrid, 1969.
- Diccionario de la Real Academia Española. XXI edición. Espasa Calpe. Madrid, 1992.
- Donahue, Jonh D. : "La decisión de privatizar". Editorial Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, 1991
- Duckett, Eleanor : "The Wandering". Collins, 1959.
- Dufour, R. : "Des mythes du loisir/tourisme. Week-end: Alienation ou liberation ?". Centre des Hautes Etudes Touristiques. Aix-en-Provence, 1977.
- Dumazedier, J. : "Vers une civilisation du loisir ? Editions du Seuil. París, 1962.
- Dumazedier J. y otros: "Realidades del ocio e ideologías. Fontanella, Barcelona, 1971.
- Dumazedier, J. : "Sociologie empirique du loisir. Editions du Seuil. París, 1974.
- Dumazedier, J. : "Ocio". Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Editorial Aguilar. Madrid, 1975.
- Dumazedier, J. : "Revolutions culturelle du temps libre et pratiques touristiques". Aix-en-Provence, Centre des hautes Etudes Touristiques, 1988.

- Duocastella, Rogelio : "Sociología y Pastoral del Turismo en la Costa Brava y el Maresme". Publicaciones del Fondo para la Investigación Económica y Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorro. Raycar, S.A. Madrid, 1969.
- Durkheim, E. : "Las reglas del método sociológico". La Pléyade. Buenos Aires, 1972 y Fondo de Cultura Económico. México, 1986.
- Durkheim, E. : "Las formas elementales de la vida religiosa". Editorial Akal. Madrid, 1982.
- El Tiempo. Diario de Información de Colombia. "Especial para Viajar" (20 de febrero de 1997).
- Epperson Arlin, F. : "Private and Commercial Recreation". Jonh Wiley and Sons, Inc. Nueva York. 1997.
- Esteban Talaya, Agueda : "Análisis de la demanda. Aplicación a la actividad turística de las técnicas de proyección". Editorial de la Universidad Complutense. Madrid, 1987.
- Esteban Talaya, A. y Reinares Lara, E. : "La investigación de la demanda en España : recopilación y análisis". Estudios Turísticos, nº 129. Madrid, 1996.
- Esteve, R. : "La inserción de España en la cadena imperialista, a través del turismo". Monthly Review. Barcelona 1978-79.
- Esteve Secall, R. : "La localización de los hoteles en la Costa del Sol española". Madrid, Lovaina, 1976.
- Estrada, Arturo : "Los vuelos charter. Su nacimiento y evolución en España. Estudios Turísticos, nº 40. Madrid, 1973.
- Estudios Turísticos. Revista de Turismo desde 1964 del Instituto Español de Turismo.
- EUROSTAT : "Tourisme, 1987". Oficina de las Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo, 1990.
- Fayos-Solá, Eduardo y otros : "El papel estratégico de las Ferias de Turismo". Estudios Turísticos, nº 117. Madrid, 1993.
- Febvre, Lucien : "Combates por la historia". Editorial Ariel. Barcelona, 1992.
- Fernández Alvarez, José : "Curso de Derecho Administrativo Turístico". Editora Nacional. Madrid, 1978-1980.
- Fernández Fúster, Luis : "Teoría y Técnica del Turismo". Editora Nacional. Madrid, 1960, 1971, 1973, 1979, 1980, 1981, 1986.
- Fernández Fúster, Luis : "Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo". Editorial Alianza Universidad Textos. Madrid, 1985, 1987, 1988.
- Fernández Fúster, Luis : "Historia General del Turismo de Masas". Editorial Alianza Universidad Textos. Madrid, 1991.
- Fernández Fúster, Luis : "Geografía General del Turismo de Masas". Editorial Alianza Universidad Textos. Madrid, 1991.
- Fernández Marcos, Armando : "Organización Turística". Editorial Antonio Augusto Ramos. Madrid, 1981.
- Fernández Normiella, José Manuel : "Coyuntura y Política Turística. Un año clave". Secretaría de Comercio, Turismo y Pymes (Ministerio de Economía y Hacienda). Madrid, 1997.
- Fernández Pirla, José María : "Economía General". Editorial E.J.E.S. Madrid, 1976.
- Fernando, J. : "La investigación turística en España : aportaciones de la Geografía (1960-1995). Estudios Turístico, nº 129. Madrid, 1996.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Contribución del turismo a la economía española". Revista "Coyuntura y Política Turística : un año clave". Madrid, 1996.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Teoría económica del turismo" Editorial Alianza. Madrid, 1985.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Manual para el estudio de la Economía Turística en el ámbito macroeconómico". OMT. Madrid, 1992.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Elementos para el estudio de la economía de la empresa turística". Editorial Síntesis. Madrid, 1990.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Tablas input-output de la economía turística española, 1970 ". IET, 1974, 1975, 1977. 1978.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Turismo de masas y sociología. El caso español". BET, OMT, 1976.
- Figuerola Palomo, Manuel : "Política económica del turismo en España". Editorial Alianza. Madrid, 1980.

- FITUR : Feria Internacional de Turismo. (En Claudio Meffert y Fayos-Solá). Estudios Turísticos, nº 117. Madrid, 1993.
- Flores Sedek, Miguel : "Las motivaciones turísticas". Secretaría de Educación y Cultura del Ejecutivo del Estado de Carabobo. Venezuela, 1974.
- Foucault, Michel : "La Arqueología del Saber". Editorial Siglo XXI Editores, S. A. Madrid, 1991.
- Fromm, Erich : "El miedo a la libertad". Ediciones Paidós. Barcelona, 1993.
- Fromm Erich : "¿Tener o ser ?" Editorial Fondo de Cultura Económica. Madrid, 1978.
- Fukuyama, Francis : "El fin de la historia y el último hombre". Editorial Planeta. Barcelona, 1992.
- Fuentes Quintana, E. : "Tres decenios de economía española en perspectiva, en José Luis García Delgado "España : Economía". Editorial Espasa Calpe. Madrid, 1988.
- Fúster Lareu, Juan : "Turismo de Masas y Calidad de Servicios". Gráficas Planisi. Madrid, 1990 y en Estudios Turísticos.
- Fúster Lareu, Juan : "Ubicación Turística : Dos realidades". Estudios Turísticos, nº 25. Madrid.
- FUTURES : "Plan Marco de Competitividad del Turismo Español". Secretaría General de Turismo. Madrid, 1992.
- García Ferrando, M. y otros : "La sociedad valenciana de los noventa". Edicions Alfons el Magnanim. Valencia, 1993.
- García-Olivares, A. : "El concepto de cambio estructural en ciencias sociales" Revista Internacional de Sociología, vol. 46, fasc. 2. Madrid, 1988.
- Gautier, Marcel : "Métiers et main-d'oeuvre dans l'industrie hôtelière. Editions Eyroelles, 1965.
- Gaviria, Mario y otros : "El turismo de playa en España" Editorial Turner. Madrid, 1975.
- Gaviria, Mario : "España, a go-gó". Ediciones Turner. Madrid, 1974.
- Gaviria, Mario : "El escándalo de la Court Line" Cuadernos para el diálogo. Colección "Los Suplementos", nº 57.
- Gaviria, Mario : "Los procesos de decisión en la producción y consumo del espacio y tiempo turísticos". ICE, nº 53, 1978.
- Gay-Parra, G. : "La pratique du tourisme". Económica, 1985.
- Gray, William S. y Liguori C., Salvatore : "Hotel and Motel Management and Operations". Nueva Jersey. 1980.
- Glücksmann, R. : "Allgemeine Fremdenverkehrskunde". Verlag von Stampfli. Berna, 1935.
- Glücksmann, R. : "Die Wissenschaftliche Durchdringung des Fremdenverkehrs". Verkehr und Bäder. Berna, 1929.
- Gómez Prieto y G. Quijano : "Rutas e Itinerarios Turísticos". Editorial Síntesis. Madrid, 1990.
- González Anleo, J. : "Para comprender la sociología" Editorial Verbo Divino. Navarra, 1991.
- González Cobreros, M<sup>a</sup> Angeles : "Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes". Editorial Síntesis. Madrid, 1997.
- González Bernáldez : "Turismo y medio ambiente" Revista valenciana D'Estudis Autonomics, nº 13. Valencia 1992.
- González-Quijano, Covadonga : "El mercado de reuniones, congresos e incentivos en España". Estudios Turísticos. nº 126. Madrid, 1995.
- González Seara, L. : "Las vacaciones del español y el problema del tiempo libre". Revista Española de Opinión Pública, nº 14. Madrid, 1968.
- González Seara, L. : "El poder y la palabra". Editorial Tecnos, S.A. Madrid, 1995.
- Gough, Ian : "Economía política del Estado del bienestar". H. Blume Ediciones. Madrid, 1982.
- Guibilato, Gerard : "Economie Touristique". Editions Delta Spes. Suiza, 1983.
- Guidicini, P. y Savelli, A. : "Il turismo in una società che cambia". Franco Angeli. Milano, 1988.
- Guiseppe Espósito, Fausto : "Il Tempo Libero Oggi : Valore Educativo e Valore Morale". Quaderni del tempo Libero, año V, nº 5-6, 1968.

- Gutiérrez Guitián, M. Victoria : “La futurología, la prospectiva y sus límites (más sobre el poeta del futuro que el Oráculo de Delphos)”, citado por Luis Joyanes Aguilar en su tesis doctoral : “Cibersociedad : Revolución o Utopía”. Madrid, 1996.
- Habermas, J. : “Teoría de la acción comunicativa”. Madrid, 1987.
- Hale, J. R. : “La Europa del Renacimiento”. Siglo XXI. México, 1979.
- Haulot, Arthur : “Turismo Social”. Editorial Trillas. México, 1991.
- Haulot, Arthur : “Tourisme et environnement” Editorial Collection Marabout. Verviers, 1974.
- Haulot, Arthur : “Le Tourisme et la Bible”. Revue de l’Academie Internationale du Tourisme, 1961.
- Haulot, Arthur : “How Travel is organised Internationally”.-Travel and Tourism Encyclopaedia, 1959.
- Hollier, R. y Subremon, A. : “Le Tourisme dans la Communauté Européenne” De. Que sais je ?. Presses Universitaires de France. Paris., 1992.
- Hollier, R. : “España y los problemas del Turismo”. Madrid, 1992.
- Holloway, J. Christopher : “The Bussines of Tourism”. Mc Donald-Evans. Plymouth. Londres, 1989.
- Huéscar, Augusto : “Nuevo Marco Conceptual del Turismo”. Estudios Turísticos, nº 117. Madrid, 1993.
- Huyghe, René : “El arte y el hombre”. Editorial Planeta. Barcelona, 1977.
- Huizinga, J. : “Homo ludens”. Phanteon. Amsterdam, 1983.
- Hunziker, Walter y Krapf, Kurt : “Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslebre”. Plygraphischer Verlag. Zurich, 1942.
- Hunziker, Walter : “Consideraciones para la investigación y ciencia turística”. Revista de Estudios Turísticos, nº 0. Madrid, 1964.
- Hurtado García, Andrés : En “Especial para Viajar”. Periódico El Tiempo. Colombia, 1997.
- INSTITUTO ESPAÑOL DE TURISMO (1963). De él depende la Revista de Estudios Turísticos :
- Instituto Español de Turismo : “El papel del Turismo en la estructura económica española”, nº 81. Madrid, 1984.
  - Instituto Español de Turismo : “Determinación y valoración de la estructura económica del turismo”.. Estudios Turísticos, nº 59.60. Madrid, 1978.
  - Instituto Español de Turismo : “La balanza de pagos turística en España. 1976 a 1980. Estudios Turísticos, Madrid.
- Instituto Ides: “Vacaciones tercera edad. Estudio sociológico”. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Instituto Nacional de Servicios Sociales. Madrid, 1987.
- Ibáñez, Jesús: “El análisis de la realidad social”. Alianza Editorial. Madrid, 1986.
- Ibáñez, Jesús: “Del Algoritmo al sujeto. Perspectivas de la Investigación Social”. Siglo XXI. Madrid, 1986.
- Inglehart, Ronald: “El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas”. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Madrid, 1991.
- Jaccard, Pierre: “Historia Social del Trabajo”. Editorial Plaza y Janés. Barcelona, 1971.
- Jaén Avila, Juan María: “Aspectos socioeconómicos y educativos en el turismo” Tesis Doctoral. Salamanca, 1999.
- Jaén Avila, Juan María: “Enfoque sobre un plan de estudios turísticos desde el punto de vista de ANESTUR”. Cuadernos Amfort. Madrid, 1989.
- Jafari, J. : “Modelos de turismo. Los aspectos socioculturales”. Antropologies, 1ª época, nº 2. 1989.
- Jafari, J. : “Role of Tourism on Socio-economic Transformation of Developing Countries”. Cornell University. Ithaca. Nueva York, 1973.
- Jiménez, Alfonso : “Turismo, Estructura y Desarrollo”. Editorial McGraw-Hill. México, 1993.
- Jiménez Guzmán, L. F. : “Teoría turística. Un enfoque integral del hecho social”. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, 1986.

Joyanes Aguilar, Luis : "Cibersociedad: Realidad o Utopía" Tesis Doctoral. Universidad Pontificia de Salamanca . Madrid, 1996.

Juan XXIII :

- Al III Congreso Internacional de Turismo Social. Ecclesia, nº 742, 1962.

- Al Centro Turístico Juvenil, Ecclesia, nº 1.056, 1961.

- Al Centro turístico juvenil". Ecclesia, nº 74, 1960 y nº 1.269, 1961.

- Al I Congreso Nacional de Turismo y Pastoral Italiano. Ecclesia nº 1.129, 1963.

Kraps, Kurt : "La notion du tourisme". Revue de Tourisme, nº 2. Berna, 1972.

Kelly, J.R. : "Leisure behaviours and style. Social, economic and cultural factors". Academy of Sciences. Praga, 1989.

Kelly, J. and Godbey : "Sociology of Leisure". Venture. Pensilvania, 1992.

Knebel, Hans J. : "Sociología del Turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno". Editoria Hispano Europea. Barcelona, 1974.

Krapf, Kurt : "Papel importante del turismo internacional". Estudios Turísticos, nº 0. Madrid, 1963.

Krapf, Kurt : "Le rôle et l'importance du tourisme international". Verbandsdruckerei AG. 1963.

Lickorish, L.J. : "International Travel Research-Recherche Internationale dans le Domaine du Tourisme" Boletín de la U.I.O.O.T., núm 3.

Krippendorff, Jost. : "Le tourisme dans le système de la société industrielle". En Alberto Sessa : "La scienza del sistemi per lo sviluppo del turismo". Editorial Editrice Agnesotti. Roma, 1985.

Krippendorff, Jost. : "Les vacances et après ? Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages". Editorial Editions l'Harmattan. París, 1987.

Krippendorff, Jost. : "Sociología del Turismo". Editora Civilização Brasileira. Río de Janeiro, 1989.

Krippendorff, Jost : "Marketing et tourisme". Herbert Lang. Berna, 1971.

Krippendorff, J. : "The Holiday Makers. Heinemann, 1987.

Lanquar, Robert : "Le tourisme international, que sais-je ?" Presses Universitaires de France. París, 1993.

Lanquar, Robert y Raunouard, Yves : "Le Tourisme Social". Editorial Presses Universitaires de France. París, 1985.

Lanquar, Robert : "Sociologie du Tourisme et de Voyages". Editorial Presses Universitaires de France. París, 1985.

Lanquar, Robert : "Le Tourisme International". Editorial Presses Universitaire de France. París, 1986.

Lanquar, Robert : "L'économie du tourisme". Editorial Presses Universitaires de France. París, 1987 y Oikos-tau. Barcelona, 1991..

Lanquar, Robert y Hollier, Robert : "La marketing touristique". Editorial Presses Universitaires de France. París, 1986.

Lavaur, Luis : "El Turismo y su Historia". Editur. Barcelona, 1974.

Lavaur, Luis : "Las delicias del veraneo en la antigua Roma". Revista Historia y Vida. Madrid, 1975.

Leno Cerro, F. : "Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico. Centro de Publicaciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MICYT). Madrid, 1993.

Leno Cerro, F. : "La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación : El Canal de Castilla". Estudios Turísticos, nº 116. Madrid, 1992.

LIBRO BLANCO DEL TURISMO ESPAÑOL. Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones. Secretaría General de Turismo. Madrid, 1990.

López Pintor, R. : "Estudio de motivaciones para el turismo". Estudios Turísticos, nº 61/62 y 63/64. Madrid, 1979.

Lickorish, L.J. : "El Turismo y la Balanza Internacional de Pagos". Alliance Internationale de Tourisme, 1954.

Loi Puddu, Giuseppe : "Géographie touristique, communications et transports". Editorial Delta et Spes. Suisse, 1983.

Lozato-Giotart, J. P. : "Géographie du Tourisme". Editorial Masson. París, 1985.

- Luengo Yuste, Jerónimo : "Legislación Turística y Derecho Administrativo". Editorial Universitas. Madrid, 1992.
- Luhmann, Niklas : "Teoría política del Estado de Bienestar". Alianza Editorial, S. A. Madrid, 1993.
- Lundberg, Donald E. : "The Tourist Busines". Cahner Book". 1981.
- "Internacional Travel and Tourism".
- "Organización y administración del turismo". Centrum. Barcelona, 1987.
- Mac Clelland, D. C. : "Estudio de la motivación humana". Editorial Narcea. Madrid, 1989.
- Mc Intosh, Robert y Shaahikant, Gupta : "Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas". Editorial Limosa. México, 1987.
- Mc Cannell, D. : "The tourist. A new theory of the leisure class". Editorial Macmillan Press. New York, 1976.
- Marías, Julián : "El Turismo, perspectiva histórico-cultural". 1981.
- Marín, Carmelo : "Gestión hotelera". Editur. Barcelona, 1974.
- Mariotti, Angelo : "Le role du tourisme dans l'économie national". L'Egipe Contemporaine. 1933.
- Mariotti, Angelo : "Lezioni di economia turistica". Societa Editrice Novissima. Roma, 1940.
- Mariotti, Angelo : "Il Turismo come fattore economico e le prospettive di pianificazione turistica in Italia", R.T. octubre-diciembre, 1962.
- Martín Valverde, A. : "Las líneas de evolución del derecho a vacaciones". Revista de Política Social, nº 83, julio-septiembre, 1969.
- Maslow, A. : "Motivaciones y personalidad". Editorial Segitario. Barcelona, 1963.
- Mathieson, Alistair y Wall Geoffrey : "Tourism: economic, physical and social impacts". Longman Group Limited. New York, 1982.
- Medlik, S. : "The bussines of hôtels". W. Heinemann Ltda. London, 1980.
- Michaud, J. L. : "Le tourisme face á l'environnement". Presses Universitaires de France. París, 1983.
- Michelin : "Guía de Turismo y Hostelería francesa".
- Minc, Alain : "La Nueva Edad Media". Ediciones Temas de Hoy, S. A. Madrid, 1994.
- Mira y López, Emilio : "Psicología de la vida moderna". Editorial Ateneo. Buenos Aires.
- Molina, Sergio E. y otros : "Turismo alternativo : un acercamiento crítico y conceptual". Nuevo Tiempo Libre. México, 1986.
- Molina, Sergio : "Modernización y empresas turísticas". Editorial Diana. México, 1944.
- Molina, Sergio : "Conceptualización del turismo". Editorial Limusa. México, 1991.
- Montaner Montejano, Jordi : "Estructura del Mercado Turístico". Editorial Síntesis. Barcelona, 1991.
- Moreno, Felipe : "La enseñanza profesional turística en Baleares". Instituto de Estudios Baleáricos. Palma de Mallorca, 1990.
- Morgenroth, W. : "Fremdenverkehr". Verlag von G. Fischer. Jena, 1927.
- Munne, F. : "Psicología del tiempo libre. Un enfoque crítico". Editorial Trillas. México, 1980.
- Muñoz de Escalona, Francisco : "Economía de la producción turística. Hacia un enfoque alternativo". Estudios Turísticos, nº 101. Madrid, 1989.
- Muñoz de Escalona, Francisco : "Turismo y Desarrollo". Estudios Turísticos, nº 115. Madrid, 1992.
- Muñoz de Escalona, Francisco : "El análisis económico y el turismo". Estudios Turísticos, nº 130. Madrid, 1996.
- Muñoz de Escalona, Francisco : "Fundamentos del análisis económico aplicado al turismo". Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, 1993. Sin publicar.
- Muñoz de Escalona, Francisco : "Curso de Economía y Planificación del Turismo". La Habana, 1996. Sin publicar.

- Muñoz de Escalona, Francisco : “Turismo rural integrado : Una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico”. Estudios Turísticos, nº 121. Madrid, 1994.
- Muñoz de Escalona, Francisco : “Economía de la producción turística ¿un reto científico ?, en AECIT : “¿España, un país turísticamente avanzado ?. Estudios Turísticos, Marbella, 1994.
- Muñoz de Escalona, Francisco : “Turoperadores y producción de turismo”. Estudios Turísticos, nº 108. Madrid, 1990.
- Muñoz de Escalona, Francisco : “Crítica de la economía turística : Enfoque de oferta versus enfoque de demanda”. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Madrid, 1992.
- Muñoz Oñate : “Marketing Turístico”. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid, 1994.
- Murphy, P. E. : “Tourime. A Community Approach”. Methuen Inc. Londres, 1985.
- Norbert, Elías y Dunning, Eric : “The Quest for Excitement : Sport and Leisure in the Civilising Process. Basil Blackwell. Oxford, 1978.
- OCDE : Informes : “El Estado Protector en Crisis”. Servicio de Publicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid, 1985.
- “Developpement du tourisme et croissance economique, 1965-67.
- Offe, Claus : “Contradicciones en el Estado de Bienestar”. Alianza Editorial. Madrid, 1994.
- Oller Nogués, Jordi : “Contabilidad de Costes para Agencias de Viajes, Hoteles, Camping”. Editorial Síntesis. Madrid, 1994.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) : Documentos sobre Turismo.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) : Publicaciones. “Previsiones de Turismo Mundial hasta el año 2000 y después”. Madrid.
- Ortega Martínez, Enrique : “Un nuevo producto turístico : El Holiday Timeshare”. Estudios Turísticos, nº 101. Madrid, 1994.
- Ossipow, Paul : “Contribution a la notion du tourisme”. Revue de Tourisme, nº 2. Berna, 1951.
- Ovidio : “El arte de amar”, libro II . Editores Mexicanos Unidos. México, 1980.
- Pablo VI :
- Al Congreso de Delegados de Agencias de Turismo. Ecclesia, nº 1.199. 1964.
  - A la Federación de Asociaciones Italianas de Turismo. Ecclesia, nº 1.186. 1964.
  - A la Primera Asamblea de la Oficina Internacional de Turismo Social. Ecclesia, nº 1.225. 1965.
  - En la inauguración de la primera Escuela de Turismo. Ecclesia, nº 1,287. 1965.
  - En el Congreso Pastoral del Turismo. Ecclesia, nº 1.316. 1966.
  - Alocución al Congreso Mundial sobre los valores espirituales del turismo. Ecclesia, nº 1.338. 1967.
- Palomino, Angel : “El milagro turístico español”. Editorial Plaza y Janés, S. A. Barcelona, 1972.
- Pierce, Douglas P. : “Tourist development”. Longman. London-New York, 1981.
- Pio XII :
- Al VIII Congreso Internacional de Hotelería. Ecclesia, nº 621. 1954.
  - A un grupo de hoteleros de Baviera. Ecclesia, nº 62. 1958.
  - A los porteros de hoteles. Ecclesia, nº 655. 1956.
  - A las organizaciones italianas de turismo. Ecclesia, nº 397-98. 1952.
  - Al personal de agencias de viaje y turismo. Ecclesia, nº 573-74. 1953.
- Popper, K. : “La lógica de la investigación científica”. Tecnos. Madrid, 1962.

- Popper, K. : "La lógica de las ciencias sociales", en Agencias de Viajes, La disputa del positivismo en la sociología alemana. Grijalbo. Barcelona, 1973.
- Przeclawski, K. : "Tourisme, rencontre des cultures, Introducción a la Sociologie du Tourisme". Varsovia. Institut de la Recherche sur la jeunesse, 1976.
- Przeclawski, K. : "El Turismo en el mundo contemporáneo". Estudios Turísticos, nº 82. Madrid, 1984.
- Pulido, Antonio : "Introducción a un análisis econométrico del turismo". Estudios Turísticos. Cuadernos monográficos, nº 5. Madrid, 1966.
- Py, Pier : "Le tourisme. Un phénomène économique". La Documentation Française. París, 1986.
- Ramesh, Mishra : "El Estado de Bienestar en Crisis : Pensamiento y Cambio Social". Centro de Publicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid, 1992.
- Ramírez Blanco, Manuel : "Teoría General del Turismo". Editorial Diana. México, 1993.
- Ramírez Cavasa, César : "La modernización y administración de empresas turística". Editorial Trillas. México, 1994.
- Real Decreto 865/1980, de 14 de abril sobre las "Enseñanzas Especializadas Técnico Turísticas".
- Real Decreto 259/1996, de 16 de febrero, sobre la "Incorporación a la Universidad de los Estudios Superiores de Turismo".
- Robles Alvarez de Sotomayor, Alfredo : "Economía Política". Editorial Impreso en Sucesor de Such, Serra y Compañía. Alicante, 1969.
- Robles Alvarez de Sotomayor, Alfredo : "El contrato de viaje combinado . (El forfait). Estudios Turísticos. Cuaderno Monográfico, nº 8 . Madrid, 1968.
- Robles Alvarez de Sotomayor, Alfredo : "Ocio y Turismo". Estudios Turísticos, nº 12. Madrid. 1967.
- Rodríguez Cabrero, Gregorio y otros : "Estado, privatización y bienestar". Editorial Tesys, S. A. Barcelona, 1991.
- Rodríguez Sandoval, R. : "Enfermedades relacionadas con el Turismo". CETT. Barcelona, 1990.
- Rostow, W. : "Las etapas del crecimiento económico". Editorial Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid, 1993.
- Samuelson, Paul A. : "Curso de Economía Moderna". Editorial Aguilar. Barcelona, 1976.
- Salas, Juan : "Diccionario Turístico". Madrid, 1987.
- Sánchez Jiménez, José : "La España Contemporánea, III : de 1931 hasta nuestros días". Editorial Istmo. Madrid, 1991.
- Schelemberg, Gerard : "Marketing Turístico". Cuadernos Monográficos. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid, 1968.
- Schwink : "Die Bedeutung des Fremdedenverkehrs für die Bayerische Wirtschaft : Rev. Montbuche Mitteilungen des Bundes deutscher Verkehrsvereine, 1929.
- Sessa, Alberto : "Il turismo nei rapporti internazionali". Sarda Fosataro. Cagliari, 1968.
- Sessa, Alberto : "L'apport culturel du tourisme de congress. Congreso de la AIEST, nº 10. Berna, 1970.
- Sessa, Alberto : "Ensayos de Turismo". Colección Biblioteca de la Corporación Nacional de Turismo de Colombia. Bogotá, 1980.
- Sessa, Alberto : "Elementi di Sociología e Psicologia del Turismo". CLITT. Roma, 1974.
- Sessa, Alberto : "Turismo e Terzo Mondo". De. Sarda Fossaturon. Cagliari, 1972.
- Sigaux, Gilbert : "Histoire du Tourisme". Edito-Service-Ginebra, 1965.
- Stavrakis, Dimitris : "Le Phénomène touristique international". Editions D'Aujourd'hui. Plan de la Tour, 1979.
- Stradner, Josep : "Der Fremdenverkehr". Eine Volkswirtschaftsstudie. Graz, 1905.
- Stradner, Josep : "Fremdenverkehr", 1917.
- Schwarz, J. J. : "Dynamique du tourisme et marketing. Thèse de Doctorat de 3° cycle, CHET, Aix-en-Provence, 1976.
- Tejedor, César y otros : "Fe del hombre y fidelidad de Dios". Ed. SM Ediciones. Madrid, 1977.



- Tinar, Ives : "Turismo, Economía y Gestión". Traducción y adaptación al caso español de Antonio Alvarez Sousa. Editorial Bosch. Barcelona, 1996.
- Tomillo Noguero, Félix : "España, 1994. Turismo cultural". En "La actividad turística española en 1994". Editorial Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Madrid, 1995.
- Triper, José María : "Turismo : la calidad como reto". Revista Cinco días. Madrid, 24 de enero de 1996.
- Troisi, Michael : "La rendita turística". Annale della Facolta di Economia e Comercio. Bari, 1949.
- TURESPAÑA : "Ferias y Convocatorias Profesionales de Turismo". Madrid, 1993.
- Thurot, Camuset, Gay-Para, Baretje : "Efectos del Turismo en los valores socioculturales". Estudios Turísticos, nº 57-58. Madrid.
- True, Wilhelm : "Zum Thema der Auslandsreisen im 17. Jahrhundert" Archiv für Kulturgeschichte, 1953.
- Turner, Louis y Ash, J. : "The golden hordes. International Tourism and the pleasure periphery. Anchor Press. London, 1975.
- Ubeda, T. : Carta Pastoral titulada : "Yo, cristiano de Mallorca, ante el Turismo". Mallorca, 1979.
- Umberto Eco : "Cómo se hace una tesis". Editorial Gedisa. Barcelona, 1994.
- UNIÓN EUROPEA (UE) : Documentos sobre Turismo.
- Universidad Externado de Colombia: "Turismo y Sociedad". Revista de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hotelera.
- Uña Juárez, Octavio : "La estructura social de clases según Karl Marx", en Sociedad y ejercicios de razón. Ediciones Escorial. Madrid, 1979,
- V Informe Sociológico sobre la Situación Social de España. Editorial Gráficas Arias Montano, S. A. . Móstoles (Madrid), 1994.
- Vacas Guerrero, Catalina : "Curso básico de Contabilidad Financiera". Editorial Síntesis. Madrid, 1977.
- Valencia Caro, Jorge : "Diccionario Básico de Turismo". Editorial Linotipia. Santa Fe de Bogotá, 1995.
- Vasallo, Ignacio : "El turismo de masas en España". Estudios Turísticos, nº 80. Madrid, 1983.
- Vázquez, Jesús María : "Turismo y Pastoral". Cuadernos Monográficos, nº 7. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid, 1966.
- Veira, Veira, José Luis : "Prólogo a Antonio Alvarez Sousa" en El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas". Editorial Bosch. Barcelona, 1994.
- Virgilio : "La Eneida". (siglo I a. de C.).
- Vogeler Ruiz, Carlos y Fernández Armand, Enrique : "Estructura y Organización del Mercado Turístico". Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid, 1997.
- Von Martín, Alfred : "Sociología del Renacimiento". Fondo de Cultura Económica. México, 1976.
- Von Schullern, H. : "Fremdenverkehr und Volkswirtschaft". Jahrbuch für Nationalökonomie und Statistik. Jena, 1911.
- Walter Stoye, John : "English Travellers Abroad. Their Influence in English Society and Politics. Londres, 1952.
- Waters, S. R. : "The Big Picture : world travel trends and market 80-81. Asta Travel News. New York, 1981.
- Wilson, T. P. : "La sociología y el método matemático", en Antony Giddens, Jonathan, Thurner y otros : "La teoría social hoy". Alianza. Madrid, 1990.

**Juan María Jaén Ávila**  
**Doctor en Sociología.**