

Números 3 y 4 - Julio / Octubre 2000**TURISMO Y DESARROLLO EN EL BRASIL MERIDIONAL***Hoyedo Nunes-Lins*

La expansión del turismo es considerada generalmente como un importante factor de desarrollo, principalmente en los niveles locales y regionales. Este artículo analiza al crecimiento turístico en Santa Catarina, un estado del sur de Brasil donde el turismo, inclusive el turismo internacional, tiene una presencia destacada desde la década de 1970. El objetivo central es discutir el sector turístico de Santa Catarina explorando las relaciones entre su crecimiento y el desarrollo local-regional. El estudio se basa en el análisis de experiencias concretas, específicamente en lo que se refiere a la isla Santa Catarina, donde se encuentra localizada la mayor parte de la capital del Estado.

PALABRAS CLAVE: turismo, desarrollo local-regional, Santa Catarina, planeamiento.

LA COSTA BRAVA Y L'ÉSTARTIT**Ejemplo de transición entre distintos modelos turísticos***Lluís Mundet-Cerdan*

La intención de este artículo no es tanto, reconstruir la historia turística de La Costa Brava, como analizar los diferentes modelos turísticos que la han caracterizado, en un contexto más amplio. El análisis abarcará desde el prefordismo de principios de siglo, pasando por el modelo clásico fordista de sol y playa masificado que se impuso en los años cincuenta, hasta el postfordismo de la década de los noventa que se caracteriza por el protagonismo de las iniciativas locales y la recuperación del territorio y del paisaje como recurso turístico, utilizándose como ejemplo el caso de l'Estartit y la Reserva Marina de las islas Medes.

PALABRAS CLAVE: Costa Brava, l'Estartit, islas Medes, prefordismo, fordismo, postfordismo, submarinismo.

APRENDER DE UNA REGIÓN GANADORA**Turismo de masas y desarrollo local en la Comunidad Valenciana (España)**

*José María Nácher
Juan Tomás Carpi*

Los destinos turísticos dependen de su flexibilidad para adaptarse al entorno. Este trabajo trata de mostrar hasta qué punto desempeña un papel importante en la actual flexibilidad de los destinos en otros tantos destinos turísticos de litoral en la Comunidad Valenciana (España), en la actualidad bien o muy bien posicionados en los mercados regional, nacional e internacional. Describe diferentes modelos de desarrollo turístico, insistiendo en la relevancia del comportamiento y aprendizaje de los actores locales. Finalmente, propone conclusiones normativas que pueden iluminar estrategias contemporáneas de desarrollo local basadas en la actividad turística.

PALABRAS CLAVE: turismo litoral, desarrollo local, España, Comunidad Valenciana.

PLANIFICACIÓN Y MANEJO DE IMPACTOS EN ÁREAS DE ACAMPE DE USO INTENSIVO**Parque Nacional Nahuel Huapi – Argentina**

*Rodrigo C. González
Adriana M. Otero*

El propósito de esta investigación fue generar lineamientos de manejo y gestión de las actividades turísticas recreativas en zonas consideradas críticas, sometidas a un uso intensivo, en dos casos de estudio: Áreas de acampe Brazo Rincón y Lago Falkner, ambas situadas en jurisdicción del Parque Nacional Nahuel Huapi. Sobre la base de las conclusiones de la investigación, se delinearon propuestas de planificación y control e impactos para las áreas de acampe de uso intensivo analizadas, evaluando en cada caso la factibilidad de su puesta en práctica, mediante la consideración de los distintos tipos de restricciones que pueden obstaculizar su implementación.

PALABRAS CLAVE: impactos turísticos, áreas protegidas, uso intensivo, planificación, manejo de impactos ambientales.

GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y MERCADO TURÍSTICO

Análisis del caso español

Elies Furió-Blasco

La globalización económica es uno de los acontecimientos de la economía más importante del final del siglo presente. Implica la interconexión de los mercados y redefine la posición competitiva de las diferentes empresas y economías. El mercado turístico no es ajeno al fenómeno de la globalización y tampoco lo es la economía turística española. EL presente trabajo analiza algunos de los aspectos más importantes de la situación del turismo español en un contexto de globalización de los mercados turísticos. Y presta especial atención a las ventajas y problemáticas que supone dicho contexto para el turismo español.

PALABRAS CLAVE: turismo, España, globalización económica, demanda turística, oferta turística, competitividad.

LA IMAGEN DE CALIDAD AMBIENTAL URBANA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

El caso de Curitiba, Brasil

José Manoel Gonçalves-Gândara

Tanto la administración como los habitantes de Curitiba se han preocupado por la calidad ambiental de la ciudad a lo largo de los últimos treinta años. En un primer momento consideraban como único objetivo la calidad de vida de la población local, pero actualmente reconocen que este diferencial, producido por el resultado de sus preocupaciones, es un enorme atractivo para su ciudad. La imagen de calidad ambiental que Curitiba ha adquirido hace que esto se transforme en un importante instrumento de captación de turistas e inversores.

PALABRAS CLAVE: imagen, calidad ambiental, atractivo turístico, turismo urbano.

EL TURISMO DE HOTELES SPA

Consideraciones sobre su comercialización en Cuba

*Eros Salinas-Cháves
Pedro Palet-Rabaza
Boris Luis Alonso*

El análisis del turismo en los centros spa, las tendencias internacionales actuales, las particularidades de su gestión comercial, la importancia económica, social y ambiental en la

búsqueda de un desarrollo sostenible; además de la participación de Cuba en este importante segmento de mercado en plena expansión son objetivos de este artículo.

PALABRAS CLAVE: turismo de salud, spa, balneoterapia, talasoterapia, marketing ecológico.

LA CALIDAD HIGIÉNICA DEL SERVICIO COMO FACTOR DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN EL TURISMO

Inés Teresa Añez-González

El turismo como fenómeno social y múltiple, abarca una serie de diversa de áreas de operación, tales como: transporte, diversiones, vías de comunicación, eventos socio-culturales, alojamiento, etc.; cada una de las cuales genera, a su vez, actividades subsecuentes de índole social, cultural, económica y recreativa. Dentro de estas actividades están los servicios alimentarios, con lo cual, la seguridad alimentaria cobra especial valor y atención. Por tal motivo se determinó la Calidad Higiénica de Servicios (C.H.S.) en restaurantes, con el fin de establecer la posible incidencia de riesgo en la transmisión de enfermedades por alimentos, y a su vez, la seguridad alimentaria que en un momento dado pueda ofrecer el servicio alimentario al cliente; en especial, al turista. Para tal fin, se evaluó tanto al personal que laboraba en los restaurantes objeto de estudio, como el ambiente y los alimentos. Se analizaron 27 establecimientos de servicios alimentarios a través del instrumento Inspección Sanitaria, diseñado por el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social (1980) que determina el porcentaje de efectividad de cada aspecto, calculado sobre la base de deméritos. Los resultados determinaron un porcentaje de efectividad promedio de 60.75% a nivel del personal que se desempeña en los restaurantes. Mientras que el porcentaje de efectividad fue de 56.66% y 38.57% tanto para ambiente como para alimentos, respectivamente. La principal conclusión fue que el porcentaje de efectividad promedio obtenido fue superior al 50% en una escala de 100 puntos.

PALABRAS CLAVE: higiene, seguridad alimentaria, calidad higiénica de servicio.