

# Gestión *del* ocio *en el* ámbito turístico

Consulte nuestra página web: [www.sintesis.com](http://www.sintesis.com)  
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)) vela por el respeto de los citados derechos.

# Gestión *del* ocio *en el* ámbito turístico

Xavier Puertas



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Xavier Puertas

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.  
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid  
Teléfono 91 593 20 98  
<http://www.sintesis.com>

ISBN: 978-84-975651-1-0  
Depósito Legal: M. 34.957-2007

Impreso en España-Printed in Spain

---

# Índice

---

Introducción

11

---

## PARTE I

El ocio y el turismo en el marco empresarial

Capítulo 1. Ocio, tiempo libre y turismo

17

---

1.1. Evolución del concepto de ocio y de tiempo libre	17
1.1.1. <i>La idea de ocio en las civilizaciones clásicas</i>	18
1.1.2. <i>La Edad Media</i>	21
1.1.3. <i>La Época moderna: desde el Humanismo hasta 1789</i>	23
1.1.4. <i>Ocio y trabajo a partir de la Revolución industrial</i>	24
1.1.5. <i>El ocio en el siglo XX</i>	26
1.2. Ocio y turismo en la actualidad	36
1.2.1. <i>Concepto actual de ocio</i>	36
1.2.2. <i>Relación y dependencia del ocio y el turismo</i>	39
1.2.3. <i>El concepto de vacaciones en la actualidad</i>	42

1.3. Nuevo entorno y nuevos valores para el consumidor	44
1.4. Consecuencias	47
<b>Capítulo 2. Ocio y tiempo libre en los establecimientos turísticos</b>	<b>51</b>
<hr/>	
2.1. La búsqueda de la experiencia de satisfacción en el destino turístico	52
2.1.1. <i>El guía turístico como mediador fuera del establecimiento turístico</i>	54
2.1.2. <i>El animador turístico como mediador de la experiencia dentro del establecimiento turístico</i>	56
2.1.3. <i>La oferta de actividades en el establecimiento</i>	61
2.1.4. <i>Los mediadores institucionales</i>	63
2.1.5. <i>La libertad de elección</i>	63
2.2. Ocio y tiempo libre como complementos a la oferta turística	64
2.2.1. <i>La oferta de ocio como un atractivo complemento en el destino</i>	66
2.2.2. <i>Las empresas de ocio en los destinos turísticos</i>	67
2.3. Conclusión	70
<b>Capítulo 3. El marco empresarial en el sector del ocio</b>	<b>73</b>
<hr/>	
3.1. El producto ocio: amalgama de bienes y servicios	73
3.1.1. <i>El servicio, la base del producto ocio</i>	76
3.2. El consumidor y sus teorías	81
3.2.1. <i>La aportación de Josef Mazanec</i>	83
3.2.2. <i>Los perfiles de los diez ociotipos</i>	84
3.2.3. <i>Aplicación de la nueva segmentación</i>	85
3.3. Las empresas y la necesidad de un cambio de mentalidad	89
3.3.1. <i>Revisión de las necesidades en las empresas de ocio</i>	87
3.3.2. <i>Club Med y Disney, dos experiencias piloto</i>	88
3.3.3. <i>Elevación del trabajador a una categoría superior</i>	94
3.3.4. <i>La satisfacción, una transacción mutua</i>	95
3.3.5. <i>La calidad y el modelo de Zeithalm, Parasuraman y Berry</i>	96
3.3.6. <i>Los factores repetitivos</i>	98
3.4. La gestión de los recursos humanos, imprescindible en el sector	99
3.4.1. <i>Los recursos humanos, la clave del éxito</i>	101
3.4.2. <i>Las políticas empresariales y los estilos de dirección</i>	104
3.4.3. <i>El plan de comunicación en la empresa</i>	107
3.4.4. <i>La motivación como objetivo primordial en los recursos humanos</i>	109
3.5. Estrategias de las relaciones entre empresa, producto y cliente	115
3.5.1. <i>La necesidad de revisar el producto y la relación con el consumidor</i>	115
3.5.2. <i>Las tres estrategias más usuales según Valls</i>	116

PARTE II  
El ocio en el ámbito turístico

<b>Capítulo 4. Introducción al estado de la cuestión de las empresas y su gestión</b>	<b>123</b>
4.1. Estructura de descripción de las diferentes formas de ocio	123
4.2. La democratización del ocio	124
4.2.1. <i>Las audiencias tradicionales y las nuevas audiencias</i>	127
<b>Capítulo 5. Gestión del ocio turístico</b>	<b>129</b>
5.1. Introducción a las actividades de ocio turístico	129
5.2. Las estaciones de esquí	130
5.2.1. <i>La historia del esquí</i>	132
5.2.2. <i>El inicio del atractivo de la alta montaña</i>	134
5.2.3. <i>Las teorías de evolución de las estaciones de esquí</i>	138
5.2.4. <i>Consecuencias y conclusiones</i>	144
5.2.5. <i>Proyección de futuro</i>	150
5.3. Los cruceros	151
5.3.1. <i>De medio de transporte a producto de ocio</i>	154
5.3.2. <i>Evolución de la demanda</i>	156
5.3.3. <i>Elaboración del producto</i>	159
5.3.4. <i>Las nuevas tendencias</i>	162
5.4. El turismo rural	164
5.4.1. <i>Las actividades en el espacio rural</i>	166
5.4.2. <i>Los objetivos</i>	167
5.4.3. <i>El modelo de turismo sostenible, o los beneficios del turismo rural</i>	168
5.4.4. <i>Las razones de su éxito</i>	168
5.4.5. <i>Estado de la cuestión y su problemática</i>	169
<b>Capítulo 6. Gestión del ocio cultural</b>	<b>173</b>
6.1. Introducción a las actividades de ocio cultural	173
6.2. Los museos	174
6.2.1. <i>Definición de museo</i>	175
6.2.2. <i>El coleccionismo y su relación con los museos</i>	177
6.2.3. <i>Primeros museos en Europa</i>	180
6.2.4. <i>Legislación y consecuencias: estado actual</i>	183
6.3. Los parques zoológicos	192

6.3.1. <i>Definición de parque zoológico</i>	193
6.3.2. <i>El coleccionismo de animales a través de la historia</i>	194
6.3.3. <i>Primeros zoológicos en Europa</i>	196
6.3.4. <i>Legislación y consecuencias: estado actual</i>	198
6.4. <i>Las artes escénicas y los teatros</i>	203
6.4.1. <i>Primeras fuentes históricas</i>	203
6.4.2. <i>El teatro en la época clásica</i>	205
6.4.3. <i>Paréntesis en los primeros siglos de la era cristiana</i>	207
6.4.4. <i>El teatro en la época moderna</i>	209
6.4.5. <i>Estado actual del teatro</i>	210
<b>Capítulo 7. Gestión del ocio deportivo</b>	<b>213</b>
<hr/>	
7.1. <i>Introducción a las actividades de ocio deportivo</i>	213
7.2. <i>El deporte en la historia</i>	214
7.2.1. <i>Las primeras civilizaciones</i>	214
7.2.2. <i>Grecia y Roma</i>	216
7.2.3. <i>La Edad Media</i>	220
7.2.4. <i>La Edad Moderna</i>	221
7.2.5. <i>La época contemporánea</i>	222
7.3. <i>Deporte y ocio en la actualidad</i>	225
7.3.1. <i>Un fenómeno social de nuestro tiempo</i>	225
7.3.2. <i>El deporte en las ciudades</i>	227
7.3.3. <i>Los clubes deportivos. El caso de Barcelona</i>	228
7.4. <i>Deporte y turismo</i>	230
7.4.1. <i>Tipos de turismo deportivo</i>	232
7.5. <i>Formas y actividades deportivas</i>	240
7.5.1. <i>Los deportes más significativos en el ámbito turístico</i>	242
<b>Capítulo 8. Gestión del ocio corporal</b>	<b>247</b>
<hr/>	
8.1. <i>Introducción a las actividades de ocio corporal</i>	247
8.2. <i>El concepto de <i>wellness</i></i>	248
8.3. <i>Balnearios, spas y centros de talasoterapia</i>	250
8.3.1. <i>Diferencias</i>	251
8.3.2. <i>Tradición de los centros termales</i>	252
8.3.3. <i>Los balnearios en la actualidad</i>	264
8.3.4. <i>El boom de los spas</i>	265
8.3.5. <i>Centros de talasoterapia</i>	266



<b>Capítulo 9. Gestión del ocio recreativo</b>	<b>269</b>
<hr/>	
9.1. Introducción a las actividades de ocio recreativo	269
9.2. Los parques temáticos	269
9.2.1. <i>Definición</i>	270
9.2.2. <i>Clasificación y tipologías</i>	274
9.2.3. <i>Origen de los parques temáticos</i>	278
9.2.4. <i>Actualidad y tendencias genéricas</i>	285
9.2.5. <i>Criterios de diseño y creación</i>	287
9.3. Eventos singulares	289
9.3.1. <i>Ferías y fiestas</i>	290
9.3.2. <i>Las grandes celebraciones</i>	294
9.3.3. <i>Las grandes fiestas turísticas europeas</i>	297
<b>Capítulo 10. Gestión del ocio lúdico</b>	<b>303</b>
<hr/>	
10.1. Introducción a las actividades de ocio lúdico	303
10.2. Música, bares musicales y discotecas	304
10.2.1. <i>Inicio y trayectoria de la música</i>	305
10.2.2. <i>La reproducción mecánica del sonido</i>	313
10.2.3. <i>La música registrada como oferta complementaria                   en establecimientos actuales</i>	314
10.2.4. <i>El fenómeno de las discotecas</i>	316
10.3. Internet	319
10.3.1. <i>La creación de la Red</i>	319
10.3.2. <i>La Revolución silenciosa de Manuel Cuenca</i>	320
10.3.3. <i>Internet y el ocio turístico</i>	322
<b>Bibliografía</b>	<b>327</b>
<hr/>	