

# Principales hitos del turismo mundial y argentino

---

MERETA BACHLE, AYLEN FABIANA



Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

## Sobre la autora

### MERETA BACHLE, AYLEN FABIANA

Magister en Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España. Licenciada en Turismo (UNMDP). Formación de Postgrado en Educación a Distancia a través de Redes Digitales de la Universidad de Murcia, España. Formación de Postgrado en Estrategias de Intervención de Desarrollo Turístico de Comunidades Rurales de la Universidad Nacional del Comahue (UNCOMA), Argentina. Profesora Adjunta de la Cátedra de Introducción al Turismo de la Carrera de grado de Licenciatura en Turismo. Directora de Proyecto de Extensión Universitaria dentro del Programa Integrando IV de la Universidad Nacional del Rosario (UNR): “Caravana Lúdica”. Coordinadora del Blog “Turismo Pase Prioritario”; todas, de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina. Coordinadora de la Cátedra Abierta Problemática Contemporánea del Turismo de la Universidad Nacional de Misiones, (UNaM), Argentina. Tutora del MBA en Administración del Turismo Sostenible y Máster Internacional en Ecoturismo del Instituto Internacional de Formación Ambiental (IIFA) de Perú. Tutora del programa Diploma en Gestión del Turismo Sostenible de Fondo Verde Internacional (FVI), Perú; con patrocinio de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Correo electrónico: [aylen.mereta@fcecon.unr.edu.ar](mailto:aylen.mereta@fcecon.unr.edu.ar)

## RESUMEN

El presente texto, expone momentos históricos relacionados con los motivos, formas de viajar y hacer turismo, así como quienes lo practicaron. Esta breve evolución del Turismo en el mundo, y también en Argentina, se organiza a partir de cinco puntos de inflexión que explican cómo se originó, consolidó y reestructuró el sector, a medida que la humanidad comenzó a desplazarse. El primero de ellos, es en el período Neolítico en el que los desplazamientos humanos se transforman a partir de la consolidación de la vida sedentaria. El segundo punto de inflexión, se desarrolla en el Imperio Romano durante el gobierno de Octavio Augusto, en el que se logran identificar todos los elementos constitutivos de la actividad turística, a partir de los usos del tiempo libre del pueblo romano. El Iluminismo y la Revolución Industrial, durante el Siglo XVIII, desencadenarán el tercer hito, en el que quedará establecido el escenario donde surge el Turismo tal y como lo conocemos hoy. El mismo, es conocido como la práctica del Grand Tour, que no solo impactará en la distribución del tiempo libre y del trabajo sino también, en el desplazamiento del hombre. El cuarto punto de inflexión, conocido como Boom turístico, introduce el rasgo de masividad en el mercado turístico mundial a partir de la década del 50 hasta nuestros días. Los 70' serán el comienzo de la innovación tecnológica y consecuente quinto punto de inflexión en la historia del turismo. Pese a la crisis energética mundial, el turismo internacional crecerá como nunca lo había hecho en toda su historia. Más tarde, hacia fines de los 90' y como consecuencia, se asistirá al "fin del turismo"; enunciando el declive del turismo masivo para dar nacimiento, en la posmodernidad, al postturismo.

## ABSTRACT

This text sets out historical moments related to the reasons, ways of travel and tourism, as well as those who practiced it. This brief evolution of Tourism in the world, and also in Argentina, is organized in five turning points that explain how the sector originated, consolidated and restructured, as humanity began to move around the world. The first is in the Neolithic period, in which human displacements are transformed from the consolidation of sedentary life. The second turning point takes place in the Roman Empire during the rule of Octavian Augustus, in which all the constituent elements of tourist activity are identified from the organization of the free time of the Roman people. Enlightenment and the Industrial Revolution, during the eighteenth century, will trigger the third milestone, in which the scenario where Tourism arises will be established as we know it today. It is known as the practice of the Grand Tour, which will not only impact the distribution of free time and work but also on the displacement of man. The fourth turning point, known as the Tourist Boom, introduces the trait of massiveness into the global tourism market from the 1950s to the present day. The 70's will be the beginning of technological innovation and consequent fifth turning point in the history of tourism. Despite the global energy crisis, international tourism will grow like never before in its entire history. Later, towards the end of the 1990s and as a result, the "end of tourism" will be attended; enunciating the decline of mass tourism to give birth, in postmodernity, to post-tourism.

**Key words:** Tourism – History – milestones – travel - Grand Tour - Posttourism.

## RESUMO

O presente texto expõe momentos históricos relacionados com os motivos, formas de viajar e fazer turismo, bem como aqueles que o praticaram. Estabeveevolução do Turismo no mundo, e também na Argentina, se organiza a partir de cinco pontos de inflexão que explicam como se originou, consolidou e reestruturou o setor, à medida que a humanidade começou a se deslocar. O primeiro deles, é no período Neolítico em que os deslocamentos humanos se transformam a partir da consolidação da vida sedentária. O segundo ponto de inflexão, desenvolve-se no Império Romano durante o governo de Octavio Augusto, no qual se conseguem identificar todos os elementos constitutivos da atividade turística, a partir dos usos do tempo livre do povo romano. O iluminismo e a Revolução Industrial, durante o século XVIII, desencadearão o terceiro marco, no qual ficara estabelecido o cenário onde surge o turismo tal como o conhecemos hoje. O mesmo, é conhecido como a prática do Grand Tour, que não só impactará na distribuição do tempo livre e do trabalho, mas também, no deslocamento do homem. O quarto ponto de inflexão, conhecido como Boom turístico, introduz a característica de massividade no mercado turístico mundial a partir da década de 50 até aos nossos dias. Os 70 serão o início da inovação tecnológica e consequente quinto ponto de inflexão na história do turismo. Apesar da crise energética mundial, o turismo internacional crescerá como nunca havia crescido em toda sua história. Mais tarde, no final dos anos 90 e como consequência, assistiremos ao "fim do turismo" enunciando o declínio do turismo massivo para dar nascimento, na pós-modernidade, aos pós-Turismo

**Palavras Chaves:** Turismo - História - Marcos - Viagens - Grand Tour- Pós -turismo. -

El viaje que es tan antiguo como la humanidad y ha constituido, junto con el agua, el fuego y las estaciones del año, una de las grandes metáforas de todas las civilizaciones. Los pioneros del turismo contemporáneo apostamos además por el viaje responsable como de fundamental magnitud ante el necesario desarrollo socioeconómico y cultural de las comunidades. (Antonio Torrejón, 1936-2020).

En un ensayo por sintetizar la evolución histórica de un fenómeno social como el Turismo, y quizá perdiendo la “belleza del detalle”, identificaré sus momentos más emblemáticos; entendiéndolo al mismo como un sistema que evoluciona en la medida que hace lo propio el sujeto que lo practica.

Será el Neolítico, entonces, el primer punto de inflexión en el que los desplazamientos humanos se transformaron. Debido al sedentarismo, la conformación de comunidades y aumento de población aparecieron las primeras civilizaciones agrarias que produjeron excedentes y, con ellos, la necesidad de desplazarse en busca de otros territorios para intercambiarlos.

El segundo punto de inflexión, se produce durante el período conocido como Paz Romana, con el emperador Octavio Augusto, que es cuando se desarrolló la “edad de oro” del turismo romano que durará dos siglos. El pueblo romano fue quizá, el primero en integrar, en su práctica, todos los elementos constitutivos de la actividad turística: desplazamiento y pernocte en tiempo de ocio, creación y aprovechamiento de equipamiento, infraestructura y servicios especialmente creados para el disfrute de atractivos y, la intención de regresar a sus lugares de residencia habitual (Quesada Castro, 2007, p. 10).

El Iluminismo -en las ciencias- y la Revolución Industrial -en la economía-, durante el Siglo XVIII, traerán consigo otro cambio contundente para el hombre y, evidentemente, para el Turismo. Se trata de la división

mecanicista del trabajo (capitalistas y proletariado). Este será el escenario en el que surge el Turismo tal y como la conocemos hoy: “concepción del turismo como producto turístico estandarizado y turista clasificado por clase social” (Bonilla, 2013).

Pero la revolución del conocimiento y las máquinas, también cambió la manera de pensar respecto de la monarquía (Revolución Francesa, independencia de Estados Unidos); haciendo que la aristocracia, del mismo modo, perdiera poder político y económico. Esto, permitió el surgimiento de una clase -herederos rentistas de las tierras- que junto con la burguesía, procurará recuperar el poder y destacarse dentro de la Sociedad a través del turismo.

Es así que entre mediados del Siglo XVII y principios del XIX, el turismo se vuelve “costumbre”, especialmente en Inglaterra, con el Grand Tour (Cioce Sampaio, 2004). Este cambio “revolucionario”, no solo impactó en la distribución del tiempo libre y trabajo, también hizo lo propio en el desplazamiento del hombre. Es con la invención de las máquinas a vapor, que se transforma completamente al ferrocarril, acortando tiempos, extendiendo distancias y transportando cada vez más personas. Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas, a mediados del siglo XIX; aumentando así, las corrientes migratorias europeas hacia América.

Es durante el período, antes mencionado, en que quedan sentadas las bases del turismo contemporáneo argentino. La creación del primer ramal de ferrocarril (1857) y la afluencia de grandes corrientes migratorias suscitan la gran expansión agropecuaria y la aparición de una nueva elite social (Lara, 2008). Estas familias ricas, imitarán el estilo de vida europeo lujoso y de ostentación que, como afirma Schlüter (2003), se verá reflejado en una fusión entre la arquitectura y el uso del tiempo de ocio: los grandes hoteles de lujo (de la Paix, Gran Hotel Argentino, Tigre Hotel, Edén, entre otros).

Mientras tanto, en Inglaterra, Thomas

Cook funda la primera agencia de viajes del mundo (1851) y, en Estados Unidos, Wells y Fargo (American Express, 1859) inventan los travel-check. Pullman, por su parte, aprovecha el tren y crea los wagons-bed (1867); y Ritz innova en la administración hotelera.

En Argentina, la alta burguesía anhelaba una ciudad balnearia marítima que permitiera una vida social intensa que sus estancias no le permitían, así nace Mar del Plata, en 1874. Es por ello, siguiendo a Lara (2008), que la historia del turismo en Argentina, estará íntimamente ligada al nacimiento de esta ciudad y el desarrollo de los medios de transporte, particularmente el tren. (p. 29).

Habría que esperar a dos acontecimientos clave para la historia del turismo. El primero, que recuerda a nivel mundial todos los 1º de mayo, a los “mártires de Chicago” (1886) y la reducción de la jornada laboral a 8 horas diarias. Y el segundo, que instauro con El Frente Popular francés (1930) el tiempo libre como derecho fundamental del hombre y las primeras vacaciones pagas. Estos dos hitos, dejarán establecida la democratización del turismo, y las bases del Turismo Social, al favorecer el derecho a las vacaciones de las minorías sociales.

Es para el Centenario de la Independencia de nuestro país (1910), cuando se afianza el turismo nacional; poniéndose en valor las principales ciudades argentinas, grandes hoteles (Mundial, Place, París, Boulevard, etc.), el transporte naviero (Mihanovich), el ferroviario (Transandino) y la aviación comercial (Lara, 2008, p. 40).

Sobre el fin de “la Gran Guerra” (1918), comienza la fabricación en masa de autobuses y automóviles; sumando muchísimas más personas a desplazarse, en cercanías, con motivo de viajes. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa.

En Argentina, se consolida la aviación aerocomercial (Aeroposta Argentina), se institucionaliza el turismo con nuevas leyes para el sector, se crea el primer parque nacional

(Parque Nacional del Sur), hoy conocido como Parque Nacional Nahuel Huapi; mientras que la influencia de personajes como Moreno, Newbery, Bustillo, Thays, entre otros; otorga un “sello distintivo” a la actividad turística nacional.

Con la crisis económica mundial de 1929, se limita el desarrollo del turismo en todo el mundo, pero es la 2da. GM la que lo paraliza totalmente hasta 1949. Paradójicamente, se asistirá a una increíble evolución en las comunicaciones y transportes.

No se menciona frecuentemente en la historia del turismo pero, en 1948 sucederá un acontecimiento que más adelante provocará lo que se conoce como “Revolución Tecnológica” y es nada menos que, la invención de los transistores (Laboratorios Bell), que se convertirá en el cimiento para la computación moderna y todos los aparatos electrónicos que utilizamos diariamente en la actualidad.

He aquí el cuarto punto de inflexión en la evolución del turismo mundial que, a partir de 1950, se lo conoce como el Boom turístico -Turismo Masivo- caracterizado por grandes operadores turísticos, total estandarización de paquetes, precios bajos, destinos de sol y playa y vuelos chárter; para una demanda turística de crecimiento exponencial.

Además del turismo masivo, en esta misma década en Argentina, se consolida también el Turismo Social, gestionado por los sindicatos. Surgieron las Colonias de Vacaciones (Chapadmalal, Embalse Río Tercero, Uspallata, etc.) y la política turística: “Usted se paga el viaje y el gobierno hospedaje” para instar a los trabajadores a hacer turismo interno (Pastoriza, 2011, p. 05).

La década del 60, a nivel mundial, acelera a las grandes empresas turísticas a ser más cómodas, más rápidas, con mayor capacidad y al menor costo posible para acaparar cada vez mayor demanda. Obviamente, el sector privado argentino comienza a organizarse y nacen las primeras instituciones y asociaciones turísticas (Asociación Argentina de

Agencias de Viajes y Turismo (AAVyT), Federación Hotelero Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), y posteriormente la Cámara Argentina de Turismo (CAT). Desde el sector público también comienza a darse importancia al turismo como política de Estado sancionándose la Ley 14.574/58. Y el Decreto 26.099, crea Aerolíneas Argentinas como aerolínea de bandera, siendo una de las primeras en ingresar a la era del “jet”. En 1961, realizará el primer vuelo transpolar comercial del mundo (Lara, 2008, p. 79).

Para 1970, se sancionan las dos leyes nacionales más importantes en la regulación del sector: 18.828 (alojamiento) y 18.829 (agencias de viajes). El esquí cobra vigencia y deja de ser un deporte “caro”. Se realiza el Campeonato Mundial de Fútbol (1978), lo que lleva a modernizar rutas, autopistas, estadios, aeropuertos; beneficiando a la actividad turística; a costas de un período políticamente nefasto para todos los argentinos.

Los 70’ serán el comienzo de la innovación tecnológica y consecuente quinto punto de inflexión en la historia del turismo en el mundo. Pese a la crisis energética (países OPEP), el turismo internacional crecerá como nunca lo había hecho en toda su historia: de 25 millones de turistas en 1950, dará un salto a 190 millones en 1973 (OMT, Tablero de datos turísticos).

Acontecimientos mundiales como la caída del Muro de Berlín (1989) o de la Unión Soviética (1991), favorecen la apertura de nuevos destinos turísticos, tanto para turistas como para el segmento de negocios.

La demanda turística ansía, cada vez más, viajes emocionantes. Scott y Urry (1998), al respecto, se preguntan si se está asistiendo al “fin del turismo”; enunciando el declive del turismo masivo (organizado, paquetizado, estandarizado) característico de una era moderna para dar nacimiento, ya en la posmodernidad, al postturismo como ámbito caracterizado fundamentalmente por el rechazo de las personas a ser tratadas como semejantes, tal como sucedía en el modelo masivo.

Mientras tanto en Argentina, si en los 70’ comenzaron a visualizarse los impactos producidos por el turismo masivo, los 80’ propondrán modalidades respetuosas de la naturaleza y las comunidades locales (ecoturismo, turismo aventura, turismo rural, entre otros).

En 1987 surge Amadeus, que junto con Sabre, es uno de los sistemas de reserva más populares para ofrecer información en tiempo real y realizar reservas de vuelos y hoteles. En esta época es cuando se produce una gran expansión del sector, internacionalizándose empresas hoteleras y tour operadores mayoristas.

Los 90’ fueron la década de los nuevos productos turísticos argentinos, que se sumaron a los ya tradicionales (sol y playa, esquí, fauna marítima, termas, etc.). Gastronomía (té galés), trenes (La Trochita, El tren del fin del mundo, Tren de las Nubes), minas (Sierra Grande, Uspallata, etc.) viento (Comodoro Rivadavia, San Juan), esoterismo (Capilla del Monte), turismo étnico (asentamientos de colectividades inmigrantes (Moisés Ville, La Boca, etc.) rutas y caminos turísticos (del Gaucho, de las Estancias Jesuíticas, del Adobe) (Shlüter, 2003, cap. 6).

En el mundo, comienza la era de la informática de alta velocidad y, el sector turístico es uno de los que más y mejor lo aprovecha. Se declara operativo el GPS, Expedia.com permite reservar por Internet todo tipo de servicio turístico, por parte del pasajero, Ericsson GS88 es el primer teléfono inteligente (aunque el boom comercial de los smartphone será en el 2000 con la aparición del sistema operativo Windows Mobile). Sabre, es otra de las que aprovechan Windows, y se alía para reemplazar sus terminales IBM y crea el ticket electrónico.

Por cierto, desde hace dos décadas, el transporte y el turismo vienen experimentando grandes cambios derivados de la tecnología, fundamentalmente. Podríamos decir que estamos presenciando cambios propios de una “revolución turística” causada por una revolución tecnológica. Como resultado,

de los 190 millones de viajes internacionales medidos en 1973, se registra un crecimiento exponencial de 669 millones de turistas en el año 2000 (OMT, Tablero de datos turísticos).

En 2001, a raíz de los atentados al corazón financiero de los Estados Unidos, se endurecieron las medidas de seguridad en todos los aeropuertos del mundo. Hoy, hasta nos parece un procedimiento “normal”, ser escaneados, sacarnos los zapatos y cinturones en los controles, no llevar aerosoles, elementos cortantes o, incluso, agua. Ese mismo año, viaja el primer turista al espacio, Dennis Anthony Tito, quien pagó a la Agencia Espacial Rusa 20 millones de dólares por visitar la Estación Espacial Internacional. Hoy se calcula que costaría unos 250 mil dólares.

En nuestro país, el gobierno nacional considera nuevamente al turismo como política de Estado (gestión Meyer) y a causa de ello se crea y actualiza la normativa general del sector; organizándolo e integrándolo a través de la Ley Nacional de Turismo 25.997/04. Además, se hace lo propio con la planificación turística a través del Plan Federal Estratégico y Participativo de Turismo Sustentable (PFETS) contemplando por primera vez, un escenario y estrategia de acción con horizonte al 2016 (luego se extenderá) aspirando a convertir a la Argentina en “un país turístico y no con turistas” (Lara, 2008, p. 109).

Esta revolución tecnológica que vive la humanidad, verá en las tecnologías de la información y de la comunicación, el elemento más transformador en su modo de vida, comportamiento, trabajo, consumo y claro está, en sus viajes. El turista aprendió a utilizar Internet tanto para planear su viaje como para reservarlo y comprarlo; reduciendo costos de intermediación, comunicación e incrementando la oferta. Lo propio harán empresas y destinos, con el marketing y comercio electrónico, además de “virtualizar” procesos en la cadena de valor del turismo.

A raíz de Internet, surgieron nuevos modelos de comunicación (redes sociales) y negocios turísticos. Tripadvisor (2000), re-

volucionó la forma de planear los viajes y estableció un parámetro de control social de la calidad, a través de la reputación de la empresa o el destino en cuanto a su calidad integral. Couchsurfing (2003) promovió, a través de su red, un espacio de intercambio de estadía en los hogares de los viajeros de la comunidad. Airbnb impuso un mercado comunitario (o de economía colaborativa), basado en la modalidad bed & breakfast y, creado para publicar o reservar alojamientos en todo el mundo, a bajo costo.

Facebook transformó las redes sociales en 2004 (nueve años después, la pionera Hilton fue la primera marca de hotel en llegar al millón de fans). Ese mismo año Flickr aparece para compartir fotografías y Trivago para comparar precios de hoteles. Le siguen Youtube (2005), Twitter (2006) y Mi Nube (2007), como la comunidad de viajeros más grande del mundo de habla hispana.

Desde 2010 en adelante, se consolidan Foursquare (red de geolocalización de productos y servicios turísticos) y, más recientemente Google+, Pinterest e Instagram. El resultado de estas redes sociales es que el “antiguo turista”, consumidor pasivo, se convierte ahora a través de ellas en productor de contenido, generador de publicidad (positiva o negativa) y consumidor, lo que hoy se conoce como adprosumer. Esto ha obligado a empresas y destinos a reconfigurar absolutamente sus técnicas de marketing, obligándose a generar una comunicación dinámica y bilateral entre ellas y sus clientes.

Concluyendo, la clave ha sido, es y será la “movilidad” del usuario. Los dispositivos inteligentes personalizaron aún más esta movilidad. En la actualidad, el 80% de los usuarios de Internet, lo utilizan en el móvil para alguna fase de su viaje. Como una secuencia de fichas de dominó, la movilidad y geolocalización dieron paso al geomarketing, utilizando grandes bases de datos respecto al consumo como al modo y hábitos de consulta del consumidor.

Esto hizo que para 2012, se contabilizaran un billón de turistas internacionales y se

pronosticara casi billón y medio para 2020. (OMT, Tablero de datos turísticos).

Claro está, que en esa previsión nada había esperar que sucediera la “Pandemia del 2020”...

### 27 de septiembre de 2020:

Día Internacional del Turismo. El sector atraviesa, sin haberlo esperado siquiera, la peor de las crisis de toda su historia. La caída de empleos es de casi un 40%, tanto a nivel mundial como regional. Lo propio sucede con su PBI, experimentando una pérdida mundial de 3.500 millones de dólares aproximadamente.

En nuestro país se sufre un embate aún peor, pues hoy es una actividad literalmente “prohibida”; siendo ésta también la peor crisis para la historia nacional del turismo. Es prohibitiva no solo por la cuarentena obligatoria, sino también por las exageradas, inoportunas, y nada empáticas, presiones impositivas, financieras y operativas, hacia toda la actividad turística nacional. Van seis meses de encierro, de hoteles y restaurantes a puertas cerradas, de agencias de viajes que no pueden siquiera subsistir comercialmente con casi un 90% de carga fiscal y sin ventas, con vuelos vetados en todo el territorio nacional y, fundamentalmente sin una política nacional que tenga claro a qué horizonte dirigir al sector turístico en su conjunto.

Aún así, el Turismo nació y evolucionó con la Humanidad y su inmanente necesidad de descubrir nuevos caminos; y transcurrirlos pese a obstáculos políticos, naturales o económicos. “Andarlos y desandarlos” subsiste en su esencia, y justamente por esto... allí habrá Turismo.

## Referencias

- Bonilla, J. (2013). Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de la información y las comunicaciones. *Anuario Turismo y Sociedad*, 14. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=2438703>
- Cioce Sampaio, C. A. (2004). El turismo como fenómeno histórico. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13. Recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V13/v13n3-4a06.pdf>
- Lara, A. (2008). Cien años de turismo argentino. Buenos Aires: Proia.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Tablero de datos. <https://www.unwto.org/es/unwto-tourism-dashboard>
- Pastoriza, E. (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [En línea], Debates, 2008, Puesto en línea el 16 junio de 2008. Recuperado de: <http://nuevomundo.revues.org/index36472.html>
- Quesada Castro, R. (2007). Elementos del turismo. San José de Costa Rica: Euned.
- Ribón, M. A. (2002). El ocio y sus funciones a través de la historia. *Sociología del trabajo y el ocio* 4º curso de L.A.D.E. Universidad de Cádiz. Curso 2002-2003. Recuperado de: <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/14962/Ocio.%20historia%20y%20funciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Schlüter, R. (2003). El Turismo en Argentina: del balneario al campo. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Scott, L., y Urry, J. (1998). Economías de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la post-organización. *Región y sociedad*. 13(22). pp. 185-191. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v13n22/v13n22a9.pdf>
- CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO SEGÚN NORMAS APA 2017 (UCES)**
- Mereta Bachle, A. F. (diciembre, 2020). Principales hitos del turismo mundial y argentino. *Revista de Extensión Tekohá*. Posadas: Ediciones FHycS, 8(6), 67-74. Recuperado de <http://edicionesfhycs.fhycs.unam.edu.ar/index.php/tekoha>

Argentina. Honorable Congreso de la Nación Argentina. (1958). Dirección Nacional de Turismo. Ley 14.574. Fondo Nacional de Turismo. Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/>