

revista de ANÁLISIS TURÍSTICO



Primer semestre de 2007

Núm. 3

SUMARIO

“50 años del turismo de España. Diez retos de futuro para el turismo español”

Manuel Figuerola Palomo

ARTÍCULOS

“Identificación de las distintas sensibilidades a los precios turísticos en la Comunidad Valenciana”

Juan Luis Nicolau

“Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura”

Ricard Santomà Vicens y Gerard Costa Guix

“Estrategias CRM en empresas hoteleras. Estado de la investigación y definición en un modelo de éxito integrador”

Aurora Garrido Moreno y Antonio Padilla Meléndez

“El compromiso medioambiental de los hoteles españoles y el impacto sobre su rendimiento”

Enrique Claver Cortés, Jorge Pereira Moliner, José Francisco Molina Azorín y Juan José Tarí Guilló

“Desarrollo de un modelo de análisis de la capacidad de acogida perceptual y aplicación práctica del mismo”

Enrique Claver Cortés y Jesús Perán López

“Desarrollo de un marco teórico para la evaluación de Etourism en el destino turístico: in working process”

Sofía Reino

DEBATE

“Cambio climático y turismo”

Juan Ignacio Pulido Fernández (coord.)

RESEÑA

TORRES BERNIER, Enrique; ESTEVE SECALL, Rafael; FUENTES GARCÍA, Rafael, MARTÍN ROJO, M^a del Mar. “Estructura de mercados turísticos”

Editorial UOC, 2006

Josep Francesc Valls Giménez



REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 3, 1^{er} semestre 2007, pp. 120

ESTRUCTURA DE MERCADOS TURÍSTICOS

TORRES BERNIER, Enrique (coord.)

ESTEVE SECALL, Rafael

FUENTES GARCÍA, Rafael

MARTÍN ROJO, M^a del Mar

Editorial UOC, 2006

Josep Francesc Valls Giménez

ESADE

Revista de Análisis Turístico

ISSN: 1885-2564 Depósito Legal: B-39009

©2007 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisTuristico@aecit.org

RESEÑA

TORRES BERNIER, Enrique
(coordinador); ESTEVE,
Rafael; FUENTES Rabel;
MARTÍN ROJO, M. del Mar.
*Estructura de Mercados
Turísticos*
Editorial: UOC, Barcelona,
2006

Esta colección de libros manuales de turismo de la Editorial UOC se va consolidando a medida que publica cada nueva obra. Nos hallamos ante un nuevo libro que va a convertirse, si lugar a dudas, en un clásico de estructura del turismo, en un país con demasiado poca literatura sobre la materia. Disponemos de varios manuales excelentes en español pero éste viene a complementarlos.

Se trata de una obra compacta, ordenada y bien estructurada, en la que se nota el papel del coordinador. La obra es didáctica, de fácil lectura y su arquitectura facilita mucho la comprensión de los mercados turísticos. Es una obra necesaria para la docencia, indispensable en cualquier bibliografía del sector y de lectura obligada para profesionales que se dedican al turismo. Introduce al análisis específico de las características, estructura, componentes y dinámica de los principales mercados turísticos, como indica en el prólogo su coordinador.

Se divide en cinco grandes capítulos. El primero se centra en El Sistema de Actividades Turísticas, que escribe el propio coordinador, Enrique Torres. En este primer capítulo el autor se adentra en los antecedentes del turismo y abarca el contexto del viaje desde el nomadismo cualquiera que fuese su causa hasta los fenómenos que determinan

el turismo masivo, pasando por el romanticismo y el “gran tour”. Se analiza el turismo masivo y los condicionantes económicos, laborales, de urbanización, etc. Se complementa con el estudio de las actividades turísticas, los recursos y su valorización.

El segundo trata de La Oferta en los Mercados de Producción Turística, redactado también por el propio coordinador. Se introduce a las tipologías de alojamiento, de intermediación, de transporte y de información.

El tercer capítulo trata de La Estructura de los Mercados Turísticos Genéricos, escrito por el coordinador. Por turismo genérico se entiende a aquellos turistas que se desplazan en sus vacaciones para descansar, divertirse y disfrutar, “sin una motivación concreta”. Como tales, se consideran el sol y playa, del que se analizan el medio ambiente, las infraestructuras, las modificaciones de la demanda y las motivaciones de los clientes; el rural; y el urbano.

El cuarto capítulo analiza La Estructura de los Mercados Específicos, y sus autores son Rafael Esteve y M. del Mar Martín Rojo. El primero introduce turismo específico como los parques temáticos, el turismo religioso - peregrinaciones y Semanas Santas en particular- y el náutico - crucesos y excursionismo náutico-. La segunda habla del turismo de congresos, convenciones e incentivos; de salud; y gastronómico.

Y el quinto capítulo cierra la obra refiriéndose a la Introducción y Fundamentos de la Investigación en los Mercados Turísticos, a cargo de Rafael Fuentes. Es un capítulo que abarca todo lo relativo a la

investigación de mercados, explayándose en el método científico como fuente de conocimiento. Enumera sus etapas de forma bien marcada: definición, formulación consecuente de las hipótesis; verificación; interpretación de los resultados; confirmación o rechazo de las hipótesis. Y se aplica en las tipologías de la investigación cualitativa y cuantitativa, estableciendo que ambas se presentan en la mayoría de los casos de forma complementaria.

Consideramos esta obra como una inestimable aportación de la editorial; sus autores reinterpretan la estructura de los mercados turísticos desde los últimos enfoques científicos de la materia.

*Dr. Josep-Francesc Valls
Catedrático departamento
Dirección Marketing y Centro
Dirección Turística ESADE*