

Índice

Listado de cuadros	9
Listado de figuras	13
Listado de lecturas	15
Prólogo	17
Capítulo 1. EL PAPEL DEL MARKETING EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS...	21
Lectura previa: Un invierno en Mallorca	23
1. Introducción	25
2. Concepto y naturaleza de los destinos turísticos.....	30
3. El marketing de destinos turísticos	32
4. Tipología de destinos turísticos.....	36
5. Marketing estratégico en destinos turísticos.....	38
6. Investigación de mercados en destinos turísticos	41
7. El marketing mix en destinos turísticos	42
8. Conclusiones	71
Actividades	71
Referencias	72
<i>Anexo 1:</i> Ranking de los mayores presupuestos de promoción de las Administraciones Nacionales de Turismo	74
<i>Anexo 2:</i> Evolución de los eslóganes publicitarios de los organismos autonómicos turísticos en España.....	75
Capítulo 2. LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS Y SU PAPEL EN EL MARKETING DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS..	77
Lectura previa: La protección del patrimonio mundial por la OMT y la UNESCO.....	79

1. Introducción	81
2. Estructura por niveles y funciones de las organizaciones turísticas	82
3. Organismos a nivel internacional	84
4. Organismos a nivel nacional	99
5. La Administración Turística de España	101
6. Organismos a nivel autonómico, provincial y local.....	117
7. Conclusiones	127
Actividades.....	127
Referencias.....	128
<i>Anexo:</i> Estados Miembros y Miembros asociados de la OMT	130

Capítulo 3. EL PROCESO DE PARTICIPACIÓN Y COORDINACIÓN EN EL MARKETING DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS ... 131

Lectura previa: La participación social en el Plan Alicante 2020.....	133
1. Introducción	138
2. Los sectores implicados en turismo	139
3. Métodos de participación y coordinación	170
4. Identificación de problemas mediante técnicas de diagnóstico	179
5. Resolución de problemas con técnicas de generación de ideas	186
6. Conclusiones	192
Actividades.....	193
Referencias.....	194
<i>Anexo:</i> Resumen de paneles del Congreso Nacional de Turismo.....	197

Capítulo 4. EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DESTINOS 199

Lectura previa: Los visitantes extranjeros en España	201
1. Introducción	202
2. El comportamiento del consumidor: enfoques e influencias	205
3. El proceso de selección de un destino turístico.....	216
4. La compra de paquetes turísticos	229
5. La segmentación de los turistas	232
6. Conclusiones	241
Actividades.....	241
Referencias.....	242

Capítulo 5. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS 245

Lectura previa: Los viajes de vacaciones de los valencianos	247
1. Introducción	248
2. Sistema de información en un destino turístico	251
3. El subsistema de información interna	256
4. El subsistema de información externa	259

5. El subsistema de estudios de mercado	269
6. Las nuevas tecnologías en la obtención de información de destinos turísticos	293
7. Conclusiones	297
Actividades.....	298
Referencias.....	298
<i>Anexo:</i> Cálculo del tamaño de la muestra.....	301
Capítulo 6. ANÁLISIS DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS.....	303
Lectura previa: “Turismo: Panorama 2020 de la OMT”	305
1. Introducción	307
2. Análisis externo.....	309
3. Análisis interno	329
4. Análisis DAFO.....	357
5. Diagnóstico estratégico	359
6. Conclusiones	368
Actividades	369
Referencias.....	371
Capítulo 7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS	375
Lectura previa: El Plan de Desarrollo Turístico de la Costa del Sol.....	377
1. Introducción	380
2. La planificación turística.....	382
3. La jerarquía de objetivos	387
4. Decisiones estratégicas	396
5. Implementación y control	415
6. Conclusiones	418
Actividades.....	419
Referencias.....	421
Capítulo 8. EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LOS DESTINOS.	425
Lectura previa: El efecto Guggenheim en Bilbao.....	427
1. Introducción	428
2. El turismo como opción de desarrollo	429
3. Enfoques al desarrollo turístico.....	459
4. El ciclo de vida de los destinos turísticos	466
5. El desarrollo de zonas menos favorecidas	473
6. Conclusiones	482
Actividades.....	483
Referencias.....	483
<i>Anexo:</i> Usos potenciales del turismo temático en destinos turísticos.....	487

Capítulo 9. EL TURISMO SOSTENIBLE COMO FACTOR DE DESARROLLO DEL DESTINO.....	491
Lectura previa: El turismo, factor de desarrollo sostenible	493
1. Introducción	494
2. Turismo sostenible	498
3. Turismo sostenible en España.....	511
4. Capacidad de acogida.....	530
5. Conclusiones	538
Actividades.....	539
Referencias.....	539
<i>Anexo 1:</i> Resumen de playas y puertos galardonados con la bandera azul en España	542
<i>Anexo 2:</i> Resumen de playas y puertos galardonados con la bandera azul en Europa	543