Número 26

RESUMEN DE LOS ARTÍCULOS QUE COMPONEN LA PUBLICACIÓN

ART.1// UN ESTUDIO SOBRE LA CALIDAD PERCIBIDA EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

El objetivo de este trabajo es analizar la calidad de los servicios prestados por los establecimientos de alojamiento turístico situados en zonas vacacionales. Para ello se ha diseñado una investigación desarrollada en una zona geográfica de gran tradición turística como es Benidorm.

A partir de las valoraciones efectuadas por la muestra de turistas-clientes entrevistados se ha comprobado la fiabilidad y validez del cuestionario de medición empleado, aunque no se ha obtenido una clara estructura dimensional que permita sintetizar tales valoraciones. El análisis realizado en el marco de los denominados atributos generales del cuestionario revela las altas puntuaciones asignadas sobre la calidad de servicio esperada y percibida. En la mayoría de esos atributos se observa que la valoración media sobre la calidad percibida supera a la correspondiente a la calidad esperada, aunque las diferencias existentes entre ambas valoraciones medias no siempre son estadísticamente significativas. Por lo que se refiere a la calidad percibida sobre los atributos que componen cada una de las cuatro áreas específicas consideradas en el cuestionario, cabe destacar la gran heterogeneidad que muestran las puntuaciones concedidas por los turistas-clientes.

Palabras clave
Análisis de Cuestionarios, Calidad de Servicio, Fiabilidad, Turismo, Validez.

Alejandro Casino Martínez
Departamento de Economía Aplicada
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
UNIVERSIDAD DE VALENCIA

ART.2// TURISMO Y DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HÍDRICOS: EL CASO DE BENIDORM

El turismo representa una de las principales fuentes de riqueza en la Comunidad Valenciana. La tradicional escasez de agua que padece esta Comunidad, sobre todo en la provincia de Alicante, aconseja hacer previsiones sobre las necesidades de agua que lleva aparejadas la expansión turística, a fin de poner en práctica, con la antelación suficiente, las políticas de agua necesarias para asegurar las dotaciones requeridas en un marco de desarrollo sostenible. En el presente trabajo se estima el déficit hídrico que puede generarse en la comarca de la Marina Baja como consecuencia de la implantación de un parque temático en Benidorm y se plantean diversas líneas de actuación para afrontarlo.

Palabras clave
Turismo, recursos hídricos, Comunidad Valenciana, Benidorm.

Ana Mª. Fuertes Eugenio
Aurelia Bengochea Morancho
Juan José Rubert Nebot
Departamento de Economía
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
UNIVERSIDAD JAUME I

ART.3// EL RÉGIMEN JURÍDICO-ADMINISTRATIVO DE PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA

No podemos hablar del turismo español sin recordar al Marqués Benigno de la Vega-Inclán, padre de los paradores de turismo. Esta Entidad Estatal Empresarial tiene como objetivos esenciales: favorecer la oferta de plazas hoteleras en lugares donde la iniciativa privada encontraría poco rentable hacerlo, constituye un instrumento muy importante de promoción internacional asociando la imagen del sector turístico español a la idea de calidad, y sirve para preservar el patrimonio histórico-artístico español. Por todo ello, los Paradores de Turismo han ido siempre unidos a la idea del interés general, con lo que se hace imprescindible su estudio desde un punto de vista jurídico.

Mª Matilde Ceballos Martín
Raúl Pérez Guerra
Departamento de Derecho Administrativo
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

El trabajo se centra en la estimación de las reacciones de la demanda turística inglesa a los cambios en las variables económicas relevantes en el periodo comprendido entre el primer trimestre de 1979 y el cuarto de 1992. Para ello se elabora un modelo econométrico con los flujos de entradas de visitantes ingleses por el aeropuerto de Málaga como variable dependiente e indicadores de renta y de competitividad como variables explicativas. La elasticidad renta resulta ser inferior a las estimadas para otros destinos españoles, si bien es similar a la de otros segmentos de clientela de la Costa del Sol. Se detecta una sensibilidad a los precios por parte de los ingleses que no se encuentra en otras nacionalidades, al tiempo que no se observa ningún grado de "lealtad a la marca", algo que sí ocurre con los alemanes que acuden a la Costa del Sol.

Palabras clave
Turismo, análisis de demanda, modelos econométricos, Costa del Sol.

J. Manuel Martínez Sánchez
Departamento de Economía Aplicada
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

© 2001, Agència Valenciana del Turisme