Papers de Turisme

IMPRIMIR DOCUMENTO

Número 41

RESUMEN DE LOS ARTÍCULOS QUE COMPONEN LA PUBLICACIÓN

ART. 1// UNA APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TURÍSTICO Y LA IMPORTANCIA DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN.

Autores: Arturo Molina Collado, Águeda Esteban Talaya y David Martín-Consuegra Navarro

Resumen:

Resumen: El presente trabajo presenta un análisis descriptivo del consumidor turístico y de las fuentes de información personales e impersonales utilizadas en turismo, basándose en el comportamiento de uso que manifiestan los consumidores turísticos hacia dichas fuentes de información según sus propias características y experiencia en viajar. En concreto, se encuadra la investigación entre el comportamiento turístico y el uso de las fuentes de información y se plantea una asociación entre esta variable y los principales rasgos que caracterizan a los turistas con el fin de establecer recomendaciones a la hora de dirigir las diferentes fuentes de información hacia los distintos segmentos de población turística.

Palabras Clave: Comportamiento turístico, consumidor, fuentes de información.

ART.2// PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DISEÑO DE UN ÍNDICE SINTÉTICO DE TURISMO SOSTENIBLE.

Autores: Juan Ignacio Pulido Fernández y Marcelino Sánchez Rivero

Resumen: Este trabajo establece las bases metodológicas para el diseño de un índice sintético global para la medición del desarrollo turístico sostenible, que se denominará ST INDEX. El cálculo de este índice responderá a la cuádruple dimensión de la sostenibilidad y facilita el seguimiento y control de resultados de las políticas de fomento del turismo sostenible, a la vez que sirve de elemento de medición de la convergencia entre distintos destinos turísticos, que dispondrán, además, de un conocimiento más profundo sobre los elementos que condicionan su capacidad competitiva en los mercados.

La elaboración de índices sintéticos de desarrollo sostenible es una propuesta aún muy reciente, por lo que las aportaciones teóricas son todavía muy escasas. En el caso del turismo sostenible, por el momento no se ha producido ningún avance, por lo que la investigación que se plantea en esta propuesta tiene un carácter de exclusivamente novedosa, teniendo como referente el Monitor de Competitividad Turística del WTTC, la aportación al World Economic Forum (WEF) de los grupos de trabajo de las Universidades de Yale y de Columbia, que han diseñado el Environmental Sustainability Index (ESI) y, para el caso de España, el trabajo realizado por un equipo de investigadores de la Universidad de A Coruña para el diseño de un Índice Sintético de Desarrollo Sostenible (Synthetic Index of Sustainable Development, o SISD), que han aplicado al análisis del desarrollo sostenible de las Comunidades Autónomas con buen resultado.

Palabras Clave: desarrollo económico, sostenibilidad, turismo sostenible, índice sintético, ST INDEX, gestión territorial.

ART.3// LOS CONVENTION BUREAUX: COORDINACIÓN, ORIENTACIÓN E IMPACTO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO.

Autores: David Jiménez Castillo, María Belén Marín Carrillo y Manuel Sánchez Pérez.

Resumen: El auge del turismo de negocios en los últimos años ha incrementado el nivel de competencia y el número de agentes participantes en esta industria. La complejidad derivada de esta situación dificulta la interpretación de la organización de marketing del destino turístico de negocios. Los Convention Bureaux desempeñan un rol esencial en dicha organización, dada su especialización en esta modalidad turística y sus funciones de promoción del destino e

intermediación entre oferta y demanda turísticas. El objetivo de este trabajo es analizar la situación e incidencia de los Convention Bureaux en el turismo de reuniones en España, su papel en la organización de marketing y su impacto económico en el destino. Asimismo, se pone de manifiesto la necesidad de que los Convention Bureaux actúen como agentes integradores de la comunicación del destino, realizándose una serie de propuestas a tal efecto. Los resultados del análisis muestran la capacidad de los Convention Bureaux para atraer eventos y participantes, y su potencial para producir un impacto económico positivo en el destino. También se demuestra que la capacidad de atracción de eventos y participantes es mayor conforme aumenta el tamaño de la ciudad-sede, multiplicándose el impacto económico de dichos eventos.

Palabras Clave:Convention Bureau, turismo de reuniones, organización de marketing, comunicación

ART.4// TURISMO COMUNITARIO EN CENTROAMÉRICA. UN ANÁLISIS ECONOMÉTRICO

Autores: Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Tomás J. López-Guzmán Guzmán y José María Caridad y Ocerín

Resumen: La articulación del tejido social y productivo en los Países en Vías de Desarrollo encuentra una de sus posibilidades de organización empresarial en la creación de cooperativas y otras formas asociativas de carácter social. En este trabajo presentamos una investigación llevada a cabo en Nicaragua y en El Salvador donde analizamos cómo una nueva forma de turismo alternativo (denominado comunitario, solidario, responsable o justo) puede originar una importante entrada de recursos económicos, siendo complementarios de otras actividades empresariales, tanto en áreas rurales como urbanas. Asimismo, también presentamos un trabajo de campo realizado en España a diferentes Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que organizan viajes solidarios a Países en Vías de Desarrollo para mostrar las principales características de estos turistas.

Palabras Clave: Turismo Comunitario, Desarrollo Económico, Modelos Econométricos, Nicaragua, El Salvador

NOTAS

Predicción de la demanda internacional turística mediante Holt-Winters.
II Congreso Internacional de Turismo. Advances In Tourism Marketing Conference.
Reseña del libro “Crecimiento e Internacionalización de Empresas

© Conselleria de Turisme