



DOSSIER DE RENTABILIDAD DE NEGOCIOS TURÍSTICOS

Cita recomendada:

Dossier de rentabilidad de negocios turísticos [Recurso electrónico] / elaborado por el Servicio de Información y Documentación, Estudios y Publicaciones. -- Sevilla : Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2012
1 archivo PDF (86 p.). -- (Dossieres de turismo ; 60)
1. Gestión de la calidad 2. Rentabilidad 3. Economía 4. Gestión hotelera
I. Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Servicio de Información y Documentación, Estudios y Publicados. II. Serie
338.48

Acceso al texto completo:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/143346009.pdf>

Elaborado por:

Centro de Documentación y Publicaciones

Servicio de Información Documentación, Estudios y Publicaciones

Secretaría General Técnica

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Avda. Juan Antonio de Vizarrón, s/n

Sevilla 41092

Correo-e: documentacion.ctcd@juntadeandalucia.es

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/centrodedocumentacion>

Finalizado en abril de 2012

Serie: Dossieres de Turismo, nº 60

Imagen de portada: A Maldivian resort island

Autor: Shahee Ilyas

Fuente: <http://light.bolhe.com/index.php/image/island/>

MONOGRAFÍAS

Monografías •

Acerenza, Miguel Ángel

Marketing en ferias turísticas / Miguel Ángel Acerenza-- Sevilla : Trillas, 2006

84 p. ; 23 cm-- (Empresa y turismo; Marketing turístico)

En este libro se exponen las bases del plan de marketing necesarias para diseñar ferias turísticas con objetivos bien definidos y estrategias eficaces

ISBN 84-665-5090-9

2107 0020785

SIG: 2407

Acerenza, Miguel Ángel

Marketing hotelero / Miguel Ángel Acerenza-- Sevilla : Trillas, 2006

86 p. ; 23 cm-- (Empresa y turismo; Marketing turístico)

En este libro se ofrecen los elementos conceptuales, metodológicos e instrumentales del marketing hotelero

ISBN 84-665-5089-5

2107 0020787

SIG: 5192

Alfaro García, María Elena

Dirección de la experiencia del cliente [Manuscrito]: aplicación al sector turístico: (cosumer experience management : application to tourist industry) / María Elena Alfaro García ; director, Enrique Ortega Martínez-- 2010

252 p. : gráf. ; 30 cm. 1 CD-ROM ; 12 cm

Tesis inédita de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, leída el 04/05/2010

Bibliografía: pp. 211-242

UCM (Universidad Complutense de Madrid) b2674021

Alonso Pérez, Alexandra

La Creatividad: técnicas de creatividad y sus aplicaciones en la empresa / Alexandra Alonso Pérez; tutora, Ana Gueimonde Canto-- Ourense : Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo, [2011]

162 p. ; 30 cm

Traballo fin de grao, Grao en Administración e Dirección de Empresas, Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

Universidad de Vigo, Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

• Los documentos con firmas numéricas se encuentran disponibles en el Centro de Documentación y Publicaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Arguedas, Raquel

Planificación, dirección y gestión financiera de empresas turísticas / Raquel Arguedas, M^a Teresa Nogueras-- Madrid : Editorial Universitaria Ramón Areces, 2007
571 p. : gráf. ; 24 cm.
Bibliogr.: p. 557-566
ISBN 978-84-8004-774-6

Biblioteca del Parlamento de Andalucía (36304)

Ávila Núñez, Luis

Diseño y viabilidad de un negocio de elaboración, alquiler y venta de guías turísticas electrónicas asistidas con GPS / Luis Ávila Núñez ; dirigido por Pedro Álvarez de Toledo Saavedra-- [S.l. : s.n.], 2003
3 v. : il. ; 30 cm
Proyecto Fin de Carrera Univ. Sevilla, ESI. -- Ejempl. no publicado. -- Tít. tomado de la cub
v.1. Memoria -- v.2. Investigación de mercado -- v.3. Plan de marketing

USE (Universidad de Sevilla) (53368)

Biosca Vidal, Domènec

100 Ideas para atraer clientes a un restaurante / Domènec Biosca-- Nueva edición revisada-- Barcelona: Gestión 2000, 2003
107 p. ; 22 cm
ISBN 84-8088-849-0

2107 0013112

SIG: 4190

Biosca Vidal, Domènec

200 Ideas para atraer clientes a un hotel / Domènec Biosca-- Barcelona: Gestión 2000, D.L. 2003
160 p. ; 22 cm
ISBN 84-8088-856-3

2107 0008778

SIG: 3173

Cabarcos Novás, Noelia. Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios turísticos. Vigo: Ideaspropias, 2006. 304 p. ; 14 x 24 cm. ISBN: 978-84-9839-101-5

SIG: 5553

Campos Sánchez, Noelia

Modelos de negocio en la web 2.0 y su aplicación al turismo: avance de la web 3.0 / realizado por, Noelia Campos Sánchez; dirigido por, Antonio Guevara Plaza-- Málaga : [s.n.], 2010

104 p. : il., graf. ; 30 cm

Trabajo fin de master presentado en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga, en septiembre de 2010

En la port. : Escuela Universitaria de Turismo, Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo

Bibliogr. : p. 100-104

UMA (Universidad de Málaga) (135121)

Circujano Rodríguez, Rocío del Carmen

Las certificaciones de calidad como ventaja competitiva en la empresa turística [Trabajo MUI] / Rocío Circujano Rodríguez; director Joaquín Texeira Quirós

58 p. + 1 CD ROM

Máster Universitario de Investigación en Organización de Administraciones y Recursos Turísticos, curso 2009 - 2010

Incluye cd rom con la versión electrónica del trabajo MUI

Bibliografía

En el presente trabajo se estudian las distintas certificaciones de calidad y sus ventajas competitivas, así como una aplicación práctica basada en la implantación real de estos sistemas de calidad en dos empresas hoteleras; con el objetivo de llegar a conclusiones sobre la rentabilidad de los sistemas de calidad. Es decir, comprobar si la relación coste - beneficio de una certificación de calidad es ventajosa para la empresa o, en su lugar, sería preferible implantar un sistema interno de calidad

UEX Universidad de Extremadura (148463)

Chías, Josep

El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares / Josep Chías-- 2ª ed.-- Madrid : Prentice Hall, 2006

207 p.-- (Donde las grandes ideas encuentran expresión)

ISBN 84-832-2291-4

SIG: 4147 / 4686

Ejarque, Josep.

Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing / Josep Ejarque-- Madrid : Pirámide, 2005

389 p. ; 24 cm

Título original: La destinazione turistica di successo

ISBN 84-368-1928-4

La riqueza del patrimonio artístico o paisajístico de una localidad no es suficiente para transformarla en destino turístico. Es necesario considerar los lugares como sistemas

integrados en los que desempeñan un papel fundamental las empresas que proveen de servicios al turista de forma directa o indirecta. El autor, basándose en su experiencia y en los logros que ha obtenido en este campo, explica en esta obra de forma clara y práctica cómo se debe actuar para convertir una localidad cualquiera, aunque aparentemente no parezca adecuada para serlo, en un destino turístico de éxito.

El objetivo del libro es acercar los conceptos de gestión y de marketing, así como su aplicación, a un sector de la actividad turística que hasta ahora se ha mantenido alejado de ellos. Se trata de una guía para la creación, gestión, marketing y desarrollo de un destino turístico. A lo largo de sus páginas se muestra la necesidad de management y dirección estratégica que tiene todo el sistema de la oferta turística en los destinos turísticos por definición, y cómo con una adecuada gestión y marketing se logra la transformación de los recursos y atractivos naturales para convertirlos en recursos turísticos.

SIG: 4292

Índice:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/Indices/13598.pdf>

Estructura económica del turismo / coordinadores, Antonia Sáez , Pablo Martín, Juan Ignacio Pulido-- Madrid : Editorial Síntesis, 2006

509 p. ; 23 cm

Realiza un amplio recorrido por toda la estructura económica del turismo, repasando antecedentes y extrayendo conclusiones; todo ello con la finalidad de ofrecer una perspectiva global. Para la consecución de este objetivo se analizan desde los conceptos más fundamentales y fuentes estadísticas usuales hasta su incidencia internacional y nacional, aportando una visión de la actividad turística en España con especial atención a las cuestiones de carácter económico.

Ver capítulos de interés en esta publicación

ISBN 84-9756-408-1

2107 0022803

SIG: 5163 / 5296

Índice:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/indices/22803.pdf>

Estudio sobre la calidad en el sector turismo [Literatura gris]-- [Huelva: Grupo de Desarrollo Rural de la Costa Occidental de Huelva, Adricoh, 2006]

39 p. ; 30 cm

Estudio elaborado a propósito de la celebración en Cartaya (Huelva) de las I Jornadas de Calidad Turística, analiza la oferta y la demanda turística española, andaluza y onubense, haciendo hincapié en los indicadores de turismo y en los retos futuros a los que se enfrenta el sector, incidiendo finalmente en la importancia de la calidad como herramienta estratégica

SIG: 1273

Evans, Nigel

Gestión estratégica del turismo / Nigel Evans, David Campbell, George Stonehouse--
1ª ed-- Madrid : Síntesis, 2008

479 p ; 24 cm-- (Gestión turística)

Glosario

Bibliog. : p. 467-479

Obra que trata de la incorporación de la gestión turística a la vida real a través de un análisis de estudios internacionales y aplicaciones prácticas como los objetivos, productos y mercados y la implementación del sector junto con aspectos que afectan a las organizaciones de transporte y turismo.

ISBN 978-84-975660-1-8

SIG: 6770

Felipe Gallego, Jesús

Marketing para hoteles y restaurantes en los nuevos escenarios / Jesús Felipe Gallego-- Madrid: Paraninfo Cengage Learning, D.L. 2007

289 p. ; 24 cm

Obra que plantea una nueva visión del Marketing para hoteles para hoteles y restaurantes, teniendo en cuenta los nuevos escenarios por donde se mueve la sociedad del Siglo XXI, partiendo de algunos hechos relevantes que forman parte de la historia del comercio

ISBN 978-84-283-2956-9

2107 0031954

SIG: 5452

Femenina Millet, Olga

La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing. Málaga: Universidad, 2011. ISBN: 978-84-694-4681-2

Este trabajo tiene como objetivo genérico mejorar nuestro conocimiento sobre el concepto de imagen de destino, sus relaciones con otras variables y su aplicabilidad al caso concreto de la ciudad de Gandía, valorándose lo que el turista piensa sobre el destino y explorando la posibilidad de Gandía como destino turístico en invierno. Este objetivo genérico es tanto teórico como empírico, repartiéndose este trabajo por igual, con dos capítulos teóricos y dos empíricos, además de una introducción y unas conclusiones. Con la finalidad de alcanzar este objetivo se revisan en un primer capítulo las aportaciones conceptuales sobre la imagen de destino turístico, la satisfacción, la calidad y, en un segundo capítulo se analizan los instrumentos de marketing más adecuados para realizar la promoción de los destinos turísticos haciendo hincapié en las herramientas de comunicación, para concebir una imagen perdurable. A partir de esta revisión de la literatura se plantea en un tercer capítulo un estudio empírico para analizar cada una de estas variables, con especial interés en el caso de la imagen. El capítulo cuarto recoge los resultados de esta investigación, y el capítulo quinto las conclusiones derivadas tanto del marco teórico como del trabajo empírico. Una vez analizados los resultados se evidencia si Gandía es considerada una imagen de marca y qué tipo de turismo es el más adecuado para promocionar en invierno.

http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_libro?codigo=482050&orden=0

Garrigós Simón, Fernando José

Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico / Fernando José Garrigós Simón, Yeamduan Narangajavana. -- Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, D.L. 2006. -- 227 p. : gráf ; 24 cm. -- (Athenea ; 16)
ISBN 84-8021-595-X

210701

SIG: 6636

Giráldez, Pilar

La rentabilidad del sector hotelero: eficiencia y concentración / Pilar Giráldez y Manuel Ángel Martín-- Sevilla: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Sevilla, 2004

179, [15] p. ; 21 cm

Bibliogr.: p. 14-15

ISBN 8447208540

USE. Universidad de Sevilla. Biblioteca de Turismo y Finanzas

Goldstone, Patricia

Turismo, más allá y del negocio / Patricia Goldstone; traducción de Andrea Morales Vidal ; revisión de Xohana Bastida-- Barcelona: Random House Mondadori, 2003

370 p. ; 22 cm

ISBN 84-8306-546-0

AECI (Agencia Española para la Cooperación Internacional), Biblioteca Hispánicas e Islámicas

González Herrera, Manuel Ramón.

Manual de turismo para agentes emprendedores de negocio en Pymes, Madrid: CEP, 2010. 486 p. ISBN: 978-84-681-0886-5

BRM (Biblioteca Regional de Madrid)

González Limón, Miryam

Introducción a la economía en el sector turístico / Isabel Vázquez Beremúdeza, coord. ; [autoras], Miryam González Limón, M^a José Aracil Fernández-- Madrid: Síntesis, 2009

411 p. ; 24 cm-- (Gestión turística)

Para los profesionales del turismo es imprescindible conocer el entorno económico y saber interpretar las relaciones existentes entre las variables que lo condicionan. En este

libro se explican, de forma sencilla, las teorías y los modelos que emplean los economistas acercando los conceptos a la economía en general y al sector turístico en particular.

ISBN 978-84-975661-9-3

2107 0034905

SIG: 7160

Gutiérrez Molina, José Luis (1952-)

Memoria histórica y negocio turístico: el hotel Libertaria de Casas Viejas (Cádiz) / José Luis Gutiérrez Molina.

ICV0515985

Instituto Cervantes. Biblioteca

World Tourism Organization, European Travel Commission

Handbook on e-marketing for tourism destinations / World Tourism Organization, European Travel Commission-- 1st ed-- Madrid : World Tourism Organization ; Brussels : European Travel Commission, 2008

XXIV, 278 p. ; 29 cm

Glosario

Bibliografía

Manual sobre la utilización del e-Marketing por la empresas del sector turístico para promocionar y difundir sus productos y servicios a través de Internet.

ISBN 978-92-844-1276-1 (WTO)

ISBN 978-92-990050-1-9 (ETC)

2107 0032836

SIG: 6763

Innovación en el sector hotelero-- 1ª ed-- Madrid: Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica, D.L. 2007

189 p. : il. ; 25 cm-- (Informes sobre el sistema español de innovación)

Documento disponible en formato pdf

Informe que analiza el papel y la relevancia de la innovación en la industria hotelera e intenta profundizar en las particularidades de la gestión de la innovación en este sector

ISBN 978-84-95336-74-3

2107 0028223

Acceso web al texto completo (sólo usuarios internos)

SIG: 6796

Instituto de Turismo de España.

Nuevos segmentos, nuevos mercados. [Barcelona]: Editur, 2008. 56 p. : il. col. ; 30 cm

Colección: Cuadernos profesionales / Instituto de Turismo de España ; 1

Notas: El objeto principal de esta publicación es transmitir a los empresarios la información puesta de manifiesto en las mesas redondas celebradas en el marco del Foro BCN-07 y el Foro SQV-2008; se analizaron la situación y perspectivas de las actuaciones llevadas a cabo para la promoción de España como destino turístico. Asimismo, en BCN-07 se realizó una presentación de la Administración Turística del Estado, de la propia TURESPAÑA y del Plan de Objetivos de Promoción Exterior para mantener al sector al tanto de las actividades del Instituto.

SIG: CT27/11; CT27/12; CT27/13

Irimia Diéguez, Ana Isabel

Finanzas a corto plazo en las empresas turísticas / Ana Isabel Irimia Diéguez, María José Palacín Sánchez-- Sevilla: Universidad de Sevilla, 2009

180 p. ; 21 cm-- (Manuales universitarios)

Incluye referencias bibliográficas

Esta obra ofrece información para la toma de decisiones financieras a corto plazo en el contexto particular de las empresas turísticas. Se ha procurado que los puntos de vista prácticos y de aplicación real a los negocios primaran sobre los teóricos, para ello se incluyen numerosos ejemplos y casos prácticos

ISBN 844721169X

Universidad de Sevilla. Biblioteca de Turismo y Finanzas

Jiménez Medina, Pilar.

Diagnóstico de implantación del sistema de calidad turística UNE 82001:2008 en el hotel "Posadas de España" Cartagena[Recurso electrónico]. Cartagena: El Autor, 2011 CD-ROM. Proyecto fin de máster dirigido por Ángel Rafael Martínez Lorente. Máster Universitario en Gestión y Dirección de Empresas Turísticas

Universidad Politécnica de Cartagena.

Junquillo Trindade, Karina.

La gestión de la calidad en agrocidades turísticas (Écija, Osuna y Estepa): sensibilización y captación a los destinos para la implantación del SICTED 2012: trabajo fin de master. [s.l.]: [s.n.], 2010. [3], 85 h. ; 29 cm. Trabajo Fin de Master en Dirección y Planificación del Turismo, Facultad de Turismo y Finanzas, Universidad de Sevilla, curso académico 2009-2010--Ejempl. no publicado.

Universidad de Sevilla. Facultad de Turismo y Finanzas

López Palomeque, Francisco

Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos / José Fernando Rebollo (Coordinador); Francisco López Palomeque, Manuel J. Marchena Gómez, Salvador Anton Clavé-- Valencia: Tirant lo Blanch, 2011

473 p.-- (Crónica (Tirant lo Blanch))

Bibliog.: p.[441]-473

ISBN 9788490042281

USE: Universidad de Sevilla. Facultad de Turismo y Finanzas

Manual de calidad para hoteles : [guía para la implantación de un sistema de calidad] / Alberto Martínez Villa (coord.)-- 1ª ed-- Oviedo: Septem, 2008

163 p. ; 26 cm

Vocabulario

Manual que aborda la implantación de la calidad para el sector hotelero. Se aclaran conceptos, diferencias entre la multitud de sistemas, normas y referencias que existen en el sector. También se analizan las formas de implantar y aplicar criterios normativos de calidad, su alcance, etc.

ISBN 978-84-96491-61-8

2107 0030582

SIG: 6437

Manual de marketing electrónico para destinos turísticos -- Madrid; Bruselas: European Travel Commission: Organización Mundial del Turismo (OMT), 2010

292 p. ; 30 cm

ISBN 9789299005866

ISBN 9789284413621

UPVA: Universidad Politécnica de Valencia 641843

Martín Rojo, Inmaculada.

Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 3ª ed. Madrid: Pirámide, 2004. ISBN 978-84-368-1867-3

Esta obra es un manual que incluye temas teóricos, problemas, preguntas de revisión y de debate, lecturas y programas de informática recomendados. Se revisan los aspectos básicos de la empresa —haciendo especial referencia a las del sector turístico— y se aborda la problemática de la empresa y el empresario, la economía y la administración de la empresa turística. Se analizan las particularidades en la gestión de los distintos tipos de empresas turísticas —restaurantes, hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte, puertos deportivos, campos de golf, etc.—, la calidad y las nuevas tecnologías aplicadas al sector, y el crecimiento y la internacionalización de la empresa turística. Por último, se estudia la creación de empresas de este sector, teniendo en cuenta aspectos tales como la ordenación del territorio, la planificación urbanística y arquitectónica, las infraestructuras o el medio ambiente en las zonas turísticas, así como las competencias de la Administración Pública y las principales instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas.

Dado que los ciclos de vida del sector turístico son más cortos que los de otros sectores, en esta tercera edición se han actualizado los temas en función de las variaciones producidas en esta rama de la actividad económica. También se ha incorporado una parte nueva dedicada a la dirección y gestión de los recursos humanos en la empresa turística, que estudia la problemática tradicional de la función de administración de personal en las organizaciones y analiza temas de plena actualidad relacionados con el factor humano en las empresas turísticas —flexibilidad laboral, gestión de la expatriación y repatriación de directivos ante la internacionalización del sector, diversidad cultural de los empleados debido a la incorporación en las empresas turísticas españolas de personas de otras nacionalidades, etc.

Biblioteca Regional de la Comunidad de Madrid.

Martínez Barea, Juan

Los grandes retos del sector turístico de Andalucía / Juan Martínez Barea-- [Sevilla : Instituto Internacional San Telmo, 2007]

89 p. : gráf. ; 26 cm

Esta publicación recoge un caso de investigación elaborado por el autor como proyecto de la Cátedra "Sánchez Ramade" de Iniciativa e Innovación

Estudio que advierte del peligro de la excesiva dependencia del turismo de sol y playa sobre el que se apoya Andalucía y propone que se adapte a la nueva realidad turística internacional fundamentándose en la "diferenciación y autenticidad". Basándose en un análisis de las fortalezas y debilidades del sector y de las grandes tendencias internacionales de la industria turística, se reflexiona sobre las decisiones que deben tomarse para alcanzar un nuevo posicionamiento turístico de futuro

2107 0028068

SIG: 6053/ 6054/ 6064

Mata Ramírez, Gabriela G.

Metodología del análisis para el estudio de la comercialización en sitios web de destinos turísticos / realizado por, Gabriela G. Mata Ramírez; dirigido por, Antonio J. Guevara PLaza-- Málaga: [s.n.], 2009

113 p. : il. ; 30 cm

Trabajo fin de master presentado en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga, en septiembre de 2009

En la port.: Escuela Universitaria de Turismo, Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo

Bibliogr.: 112-113

UMA (Universidad de Málaga) (125630)

Mateos Calleja, Carlota

Pioneras: la historia de Rusticae o la pasión por emprender / Carlota Mateos Calleja, Isabel Llorens Marín-- 1ª ed-- Barcelona: Alienta, 2009

123 p. ; 22 cm

Las autoras recogen en este libro su experiencia personal en la creación de Rusticae en

1996, empresa privada que gestiona hoteles rurales. Comenzaron con nueve hoteles y hoy se ha transformado en una empresa con más de doscientos treinta establecimientos repartidos en España, Portugal y Marruecos, entre otros. Su compromiso es proporcionar experiencias inspiradas en el arte de vivir.

ISBN 978-84-92414-05-5

2107 0034817

SIG: 7131

Nuevos modelos de desarrollo económico para la empresa española en el ámbito turístico-- [Madrid]: EOI Escuela de Negocios, 2006

143 p. ; 30 cm-- (Programa FSE-EOI)

Universidad Complutense de Madrid

Universidad Autónoma de Madrid

Universidad Carlos III

Ortiz Sánchez, Javier

El e-marketing [Recurso electrónico]: una accesible, eficaz y barata estrategia para posicionar las pequeñas empresas turísticas en el entorno rural, natural y de interior / Javier Ortiz Sánchez—Datos En: El marketing de productos turísticos [Recurso electrónico] : técnicas accesibles a las pequeñas empresas turísticas del entorno natural, rural y de interior. -- Málaga: Turismo Andaluz, 2009

Documento disponible en formato pdf

El autor destaca como puntos claves en el e-marketing los siguientes: un buen posicionamiento web en buscadores, una alta gestión de clientes (manteniendo los antiguos y consiguiendo nuevos de la forma más barata) y una buena planificación de la estrategia de marketing. Indica, además, los servicios a las empresas turísticas que ofrece la Empresa Pública de Turismo Andaluz, en los ámbitos de marketing, consultoría, información, formación y TIC

2107 0035310

SIG: CD T381 / CD T382

Parra López, Eduardo

Gestión y dirección de empresas turísticas / autores, Eduardo Parra López, Francisco Calero García-- 1ª ed-- Madrid [etc.]: McGraw Hill, 2006

516 p. ; 24 cm

Se aborda la estructura de los mercados turísticos, la dirección de empresas turísticas, la dirección estratégica de la industria, la comercialización e investigación de mercados, así como los aspectos financieros de la misma.

ISBN 84-481-4887-8

2107 0024638

Índice:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/indices/24638.pdf>

SIG: 2830

Piedras, Paco

Dirigir hoteles: esa difícil partitura / Paco Piedras-- Sevilla: Universidad de Sevilla, 2005

456 p. ; 24 cm

Libro de divulgación y consulta muy válido para las personas interesadas en conocer y compartir la noble actividad del hospedaje, ingrediente esencial del espectacular desarrollo turístico de España. Ensayo literario para adentrarse en la gestión eficaz de empresas y de establecimientos hoteleros.

ISBN 84-689-2446-6

2107 0016695

SIG: 4736 / 6806

Pimenta Rodríguez, Manuel

Manual del gestor de alojamientos con encanto: cómo crearlos y gestionarlos (el secreto de la elegante podadora de rosas) / Manuel Pimenta Rodríguez-- 1ª ed-- Córdoba: Almuzara, 2008

301 p.; 25 cm

Documento que analiza los pros y contras de la gestión de una casa rural. También el autor hace un estado de la cuestión del sector y la sociedad de la que se nutre, constituyendo un manual actualizado y ameno sobre el turismo rural en la actualidad

ISBN 978-84-96968-87-5

2107 0032016

SIG: 3583

Andalucía. Plan Director de Marketing Turístico de Andalucía (2006 - 2008)

Plan Director de Marketing Andalucía [Recurso electrónico]: 2006 - 2008 / Consejería de Turismo, Comercio y Deporte-- [Sevilla]: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte., [Turismo Andaluz], 2006

1 disco compacto; 10 x 7 cm

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha elaborado este Plan con la intención de mejorar la competitividad y la rentabilidad económica y social de las empresas andaluzas y de Andalucía como destino turístico global. El Plan ha sido concebido como un documento estratégico y cuenta con un diagnóstico de la situación que, junto con las tradicionales fuentes de información del sector turístico a nivel mundial, internacional, nacional y autonómico, también aporta información expresamente elaborada para él, como es el caso de los estudios de mercado de los 5 principales países emisores y los 8 estudios sectoriales de los segmentos turísticos más significativos.

Disponible en formato pdf

Requisitos del sistema: navegador World Wide Web y Adobe Acrobat Reader

2107 0020268

SIG: CD T127 / CD T128 / CD T148

Programa de actuaciones turísticas en playas de Andalucía : [poner en valor el litoral andaluz] / Consejería de Turismo, Comercio y Deporte-- [Sevilla]: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, [2007]

1 caja (1 CD-ROM, 1 DVD-ROM) ; 18 x 16 cm

Contiene: I. Dossier.- II. DVD

Esta publicación, compuesta por un dossier y un DVD, recoge las actuaciones específicas del programa. El dossier incluye las acciones a realizar, dirigidas tanto a la oferta como a la demanda, con el objetivo de afrontar la competitividad, la estacionalidad y la calidad en los destinos del litoral andaluz. Ofrece además el marco financiero con las inversiones previstas para las distintas administraciones participantes. El DVD realiza una presentación promocional del programa

2107 0025612

Acceso al texto completo del dossier

(<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/25612.pdf>)

Acceder a más información relacionada con el programa

(http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/25612_noticia.pdf)

Ver vídeo

(<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/25612.vob>)

Ramírez Cavassa, César

Calidad total en las empresas turísticas / César Ramírez Cavassa-- Sevilla: Trillas, 2006

118 p.; 23 cm-- (Empresa y turismo)

ISBN 84-665-5086-0

2107 0020786

Índice:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/indices/20786.pdf>

SIG: 5183

Ruiz Jiménez, Antonio

Incidencia de las TICs en la mejora de la productividad, rentabilidad y calidad del sector turístico [Literatura gris] / responsables del proyecto, Antonio Ruiz Jiménez, Carlos Arias Martín-- Sevilla: Universidad de Sevilla, 2007

Investigación realizada mediante subvención de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía según lo establecido en la Orden de 10 de febrero de 2006 (BOJA núm. 37, de 23 de febrero de 2006)

Documento disponible en formato pdf

A través de este trabajo se pretende conocer el efecto que la aplicación de las TICs puede tener sobre la calidad, la productividad y la rentabilidad del sector turístico, concretándose los objetivos en: analizar el nivel de penetración de las TICs en el sector hotelero andaluz; analizar la rentabilidad obtenida por el uso de las TICs en el sector

hotelero andaluz, así como establecer una adecuada comparación con la rentabilidad potencial que dichas herramientas ofrecen; detectar carencias formativas en materia de TICs en todos los niveles ocupacionales de las empresas hoteleras andaluzas; y en la medida que los resultados lo permitan, proponer acciones y medidas concretas que puedan conducir al sector hotelero andaluz a utilizar adecuadamente las TICs en su necesaria búsqueda de rentabilidad y competitividad

Requisitos del sistema: navegador World Wide Web y Adobe Acrobat Reader

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/29491.pdf>

Sistema de Calidad Turística Española : una certificación necesaria. Barcelona:

Editur, 2006. 49 p.: il. col.; 20 cm.

Monográfico que describe el funcionamiento del Sistema de Calidad Turística Española: sus orígenes, quienes intervienen, que aporta la Q de calidad, como se implanta la marca calidad turística y cómo se difunde. Por último incluye direcciones de interés relacionadas con la calidad en la administración.

SIG: CT15/48; CT15/49

Talleres sobre nuevas tendencias y herramientas para el turismo. -- [Sevilla]:

Confederación de Empresarios de Andalucía, 2008. -- 1 carpeta (3 cuadernos) ; 30 cm

Patrocinado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Contiene: Cuaderno 1. Guía del taller. Estudio personalizado sobre dinamización turística.--Cuaderno 2. Guía del taller. El turista a escena: drama o comedia.-- Cuaderno 3. Guía del taller. I+D+I en el sector turístico. ¿Misión imposible?

210701

SIG: 6624/1; 6624/2; 6624/3

Turismo 2020 : Plan del turismo español Horizonte 2020 / redacción, Editur.

[Barcelona]: Editur, 2007. 58 p ; 30 cm.

Es el Plan Estratégico del Consejo Español de Turismo cuyo objetivo es que el desarrollo turístico de España en el futuro se asiente sobre las bases de la competitividad y la sostenibilidad medioambiental, social y económica

SIG: CT22/43; CT30/27

Turismo de golf : más mercado más rentabilidad-- Palma de Mallorca: Ideas y

Publicidad de Baleares, 2008

86 p.: il. col. ; 30 cm

Tit.tomado de la cub.

Número especial (agosto 2008) de la revista Hosteltur dedicado al turismo de golf en España. Ofrece información, sobre su desarrollo y expansión en los últimos años; las ofertas de este servicio a los turistas gracias a acuerdos de hoteles y campos de golf; mejora de comunicaciones con productos como el creado por RENFE: golf + tren; y por último da a conocer la situación de este deporte en las distintas Comunidades

Autónomas, con un completo directorio.

2107 0032554

SIG: 6670 / 6671 / 6672

Vegas, Avelino A.

Manual de finanzas para empresas turísticas / Avelino A. Vegas-- Madrid: Síntesis, 2006

426 p. ; 23 cm

El objetivo del libro es ofrecer al lector una idea clara de las claves financieras que manejan las compañías turísticas

ISBN 84-9756-385-9

2107 0020591

Índice:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/indices/2059>

[1.pdf](#)

SIG: 5139

ARTÍCULOS Y ANALÍTICAS

Artículos y analíticas

Abella Picazo, Carlos

Herramientas para la mejora de la competitividad en colaboración con el sector turístico / Carlos Abella Picazo. En: Encuentro sobre "La industria turística y el desarrollo económico" . -- Madrid : Paradores de Turismo de España ; [Santander] : Universidad Internacional Menéndez Pelayo, 2007. -- P. 176-193.

El texto comenta el trabajo que SEGITUR, una sociedad dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, dedicada al desarrollo de las nuevas tecnologías y al mantenimiento del portal oficial de turismo para promover el destino España en el mercado internacional

2107 0031133

SIG: 6471 / 6797

A la búsqueda del gestor hotelero. En: Savia: revista de economía y gestión de viajes . -- Madrid: Savia Amadeus, 1989. -- Época IV, núm. 70 (julio/agosto 2009), p. 41-43.

En años recientes, los bancos invirtieron en hoteles que dejaron en manos de otros gestores no siempre profesionales, y ahora deben asegurarse que su precio no baje hasta que puedan venderlos.

2107 0036206

SIG: PT172

Alcántara, Rocío

El sector hotelero se renueva / Rocío Alcántara. En: AI: Andalucía inmobiliaria : revista especializada del sector inmobiliario y de la construcción. -- Sevilla: Blanco Ediciones, 1999. -- Núm. 86 (marzo 2008), p. 84-88

Comentario sobre la evolución de la dinámica del sector hotelero andaluz, muy competitivo en los últimos años y pese a ello, la impresión de los empresarios del gremio de que ya no es suficiente ofrecer un turismo de masas a bajo coste .Nuevas propuestas para incentivar el sector.

2107 0031138

SIG: PG145

Álvarez, Carlos

Originalidad hotelera extrema / Carlos Álvarez. En: Hosteltur: comunicación para el turismo del futuro . -- Palma de Mallorca : Ideas y Publicidad, 1994 . -- Núm. 168 (febrero 2008), p. 94-95.

Artículo sobre la necesidad de ofrecer nuevos alojamientos a los clientes que cada vez buscan hacer de sus vacaciones algo diferente. Los nuevos hoteles ofrecen habitaciones en prisiones, a temperaturas bajo cero, etc.

2107 0030349

SIG: PT17

Amat, Maribel

Restauración colectiva: los grandes aumentan su cuota / Maribel Amat. En: Revista Hostelmarket : mensual de información hostelera . -- Madrid : Alimarket, 1998. -- N. 98 (noviembre 2007), p. 229-251.

Reportaje sobre la restauración colectiva, que sigue creciendo poco a poco, sobre todo en las concesiones a hospitales y geriátricos, aunque algunas empresas comienzan a diversificar sus servicios a cruceros o museos. El texto incluye un ranking de las principales empresas de restauración colectiva y catering, cuotas de mercado, empresas de catering aéreo y ferroviario, etc.

2107 0029203

SIG: PT153

Andalucía Lab ofrece 150 vídeos formativos para fomentar la competitividad de las pymes turísticas.

En: Andalucía turismo digital, 22/02/2012

(<http://www.andaluciaturismodigital.com>)

<http://www.andaluciaturismodigital.com/noticia.asp?idcontenido=17760>

Araque Jiménez, Eduardo

Las nuevas funciones recreativas de los montes : reflexiones desde un escenario privilegiado : las Sierras de Segura y Cazorla (Jaén) / Eduardo Araque Jiménez

[19] p. ; 24 cm. En: Cuadernos de turismo. -- Murcia : Universidad, 1998. -- Núm. 15 (2005), p. 7-25

Artículo que comenta como el uso recreativo de los montes de las Sierras de Segura y Cazorla en Jaén se han convertido en una de las alternativas más eficaces de cara a la reactivación socioeconómica de estas comarcas, a lo que han contribuido distintos factores de naturaleza física y jurídica así como una intervención de la administración pública en favor de la implantación y desarrollo de una nueva infraestructura turística

2107 0017293

SIG: PT78

<http://revistas.um.es/turismo/article/view/18551>

Atienza Úbeda, Miguel

El mercado turístico / Martín Atienza Úbeda y Ana Isabel Viñas Apaolaza. En: Estructura económica del turismo / coordinadores, Antonia Sáez, Pablo Martín, Juan Ignacio Pulido. -- Madrid : Editorial Síntesis, 2006. -- p. 259-290

2107 0024716

SIG: 5163 / 5296

Axel Hotels incrementa sus ventas un 32% en el último año. En: Economía de Hoy
(<http://www.economiadehoy.com>)

http://www.economiadehoy.com/periodico/boletin/axel_hotels_incrementa_sus_ventas_un_32_en_el_ultimo_ano-31283.html

Belloni, Federico

Cineturismo : de fenómeno espontáneo a herramienta de marketing / Federico Belloni
En: Preferente : revista de turismo y transporte . -- Madrid : Grupo Taramay, 1995. --
Año XIX, núm. 226 (marzo 2010), p. 20.

Reportaje sobre este nuevo fenómeno : cine-turismo o film induced tourism
consistente en que el cine puede llegar a ser un pretexto para crear nuevos productos
turísticos, innovadores y creativos, que confieren valor añadido a las vacaciones
permitiendo al visitador vivir una experiencia diferente, enriquecedora y emocionante.
La herramienta principal utilizada es la creación de itinerarios temáticos promocionados
a través de Movie Maps, mapas que permiten de visualizar y visitar lugares donde se
han rodado películas seleccionadas, con informaciones complementarias sobre estas.

2107 0038596

SIG: PT

Bernal Bergua, Arturo, Sola Lasso, María.

Calidad en el Turismo. Málaga: buscando la diferencia en la gestión a través de la
implantación de un SGC conforme a ISO 9000 y normas de Calidad Turística. En:
Forum calidad, ISSN 1139-5567, Año nº 18, Nº 177, 2006 , págs. 51-55

Berbel Pineda, Juan Manuel, Criado García-Legaz, Fernando, Puig Blanco, Francisco.

Factores a considerar en la elección del modo de entrada para la internacionalización
de la industria hostelera andaluza. En: Revista de Estudios Empresariales. Segunda
época, ISSN 1988-9046, Nº. 1, 2007 , págs. 5-37

<http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/383>

Biosca Vidal, Domènec

Gestión adecuada de la marca hotelera, clave para atraer congresos y eventos /
Domènec Biosca. En: Expone : revista profesional de ferias y eventos. -- Barcelona :
EdeCOM 21, 2005. -- Núm. 22 (abril 2009), p. 32-34.

El autor da recomendaciones a empresarios, directivos y cargos públicos para que se
formen y formen a sus equipos en la calidad de la gestión de las relaciones con los
clientes, clave para vender y prosperar en el negocio hotelero.

2107 0036033

SIG: PT

Binkhorst, Esther

Turismo de co-creación : valor añadido en escenarios turísticos / Esther Binkhorst
En: ARA : Journal of Tourism Research = Revista de Investigación en Turismo. --
Santo Domingo (República Dominicana): Funglade, 2008. -- Vol. 1, N.1 (2008), p. 40-
51

El presente artículo ofrece una nueva e innovadora perspectiva sobre el turismo en la economía de la experiencia basada en el principio de la co-creación. La perspectiva que concibe el turismo como una red facilita la inclusión de todo aquello relacionado con la co-creación de experiencias en turismo, dándole un papel primordial al ser humano.

2107 0033460

SIG: PT

Bordera, José Miguel

Iniciativas y estrategias del director de hotel frente a la crisis. En: Andalucía única : revista de información turística . -- Málaga : Gestión Directa, 2001. -- Año IX, núm. 98 (enero 2010), p. 12-14

Análisis de la situación económica en el sector turístico, con la aportación de diez medidas que ayudarían a salir de la crisis, entre las que destaca la promoción con más fuerza de la marca España en toda Europa.

2107 0038152

SIG: PT1

Buhalis, Dimitrios

Las tecnologías de la información en el turismo / Dimitrios Buhalis. En: El turismo: teoría y práctica. -- Madrid : Síntesis, 2007. ISBN 978-84-975651-0-3. -- p. 827-866

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación aplicadas al turismo ha generado muchas oportunidades y amenazas para las organizaciones y los destinos turísticos por lo que una buena gestión estratégica de las TIC en el turismo es esencial para llevar a cabo nuevas empresas, general productos y ofrecerlos al consumidor, cliente, turista. etc. Una buena comprensión de su manejo puede proporcionar nuevas oportunidades

2107 0028993

SIG: 4482

Cadenas españolas en el Caribe: más inversiones y diversificación de destinos. En: RsH : Revista Solo Hostelería. -- Madrid: M^a Carmen Dolç. -- N. 48 (noviembre/diciembre 2007), p. 12-17.

Artículo sobre la expansión del turismo español en el Caribe, zona de un importante incremento de las cadenas españolas, debido al apoyo del los Gobiernos al capital extranjero y la alta rentabilidad que se obtiene por habitación

2107 0029373

SIG: PT196

Calzada, Emilio de la

Innovación y nuevas fórmulas de inversión en el sector hotelero / Emilio de la Calzada. En: Metros2: revista inmobiliaria y de la construcción . -- Madrid : CESINE, 1994. -- Núm. 171 (abril 2008), p. 88-93.

Artículo sobre el IV Encuentro Sectorial sobre el Mercado Inmobiliario aplicado al Sector Turístico Hotelero y de Golf en España y en que se comentaron los buenos momentos que atraviesa el sector en nuestro país

2107 0030909

SIG: PG172

Camisión Zornoza, César, Forés Julián, Beatriz.

La competitividad de la empresa turística española: efectos empresa, entorno y destino. En: Papeles de economía española, ISSN 0210-9107, N° 128, 2011 , págs. 238-253

SIG: PG

Cobo Quesada, Francisco Benjamín

La integración y la cooperación en las estrategias de márketing relacional. El caso del sector hotelero internacional / Francisco Benjamín Cobo Quesada y Ladislao González Ruiz, p. 523-554. En: Anuario jurídico y económico escurialense . -- San Lorenzo del Escorial (Madrid) : Real Centro Universitario "Escorial María Cristina", 2003-. ISSN1133-3677. -- nº 39 (2006)

2116 0019225

Biblioteca del IAAP (Rev. 53)

Coenders Gallart, Germà, Fluvià Font, Modest, Espinet i Burunat, Francesc.

Competencia en precios entre operadores turísticos españoles. En: Boletín económico de ICE, Información Comercial Española, ISSN 0214-8307, N° 2699, 2001 , págs. 11-22

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=127959&orden=1&info=link>

Conde Pérez, Enrique

La gestión del cambio en la empresa turística / por E. Conde Pérez, E. Gutiérrez Morales y A. Carbonell Duménigo. En: Gestión de hoteles y restaurantes : equipamiento y servicios. -- Madrid : Reed Business Information, 2004-2006. ISSN 1698-644X. -- Núm. 68 (mar./abril 2006), p. 50-58

SIG: PT14

Conde Pérez, E., Cuella, L.

El marketing de relaciones: un imperativo en la empresa turística. En: Gestión de hoteles y restaurantes: equipamiento y servicios. – Madrid: Reed Business Information, 2004-2006, ISSN 1698-644X, N.º. 58, 2004 , págs. 30-35

Hoy adquiere una importancia extraordinaria el manejo de relaciones con cada uno de los grupos implicados en el ámbito organizacional y en especial con los clientes como razón de ser del negocio turístico. El cliente es cada vez más exigente y vivimos en un mercado más que competitivo. Sólo las empresas que aporten verdadero valor a sus clientes en base a sólidas y rentables relaciones en el tiempo, sobrevivirán. Es muy importante darse cuenta que debemos construir y fortalecer una relación a largo plazo con el cliente para lograr mayores tasas de rentabilidad y crecimiento sostenido. El éxito de la empresa de hoy, va a depender de la capacidad para poner en práctica los fundamentos sobre los que el marketing relacional está basado, como reducir el costo de obtener nuevos clientes para incrementar la retención de éstos, tratar a los clientes adecuadamente, reconocer su individualidad y satisfacer sus necesidades únicas para así, asegurarse un crecimiento sostenible que le aporte altas tasas de rentabilidad.

SIG: PT14

Cosa, Marcello.

El desarrollo integral de la empresa turística: una nueva perspectiva de explotación en la economía de Nicaragua. En Revista iberoamericana de contabilidad de gestión, ISSN 1696-294X, N.º. 9, 2007 , págs. 133-158

El turismo es un fenómeno social de estructura compleja, y por eso hay que interpretarlo con una visión sistémica. Es necesario que haya una acción sinérgica de los actores económicos, cada uno en su papel específico. En este artículo se hace referencia a la empresa privada y al rol que ella desempeña en la actividad económica y en el sector turístico de Nicaragua en particular, y a cómo ella pueda acrecentar su propio nivel de beneficio a través de una gestión enfocada sobre los principios inspiradores de la teoría económico-empresarial y, específicamente, de su más reciente evolución conceptual, es decir, el ¿desarrollo integral? Sólo por medio de la aplicación de este enfoque cultural, la empresa vuelve a cumplir su natural tarea que consiste, además de la producción de riqueza y la consiguiente satisfacción de los intereses de los sujetos directamente involucrados de la acción empresarial, también de la distribución de esta riqueza a lo interno del ambiente económico y social en el que está implantada.

Biblioteca de la Cámara de Cuentas de Andalucía (Rev. 39)

Crecimiento internacional de cadenas hoteleras vacacionales españolas desde una perspectiva global : un estudio de casos / Begoña Fuster García ... [et al.]. En:

Cuadernos de turismo. -- Murcia: Universidad, 1998-. ISSN 1139-7861. -- N. 25 (en.-jun. 2010), p. 69-97.

Trabajo que expone los principales resultados de un estudio de casos de seis grupos turísticos vacacionales españoles implicados en el proceso de internacionalización de sus actividades. Se han seleccionado por su relevancia y diferentes estrategias de comportamiento

SIG: PT78

Economía de la experiencia turística. Nuevo modelo para el turismo En: Hosteltur.com (<http://www.hosteltur.com>) (24/03/2011).

http://www.hosteltur.com/138100_economia-experiencia-turistica.html

El horario laboral y los nuevos estilos de vida favorecen el auge de los restaurantes. En: Emprendedores.es (14/08/2009) (<http://www.emprendedores.es>)

http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/plan_de_negocios/establecimientos/plan_de_negocio_restaurante

El negocio turístico se abre al espacio. En: Savia: revista de economía y gestión de viajes . -- Madrid : Savia Amadeus, 1989. -- Núm. 21,(marzo 2005), pp. 56-58.

El artículo repasa brevemente la historia de los viajes turísticos al espacio y su potencial rentabilidad económica

2107 0013614

SIG: PT172

El turismo vuelve a liderar el comercio electrónico, con un 36,6% de la facturación. En: Andalucía turismo digital, (<http://www.andaluciaturismodigital.com>) 22/02/2012

<http://www.andaluciaturismodigital.com/noticia.asp?idcontenido=17755>

En busca de la rentabilidad: el turismo trocea su producto. Las ventas upselling y cross-selling se abren paso. En: Hosteltur, nº 214, marzo 2012. Documento pdf

http://static.hosteltur.com/web/uploads/Hosteltur_214_En_busca_de_la_rentabilidaddel_turismo_trocea_su_producto.pdf

Escalera Izquierdo, Gregorio, García Lastra, Oscar.

El sitio web como herramienta de marketing en el sector turístico: el caso de las estaciones de esquí y montaña en Castilla y León. En: Boletín económico de Castilla y León, nº 21, 2009, págs. 79-83

La eterna lucha por la calidad hotelera. En: Savia: revista de economía y gestión de viajes. -- Madrid: Savia Amadeus, 1989. -- N. 61(septiembre 2008), p. 41-43.

Artículo sobre la calidad dentro del sistema hotelero nacional. El creciente nivel de exigencia del cliente está obligando a las principales cadenas a elevar el nivel de calidad

de forma constante

2107 0032449

SIG: PT172

Es duro ser una agencia de viajes. En: Hosteltur: comunicación para el turismo del futuro. -- Palma de Mallorca: Ideas y Publicidad, 1994. -- Núm. 167 (enero 2008), p. 6-14

Artículo sobre la necesidad de innovar que tienen las agencias de viajes para no perder mercado y clientes que empiezan a usar Internet para la planificación de sus viajes ya que en muchos casos las compras se hacen sin intermediarios. El artículo comenta también la legislación vigente, necesidades del sector, etc.

Evolución de la oferta de establecimientos turísticos en el municipio de Sevilla

En: Sevilla en Cifras. -- Sevilla, Servicio de Estadística NO&DO, 2008 . -- Núm. 2, 2-27 p.

Número monográfico que ofrece el análisis de la evolución de la oferta de establecimientos turísticos en la ciudad de Sevilla en un periodo de quince años, centrándose en la serie 1992-2006. Se presenta en dos partes: la evolución de la oferta de establecimientos turísticos representada en tablas y gráficos y la distribución de esta oferta que se representa en Mapas Temáticos.

2107 0034627

SIG: CT29/23

Facebook, la página que más visitas da a la web de Riu. En: Preferente.com (21/02/2012). (<http://www.preferente.com>)

<http://www.preferente.com/noticias-de-hoteles/facebook-la-pagina-que-mas-trafico-directo-genera-a-la-web-de-riu-hotels-204591.html>

Ferreira Lopes, Sergio Dominique.

Geo-segmentación y geo-posicionamiento en el análisis de las preferencias de los turistas: la geometría al servicio del marketing. En: Estudios y perspectivas en turismo, ISSN 0327-5841, Vol. 20, N°. 4, 2011 , págs. 842-854

http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=3739472&orden=0

Figuroa, Manuel.

Nuevos recursos y productos turísticos en España, objetivo 2012. En: Hosteltur.com (20/02/12).

http://www.hosteltur.com/166340_nuevos-recursos-productos-turisticos-espana-objetivo-2012.html

Foronda Robles, Concepción, García López, Ana M^a.

La apuesta por la calidad como elemento. En: Cuadernos de turismo, ISSN 1139-7861, N^o. 23, 2009 , págs. 89-110

Las estrategias de competitividad turística en el mundo actual han contribuido a resaltar el papel de los destinos. La apuesta por la calidad como elemento diferenciador de nuestros destinos turísticos, se ha convertido en el eje de dichas estrategias en las empresas y destinos turísticos. Las tendencias y los cambios recientes del mercado turístico internacional y la compleja situación de los espacios turísticos exigen políticas y estrategias nuevas desde los Estados. A escala nacional juegan un papel determinante en el marco de las políticas de calidad turística los planes en destino y el análisis de los mismos resulta de sumo interés en términos de inversiones realizadas, actuaciones desarrolladas, resultados obtenidos, etc.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2998692&orden=215776&info=link>

Frutos Madrazo, Pablo de, Martínez Peña, Fernando, Esteban Laleona, Sonia.

El turismo micológico como fuente de ingresos y empleo en el medio rural: el caso de Castilla y León. En: Estudios de economía aplicada, ISSN 1133-3197, Vol. 29, N^o 1, 2011 (Ejemplar dedicado a: Economía del desarrollo rural) , 29 págs.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3656241&orden=296908&info=link>

Fuerte, Pilar

Los clubs de producto, herramienta de futuro del turismo español / Pilar Fuerte. En: Preferente: revista de turismo y transporte . -- Madrid: Grupo Taramay, 1995. -- Año XIX, núm. 226 (marzo 2010), p. 6-8.

Información sobre el desarrollo de esta opción en el sector turístico español ; consistente en que un grupo de empresas y administraciones acuerdan trabajar juntas con el objetivo de desarrollar una oferta para un segmento específico de mercado o desarrollar uno existente.

2107 0038597

SIG: PT

Fuerte, Pilar

Nuevas estrategias en el sector hotelero / Pilar Fuerte. En: Preferente: revista de turismo y transporte . -- Madrid: Grupo Taramay, 1995. -- Año XIX, núm. 218 (julio 2009), p. 16.

Nuevos destinos, especialización y aporte de valor añadido para lidiar la coyuntura económica, son algunas de las tácticas utilizadas por los hoteleros para distinguirse de sus competentes.

2107 0038208

SIG: PT

Gallo, Miguel

¿Crecer en tiempos de crisis?: sí, es posible / Miguel Gallo, Bernhard Krupka, Daemon Quest ; editado por, Xavier Canalis. En: Editur: Tendencias y economía en la nueva sociedad del ocio . -- Barcelona: Ediciones Turísticas, 2008. ISSN 1134-6469. -- Núm. 101 (enero 2009), p.10-15.

Análisis que parte del efecto que la situación económica actual tendrá sobre la industria turística y del ocio, marcando una mayor austeridad en los viajes lo que hace que directivos y empresarios del sector turístico adapten su marketing a las necesidades del cliente y lo dirijan a cuatro segmentos con mayor potencial de crecimiento : familias, grupos de amigos, parejas y singles.

2107 0035112

SIG: PT11

Garrido Moreno, Aurora

Análisis exploratorio de la implementación del CRM en el sector hotelero español / Aurora Garrido Moreno y Antonio Padilla Meléndez. En: Estudios turísticos. -- Madrid: Turespaña, 1963. ISSN 0423-5037. -- N. 178 (2008), p. 25-49

Estudio en el que se analiza el CRM (gestión de relaciones con clientes), sus beneficios y factores de éxito; a la vez que su implementación en el sector hotelero español. Los resultados muestran como los hoteles con unas características determinadas (alta categoría, integración en cadena y gran tamaño) resultaron ser más propensos a la utilización del CRM, mostrando un nivel de implementación más elevado.

2107 0034754

SIG: 1317

Gázquez Abad, Juan Carlos, Jiménez Castillo, David.

El marketing cooperativo como herramienta para diferenciar: los destinos turísticos de negocios= Cooperative Marketing as a Tool to Differentiate: The Business Tourist Destination. En: Revista de economía, sociedad, turismo y medio ambiente: RESTMA, ISSN 1698-8280, N°. 8-9, 2009 , págs. 99-122

El marketing cooperativo se refiere a la participación conjunta de dos o más individuos, grupos, empresas u organizaciones para construir una relación basada en el beneficio mutuo de las partes. En el sector del turismo de negocios, ésta cooperación se ha convertido en un elemento fundamental de éxito.

En este trabajo, se analiza el papel que juegan los Convention Bureaus como herramienta del marketing cooperativo. Para ello, y utilizando datos entre 1999 y 2007, analizamos la influencia que la existencia de este tipo de organismo tiene en la celebración de reuniones de negocios, diferenciando entre convenciones, jornadas y congresos. Los resultados obtenidos sugieren el efecto positivo que la existencia de los Convention Bureaus ha tenido en la celebración de reuniones en nuestro país en los años analizados, especialmente, en la celebración de jornadas.

http://www.restma.com/files/5el_marketingcooperativo.pdf (resumen)

Gilbert, David C.

Las aplicaciones del marketing mix / David Gilbert. En: El turismo: teoría y práctica. -- Madrid: Síntesis, 2007. ISBN 978-84-975651-0-3. -- p. 755-819

El marketing mix proporciona a la dirección de una empresa un conjunto de instrumentos que se pueden manipular para alcanzar unos fines concretos y para atraer a mercados predefinidos. El texto proporciona las bases para identificar los elementos que forman el marketing mix y entender cómo se puede aplicar a un producto turístico

2107 0028989

SIG: 4482

González Limón, Miriam.

Impacto económico de los hoteles: aplicación en la ciudad de Sevilla. En: Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural, ISSN 1695-7121, Vol. 8, Nº. 2, 2010, págs. 319-338

En la actualidad existe un creciente interés por cuantificar el impacto económico generado por algún sector productivo o actividad económica sobre la economía nacional, regional o local. Por ello, en este artículo se van a analizar los beneficios económicos vinculados a la existencia de los hoteles de la ciudad de Sevilla, como parte fundamental del sector turístico. El objetivo es cuantificar la relevancia económica del sector de hoteles en Sevilla. Por impacto económico se entiende el efecto que produce un sector económico sobre la producción, la renta y el empleo en una determinada área geográfica y durante un período de tiempo. Dentro del impacto económico podemos diferenciar, por una parte los elementos cuantitativos, y por otra, los cualitativos

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3365280&orden=278527&info=link>

González Suárez, Miguel Ángel (1962-)

Las nuevas tecnologías, llave del éxito en el negocio. En: Turismo enlatado / Miguel Ángel González Suárez-- Santa Cruz de Tenerife : Centro de Iniciativas y Turismo de Santa Cruz de Tenerife, D.L. 2007, 202 p. ; 24 cm.

Google: el turismo ya es su tercer sector más rentable. En: Preferente.com

(<http://www.preferente.com>) (12/02/2012).

http://www.preferente.com/marketing/google-el-turismo-ya-es-su-tercer-sector-mas-rentable-195951.html?utm_campaign=Marketing&utm_medium=twitter&utm_source=twitter

Haack, Christoph

El back-office de la gestión : el misterio de lo que no se ve / Christoph Haack
En: Tecno Hotel: revista profesional : hostelería y otras colectividades . -- Barcelona: Editur, 1963. -- N. 436 (marzo/abril 2008), p. 48-49

Una buena gestión en la recepción de un hotel puede asegurar el mayor o menor éxito en la calidad que ofrecen a sus clientes. Actualmente, muchos hoteles confían en

softwares de gestión completa

2107 0030692

SIG: PT39

Haack, Christoph

El "back-office" de la gestión hotelera / por Christoph Haack. En: Gestión de hoteles. -- Bilbao: Reed Business Information, 2007-2008. ISSN 1887-4533. -- Núm. 77 (julio/septiembre 2008), p. 42-43

Artículo sobre los nuevos hábitos del viajero y la necesidad de hacer frente a esos nuevos hábitos. Los hoteles han de saber adaptarse a los nuevos cambios

2107 0032807

SIG: PT

Hinojosa, Vivi

Los hoteles urbanos ganan a los vacacionales en rentabilidad / Vivi Hinojosa. En: Preferente: revista de turismo y transporte. -- Madrid : Grupo Taramay, 1995. -- Núm. 197 (octubre 2007), p. 6.

Reportaje sobre el ascenso de la rentabilidad de los hoteles que se encuentran en grandes ciudades en detrimento de los hoteles en la costa. El artículo comenta las causas así como los planes de expansión de algunas cadenas hoteleras

2107 0028524

SIG: PT

Hoteles y valor real percibido por el cliente: el nuevo Mystery Guest. Orientación al cliente. En Hosteltur.com (<http://www.hosteltur.com>) (20/12/2011)

http://www.hosteltur.com/153170_hoteles-valor-real-percibido-cliente-nuevo-mystery-guest.html

Hoteles: Técnicas de upselling desde el front desk. Cuál es el sentido de las técnicas de upselling desde el front desk en los hoteles. En Hosteltur.com (<http://www.hosteltur.com>) (30/12/2011)

http://www.hosteltur.com/155340_hoteles-tecnicas-upselling-front-desk.html

Huéscar Martínez, Augusto, Huéscar Lerena, Augusto.

Cuenta Satélite del Turismo: instrumento de medición y análisis. En: Economía exterior: estudios de la revista Política Exterior sobre la internacionalización de la economía española, ISSN 1137-4772, N°. 33, 2005 , págs. 37-48

¿Qué es el turismo? ¿Qué actividades incluye? La Cuenta Satélite del Turismo es el instrumento que evalúa los efectos del turismo en la economía nacional y ayuda a los

responsables públicos, a las empresas y a los individuos particulares a conocer el sector y tomar decisiones.

Biblioteca del Parlamento de Andalucía

Iglesias, Ángel F.

Sistemas de gestión empresarial : invertir en organización y mejorar la rentabilidad / Ángel F. Iglesias. En: Editur: semanario profesional del turismo. -- Barcelona : Ediciones Turísticas, 1960. -- Núm. 2415 (junio 2006), p. 17-20.

Artículo dedicado a las ventajas que ofrece la implantación en empresas turísticas de sistemas normalizados de gestión, que normalmente están relacionados con los conceptos de calidad y medio ambiente

2107 0021026

SIG: PT11

Iribarren, Xavi

La innovación como una ventana en el sector hotelero. En: Gran Hotel: viajes-turismo. -- Barcelona: Curt Ediciones, 1992. -- Núm. 179 (febrero 2009), p. 68-71

Artículo sobre el estudio "Innovación en el sector hotelero" realizado por el Instituto Tecnológico Hotelero, dicho trabajo recoge las prácticas de 12 entidades hoteleras españolas, consideradas idóneas para lograr un análisis eficiente de sus procesos de innovación y así obtener conclusiones válidas para aplicarlas en el sector

2107 0034274

SIG: PT15

Jiménez Naharro, Félix

Valoración del sector hotelero con opciones reales basadas en indicadores de la gestión del conocimiento / Félix Jiménez Naharro, Rocio García Villanueva, Ismael Santiago Moreno

En: VIII Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. -- Málaga: Universidad, Escuela Universitaria de Turismo, 2010. -- P. 183-198

SIG: 7701

La cultura de la calidad rural : una apuesta segura de competencia. En: Gestión de hoteles. -- Bilbao: Reed Business Information, 2007-2008. ISSN 1887-4533. -- Núm. 74 (octubre/diciembre 2007), p. 38-40.

Artículo sobre la importancia de obtener una certificación de calidad para los establecimientos rurales. El texto incluye un cuadro con los beneficios de la marca de calidad para el cliente y para el establecimiento hotelero

2107 0029225

SIG: PT

Las cadenas de restauración diversifican formatos y ubicaciones. En: Alimarket, información económica sectorial, 22/02/12. (<http://www.alimarket.es>)

<http://www.alimarket.es/noticia/86815/La-Restauracion-innova-en-Formatos-y-Ubicaciones>

Loeda, Roberto C.

Restauración comercial: recogiendo la cosecha / Roberto C. Loeda
En: Revista Hostelmarket: mensual de información hostelera . -- Madrid: Alimarket, 1998. -- . ISSN 1575-2453. -- Núm. 107 (septiembre 2008), p. 125-141.

El artículo trata sobre la importancia que esta cobrando la restauración comercial organizada, que en el último año ha tenido un crecimiento superior al 12%. Se ofrecen datos estadísticos comparados de la evolución de las principales cadenas en los últimos años, así como por tipos de oferta gastronómica y sectores.

2107 0032616
SIG: PT153

López Gómez, Raquel

Caracterización del comportamiento innovador de las empresas hoteleras / Raquel Gómez López. En: Revista de Análisis Turístico. -- Barcelona: Media Europa, 2006. ISSN 1885-2564. -- N. 4 (Segundo semestre 2007), p. 22-35

El objetivo del trabajo se centra en la elaboración de una descripción de los patrones de innovación de las empresas innovadoras españolas del sector hotelero utilizando datos sobre la innovación tecnológica de las empresas que aparecen en la encuesta realizada por el INE. Se realiza un análisis factorial y un análisis clúster para identificar cinco grupo que puedan ser identificados como patrones.

SIG: PT

López Jiménez, David, Monroy Antón, Antonio J.

Los distintivos de confianza en el sector del ocio y entretenimiento: una aproximación al escenario virtual. En: Revista Jurídica del Deporte num.34/2012

SIG: PD63 / IAD P006

Marcos, Raquel

Ideas para mejorar la competitividad / Raquel Marcos. En: FEHR-Hostelería: revista oficial de FEHR. -- Madrid: Federación Española de Hostelería, D.L. 2007. -- N. 8 (2009), p. 16-19.

Mimar al cliente, formación y gestión del capital humano y nuevas tecnologías son algunos de los pilares para construir una empresa competitiva. Llegar donde otras pymes no lo hacen supone sobrevivir en momentos de crisis.

SIG: PT

Martín, Irene

La masificación hace peligrar la rentabilidad de los destinos costeros / por I. Martín, R. González. En: Andalucía Única: revista de información turística . -- Málaga: Gestión Directa, 2001. -- Núm. 59 (junio 2006), p. 60-64.

Artículo dedicado a comentar el último informe de perspectiva turística de Exceltur que alerta de la caída de los beneficios en las principales zonas vacacionales de España

2107 0020728

<http://www.andaluciaunica.com/busquedas/shownoti.asp?noti=2869&cadena=litoral&como=1>

Más oferta y más cerca en los hoteles urbanos. En: Savia: revista de economía y gestión de viajes. -- Madrid: Savia Amadeus, 1989. -- N. 39 (septiembre 2006), p. 41-44.

En este artículo se comentan las nuevas tendencias en la gestión hotelera que están tomando protagonismo en todo el mundo y que van dirigidas a satisfacer las necesidades de los clientes sin salir del propio hotel ofreciéndoles cada vez mayor número de servicios

2107 0022795

SIG: PT172

Mascaró, Toni

Estrategias en Internet para el negocio hotelero / Toni Mascaró. En: Tecno Hotel : revista profesional : hostelería y otras colectividades . -- Barcelona: Editur, 1963. -- Núm 435 (enero/febrero 2008), p. 50-51.

Artículo que analiza los cambios a nivel de comercialización y comunicación que ha sufrido el mercado hotelero. El texto enumera algunos consejos prácticos y básicos a la hora de introducirse de una forma efectiva en Internet para mejorar el negocio hotelero

2107 0029802

SIG: PT39

Moreno, Paloma G.

Atrapar turistas en las redes sociales. La industria turística comienza a implementar motores de reserva en Facebook o Twitter. En: Cinco días (<http://www.cincodias.com>) (29/06/2011)

http://www.cincodias.com/articulo/especiales/atrapar-turistas-redes-sociales/20110629cdsesp_1/

Mota, Paco

Restauración en hoteles: el negocio está servido / Paco Mota. En: Revista Hostelmarket: mensual de información hostelera . -- Madrid: Alimarket, 1998. -- . ISSN 1575-2453. -- Núm. 106 (julio 2008), p.101-117.

El artículo trata sobre la importancia de los servicios de restauración en los hoteles que se está convirtiendo en una industria creciente que puede ser el apoyo fundamental en época de crisis. De ahí que las principales cadenas hoteleras apuesten por dar relevancia a la gastronomía bien, con recursos propios, a través de franquicias o negociaciones con otras cadenas de restauración. Estadísticas comparadas de la situación de la restauración en la principales cadenas hoteleras.

2107 0032632

SIG: PT153

Müller, Gabi

Los 10 pasos a seguir para triunfar en internet / por Gaby Müller. En: Gestión de hoteles. -- Bilbao: Reed Business Information, 2007-2008. ISSN 1887-4533. -- Núm. 74 (octubre/diciembre 2007), p. 36-37.

Artículo sobre los 10 pasos más importantes para tener éxito en Internet y administrar correctamente un negocio. Actualmente un elevado numero de reservas hoteleras se realiza a través de Internet, por lo que se hace necesario sacarle el máximo partido

2107 0029223

SIG: PT

Muñoz, Xisca

Nuevas oportunidades de desarrollo para el sector / Xisca Muñoz. En: Hosteltur : comunicación para el turismo del futuro . -- Palma de Mallorca: Ideas y Publicidad de Baleares, D.L. 1994. -- Núm. 185 (julio-agosto 2009), p. 20-21.

Informe sobre las nuevas oportunidades que ofrece a la hotelería, la aparición del nuevo régimen de Sociedades Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (SOCIMI), ya que se facilitarán los incentivos fiscales para las inversiones en inmuebles destinados a alquiler

2107 0036886

SIG: PT17

Nace la Federación Andaluza de Hoteles y Alojamientos Turísticos. En: Andalucía de viaje, la revista digital de turismo para viajeros (www.andaluciadeviaje.es) (23/03/2012)

http://www.andaluciadeviaje.es/noticia/nace_la_federacion_andaluza_de_hoteles_y_alojamientos_turisticos_1709

Okazaki, Shintaro, Andreu Simó, Luisa. Campo Martínez, Sara.

Servicios turísticos a través del móvil: aplicaciones en marketing turístico. En: Investigación y marketing, ISSN 1131-6144, N°. 110, 2011 , págs. 48-53

<http://www.ainmer.es/files/archivos/271fdd49-9e70-4362-872a-1ce3661439e4.pdf>

Otras formas de vender. En: Savia : revista de economía y gestión de viajes . -- Madrid : Savia Amadeus, 1989. -- Época IV, núm. 74 (diciembre 2009/enero2010), p. 44-47.

Las nuevas tecnologías aplicadas a la publicidad y el marketing permiten a las empresas turísticas y destinos difundir contenidos diferenciados, personalizados y de bajo coste, pero también hay que innovar en el mensaje.

2107 0038149

SIG: PT172

Ouer Ramón, Diego, Andreu Guerrero, Rosario, Claver Cortés, Enrique.

Las ventajas de la diversificación estratégica para las empresas turísticas españolas: una visión desde la Teoría de Recursos. En: Cuadernos de turismo, ISSN 1139-7861, N°. 17, 2006 , págs. 51-74

Las estrategias de diversificación y su influencia sobre los resultados empresariales ha sido uno de los temas de investigación que más atención ha recibido en la literatura de la Dirección Estratégica. En este sentido, nuestro trabajo trata de analizar dos de las variables más estudiadas sobre las que la diversificación puede tener influencia como son la rentabilidad empresarial y el riesgo. Concretamente, estudiaremos si se cumplen las ideas defendidas desde la Visión de la Empresa Basada en los Recursos en cuanto a la superioridad de la diversificación de tipo relacionada para aumentar la rentabilidad y reducir el nivel de riesgo. Para ello, nos centraremos en las empresas del sector turístico español dada su gran importancia económica, el creciente interés que suscita y el fuerte proceso de crecimiento y de diversificación seguido en los últimos años. Nuestros resultados son similares a los obtenidos en otros trabajos previos y permiten confirmar el cumplimiento de algunas de las relaciones entre el tipo de diversificación, la rentabilidad y el riesgo empresarial, establecidas desde la teoría mencionada.

http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2013180&orden=0

Pastor, Mónica

Spas: una nueva fuente de negocio que inunda el mercado hotelero / Mónica Pastor. En: Revista Hostelmarket: mensual de información hostelera . -- Madrid: Alimarket, 1998. -- Núm. 79 (febrero 2006), p. 74-89.

Se comenta el crecimiento del número de establecimientos dedicados a los servicios de hidroterapia o spas, desarrollo apoyado en la demanda de una clientela exigente que viene condicionando la inclusión de estos servicios en la oferta ofrecida por los centros hoteleros. Se incluyen cuadros correspondientes a: principales empresas de equipamiento para spas, estimación de costes y rentabilidad de un spa de 600 m2.

2107 0020262

SIG: PT153

Principales desafíos para el sector hotelero. En: Gestión de hoteles. -- Bilbao: Reed Business Information, 2007-2008. ISSN 1887-4533. -- Núm. 71 (enero/marzo 2007), p. 18-21

El crecimiento del turismo y la consolidación de España como 2º destino turístico a nivel mundial hacen que la oferta hotelera se enfrente a nuevos retos que mejoren la calidad del servicio y satisfagan las demandas de unos turistas cada vez más exigentes. La adecuación de espacios y a las nuevas tecnologías es una prioridad a tener en cuenta.

2107 0026041

SIG: PT

Proyectos turísticos y empresariales-- Marbella (Málaga): Editorial de Informaciones y Monográficos, 2007

281 p.: il ; 33 cm

Número especial de la revista Urbanismo & Construcción (N. 21, 2007) en Andalucía en el que se repasan todos los proyectos turísticos y empresariales de la Comunidad Autónoma

2107 0028304

SIG: 6140

Redes sociales: la asignatura pendiente para el 36% de los hoteles. En: Preferente.com (21/02/2012). (<http://www.preferente.com>)

<http://www.preferente.com/marketing/redes-sociales-la-asignatura-pendiente-para-el-36-de-los-hoteles-espanoles-204603.html>

Reina, Mª D., Fuente, D. De la, Rufín Moreno, Ramón.

Un análisis de la relación entre creación de valor y variables de marketing en el sector turístico español. En Estadística española, ISSN 0014-1151, Vol. 46, N° 156, 2004 , págs. 323-356

El objetivo del artículo es investigar la relación entre la expansión comercial en el sector de las empresas turísticas españolas y la creación de valor de las mismas durante el período 1997-2000. La expansión comercial es interpretada como variable estratégica del marketing indicadora de la satisfacción de los clientes. Para realizar este estudio longitudinal se ha seleccionado una muestra estratificada de 1.131 empresas, que ha sido analizada mediante regresión lineal múltiple. En una segunda fase se ha recurrido, como método de análisis confirmatorio, a una técnica de clasificación basada en árboles de regresión al objeto de detectar posibles segmentos de empresas en relación a las variables del estudio. También se ha recurrido al análisis factorial para la formación de una variable multicriterio de control relativa a la situación inicial de las empresas en el período considerado.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=917340&orden=22344&info=link>

Resumen del año 2009: restauración. En: Revista Hostelmarket: revista mensual de Alimarket Hostelería. -- Madrid: Alimarket, 1998-. ISSN 1575-2453. -- Núm. 122 (enero 2010), p. 46-57.

Informe que analiza el desarrollo de las principales cadenas de restauración españolas e internacionales en España, durante el año 2009. Aporta datos sobre : incorporaciones y aperturas de establecimientos, principales proyectos, renovación y diversificación de productos.

2107 0038559
SIG: PT153

Rial Boubeta, Antonio

Una aplicación metodológica para el estudio de la imagen de Marca de un destino turístico [Recurso electrónico] / Antonio Rial Boubeta, Alberto García Carreira, Jesús Varela Mallou. En: Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural . -- [Tenerife]: Universidad de La Laguna, 2003. -- Vol. 6 (2008), n. 1, p. 1-10

Documento disponible en pdf

En este artículo se presenta un estudio sobre la importancia de cuidar la Imagen de Marca a través de estadísticas realizadas a turistas que estaban viajando en Galicia. El resultado ofrece la necesidad de aplicar y crear grupos de discusión y estímulos para mejorar el marketing turístico

2107 0030932
http://www.pasosonline.org/Publicados/6108/PS0108_1.pdf

Riera Font, Antoni, Rosselló Nadal, Jaume, Capó Parrilla, Javier.

Una revisión del análisis económico del turismo. En: Principios: estudios de economía política, ISSN 1698-7616, N°. 5, 2006 , págs. 5-32.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1977909&orden=189907&info=link>

Río Gómez, Clemente de

Estrategias de expansión de los grupos empresariales del sector turístico: referencia a Andalucía [Recurso electrónico] / Clemente del Río Gómez y Juan R. Cuadrado Roura—Datos. En: Mediterráneo Económico. -- Madrid: Universidad de Alcalá, 2004. - N. 05 , p. 53-80

Documento disponible en formato pdf

El objetivo de este artículo consiste en analizar, o más bien describir, los mecanismos de expansión e internacionalización de los principales grupos empresariales que operan en el sector turístico de la oferta y la demanda. Dicho estudio dedica una amplia y expresa atención al turismo en Andalucía, ampliando el objeto central del artículo al análisis del papel que los "turoperadores", las cadenas hoteleras y las compañías aéreas desempeñan en el desarrollo de la actividad turística en Andalucía.

2107 0036542

Texto completo: Disponible en el Centro de Documentación y Publicaciones

Rivera, Agustín

La especialización hotelera se abre paso en España / Agustín Rivera. En: Editur: tendencias y economía en la nueva sociedad del ocio Barcelona: Editur, 1963. -- N. 1 (2008), p. 29-30.

El artículo recoge la idea de que las cadenas hoteleras están aprovechando las crecientes exigencias de los clientes para adaptar su oferta a lo que el viajero demanda, generando así unas variedades muy especializadas dentro del sector (hoteles para familias, para gays, para mujeres, para solteros...).

SIG: PT11

Rodríguez Barroso, Carlos

El ocio y el entretenimiento: fuentes de valor, competitividad y enriquecimiento del destino turístico: el caso de Tenerife / Carlos Rodríguez Barroso. En: Estudios turísticos. -- Madrid: Turespaña, 1963. ISSN 0423-5037. -- N. 174 (2007), p. 101-119.

Estudio que comenta el valor del ocio y entretenimiento como oferta a la hora de crear productos turísticos en Tenerife. Hoy en día la competitividad entre destinos hace que cada foco turístico oferte nuevos productos que los diferencien de los demás y se asocien a marcas turísticas

2107 0032610

SIG: PT19

Rodríguez, Lidia, Carrasqueira, Helder.

Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios: el caso de Algarbe versus el Sur de España. En: Estudios y perspectivas en turismo, ISSN 0327-5841, Vol. 20, Nº. 4, 2011 , págs. 855-875

El principal objetivo de este estudio es el análisis comparativo entre Algarbe y los destinos balnearios del Sur de España en lo que se refiere a la competitividad turística. Se seleccionaron dos estudios centrados en el Índice de Competitividad Turística para dar un soporte teórico a este trabajo. La metodología cuantitativa dio base al trabajo

empírico de la investigación, constituido por siete variables latentes y ajustadas a través de la revisión bibliográfica. El conjunto de las variables será explicado por 23 indicadores calculados a partir de datos cuantitativos, obtenidos a través del estudio de la información estadística disponible en los organismos oficiales de los dos países. Los resultados permitieron identificar dos grupos de destinos turísticos según la homogeneidad y heterogeneidad del desempeño competitivo y permitieron posicionar a los destinos turísticos incluidos en el análisis. Asimismo, fue posible identificar los competidores directos de cada destino en cada una de las variables al igual que sus puntos fuertes y débiles. Finalmente, se puede concluir que fue posible identificar algunas sugerencias pertinentes al desarrollo futuro de estos destinos y delimitar futuras investigaciones sobre competitividad turística. Estas regiones coinciden con la clasificación europea NUTS III para las regiones administrativas

http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=3739478&orden=0

Santomá, Ricard

Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura / Ricard Santomá, Gerard Costa. En: Revista de análisis turístico. -- Barcelona: Media Europa, 2006. ISSN 1885-2564. -- N. 3 (1er semestre 2007), p. 27-44.

El propósito de esta investigación es por un lado determinar el avance en la investigación sobre la calidad de servicio en la hotelería y por otro explorar la existencia o no de investigación sobre las principales características de gestión de establecimientos hoteleros que inciden directamente sobre la calidad de servicio

2107 0028855

SIG: PT

Serrano, Jonatan

Andalucía Lab, punto de encuentro entre turismo y vanguardia / Jonatan Serrano. En; Preferente: revista de turismo y transporte. -- Madrid: Grupo Taramay, 1995. -- Año XVIII, núm. 220 (septiembre 2009), p. 19

Laboratorio de Inteligencia Turística, puesto en marcha por la Junta de Andalucía, tiene como ejes estratégicos la creación y transferencia de conocimiento a instituciones y empresas, la investigación de nuevas tecnologías aplicables al turismo y la labor de prospectiva para identificar las tendencias del mercado y los cambios que se produzcan en la demanda.

Tecnotur pone en marcha el proyecto de un hotel-laboratorio en la localidad gaditana de Chiclana. En: Retos Revista de la Red de Espacios Tecnológicos. -- Sevilla, Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía. -- N° 13 (junio 2009), p. 33.

Pretende analizar y conocer la respuesta del turista ante los avances tecnológicos que incorpora al hospedaje

2107 0037574

SIG: PG

Traverso Cortés, Joaquín

Modelo para la obtención de la imagen de un destino turístico / Joaquín Traverso Cortés. En: Estudios turísticos. -- Madrid: Turespaña, 1963. ISSN 0423-5037. -- N. 174 (2007), p. 33-48.

Texto que analiza la importancia que tiene la gestión de la imagen de un destino turístico, dentro de la planificación y desarrollo estratégico que realizan los responsables de la comercialización de dichos destinos turísticos

SIG: 1317

Valls, Agustí.

Nueva estrategia de Sol Meliá: aplicará un modelo con sinergias entre las diferentes líneas de negocio y estructurará una organización por marcas. En: Editur: El semanario profesional del turismo, ISSN 1134-6469, N°. 2488, 2008 , pág. 12

SIG: PT11

Velásquez, Tamara.

De camiones mutantes a hoteles de lujo / Tamara Velázquez La firma jienense VMV ha diseñado HotelMóvil, un tráiler que se convierte en hotel de cinco estrellas sólo con pulsar un botón. Tiene capacidad para albergar a personas allí donde no hay alojamiento permanente. En: Andalucía Innova: Plan Andaluz de Divulgación del Conocimiento. -- Sevilla: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, Secretaría General de Universidades, Investigación y Tecnología, 2009. -- N. 11 (diciembre 2009), p. 44-45

2122 0012629

Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico

NORMAS

Normas

ISO 9000:2000: calidad en los servicios / Andrés Senlle, Eduardo Martínez, Nicolás Martínez-- Barcelona : Gestión 2000, D.L. 2006

186 p. ; 27 cm

Libro que expone las diferentes normas y parte de ellas para facilitar la elaboración de la documentación del sistema de gestión de calidad y su puesta en práctica. Trata temas tales como: tratamiento del factor humano, mejora continua, satisfacción del cliente, orientación por procesos, sistema de gestión de calidad, auditorías y paso para llevar la calidad a la práctica con éxito. Contiene numerosos ejemplos y comentarios sobre los nuevos modelos de calidad.

ISBN 84-8088-626-9

SIG: IAD 06456

[Normas UNE para Servicios de Restauración]: marzo 2006 / esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 167 "Servicios de Restauración" cuya Secretaría desempeña ICTE, en colaboración con FEHR-- Madrid: AENOR, 2006

1 v. (pag. var.) ; 30 cm-- (Norma española)

Contiene: UNE 167001: 2006: Requisitos de dirección.- UNE 167002: 2006: Requisitos del mantenimiento de las instalaciones y equipos.- UNE 167003: 2006: Requisitos de aprovisionamiento y almacenaje.- UNE 167004: 2006: Requisitos de higiene.- UNE 167005: 2006: Requisitos de sala.- UNE 167007: 2006: Requisitos de transporte.- UNE 167008: 2006: Requisitos de bar.- UNE 167009: 2006: Requisitos de cocina.- UNE 167010: 2006: Requisitos de cocina central.- UNE 167011: 2006: Vocabulario

Estas normas establecen los requisitos de calidad que deben aplicar las empresas dedicadas a la restauración.

2107 0025320

SIG: CT18/48

UNE 167012: Hostelería: servicios de restauración: requisitos para la implantación de un sistema de autocontrol basado en los principios del APPCC= Hospitality services: catering services: requirements for the implementation of a self control system based on HACCP principles = Hôtellerie: services de restauration: exigences pour l'implémentation d'un système d'autocontrôle basé sur les principes HACCP / esta norma ha sido elaborado por el comité técnico AEN/CTN 167 "Servicios de restauración" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2010

48 p. ; 30 cm

En cubierta: Norma española

Datos tomados de la cubierta

Norma que establece los requisitos de un sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) para el control de los alimentos en establecimientos de todo tipo dedicados a la restauración

SIG: CT36/29

UNE 182001: hoteles y apartamentos turísticos: requisitos para la prestación del servicio: junio 2008 / esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 182 "Hoteles y Apartamentos Turísticos" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid : AENOR, 2008

71 p. ; 30 cm-- (Norma española)

Esta norma, que anula y sustituye a las Normas UNE 182001:2005 y 182001:2005 Erratum 2005, establece los requisitos que deben cumplir los establecimientos dedicados al alojamiento: servicios, instalaciones y equipamientos

2107 0032000

SIG: CT25/20

UNE 183001: alojamientos rurales: requisitos para la prestación del servicio= Rural accommodation: service requirements= Gites ruraux: exigences du service / esta norma ha sido elaborado por el comité técnico AEN/CTN 183 "Alojamiento Rural" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2009

38 p. ; 30 cm

En cubierta: Norma española

Datos tomados de la cubierta

En cubierta: diciembre 2009

Norma que establece los requisitos de idoneidad para ofrecer un buen servicio al cliente que deben ofrecer los alojamientos rurales en lo que respecta a su gestión, servicios prestados, instalaciones y equipamiento

Esta norma anula y sustituye a la norma UNE 183001:2006

SIG: CT36/41

UNE 184001: Campings y ciudades de vacaciones: requisitos para la prestación del servicio : septiembre 2007 / esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 184 "Campings y Ciudades de Vacaciones" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2007

51 p. ; 30 cm-- (Norma española)

Esta norma establece la calidad para la prestación del servicio, incluyendo aquellos referidos a las instalaciones y equipamiento, para los campings y ciudades de vacaciones

2107 0030882

SIG: 6439

UNE 185001: Establecimientos de tiempo compartido (aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico): requisitos para la prestación del servicio = Time-sharing tourism services: service provision requirements= Services touristiques en temps partagé: exigences du service / esta norma ha sido elaborado por el comité técnico AEN/CTN 185 "Servicios Turísticos de Tiempo Compartido" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2009

63 p. ; 30 cm

En cubierta: Norma española

Datos tomados de la cubierta

En cubierta: diciembre 2009

Norma que establece los requisitos de idoneidad para ofrecer un buen servicio al cliente que deben ofrecer los establecimientos de tiempo compartido en lo que respecta a su gestión, servicios prestados, instalaciones y equipamiento

SIG: CT36/40

UNE 186001: establecimientos balnearios: requisitos para la prestación del servicio= Medical spas: service provision requirements= Stations thermales: exigences du service / esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 186 "Establecimientos y Servicios Turísticos de Salud a través del Agua" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2009

86 p. ; 30 cm

En cubierta: Norma española

En cubierta: Diciembre 2009

Define y establece el proceso operativo para la gestión y los requisitos internos de los balnearios, de forma que se pueda comprobar y proporcionar las directrices para la selección de los métodos de medición correspondiente, así como su eficacia y adecuación. Por lo tanto se aplica a aquellos establecimientos sanitarios autorizados que realicen los tratamientos por cualquiera de las técnicas de tratamiento establecidas y que contemplan entre otras: baños, cura hidropónica, peloides, tratamientos respiratorios, chorros, duchas, estufa húmeda, etc.

Esta norma anula y sustituye a la norma UNE 186001:2007

Establecimientos balnearios: requisitos para la prestación del servicio

SIG: CT36/44

UNE 188001 Campos de golf: Requisitos para la prestación del servicio: febrero 2008-- Madrid: AENOR, 2008

42 p. ; 30 cm-- (Norma española)

Establece los requisitos que deben cumplir los campos de golf en cuanto a los servicios prestados, los procesos de prestación de dichos servicios, así como sus instalaciones y equipamientos

2107 0030880

SIG: 6441 / IAD Doc 0080

UNE 188002: estaciones de esquí y montaña: requisitos para la prestación del servicio: diciembre 2006 / esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 188 "Servicios de Esparcimiento, Ocio y Turismo Activo" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid : AENOR, 2006

35 p. ; 30 cm-- (Norma española)

Esta norma establece los requisitos de calidad que debe cumplir una estación de esquí: servicios, instalaciones y equipamientos.

2107 0025253
SIG: CT18/45

UNE 188005: Ocio nocturno: requisitos de los establecimientos de ocio para la prestación del servicio = Night leisure: service provision requirements for leisure businesses = Loisirs: exigences du service des établissements de loisir / esta norma ha sido elaborado por el comité técnico AEN/CTN 188 "Servicios de Esparcimiento, Ocio y Turismo Activo" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2009

38 p. ; 30 cm

En cubierta: Norma española

Datos tomados de la cubierta

En cubierta: diciembre 2009

Norma que establece los requisitos básicos que deben cumplir los establecimientos públicos e instalaciones de ocio que ofrecen con finalidad recreativa, al menos, la consumición de bebida y la ambientación musical, independientemente del horario en el que se lleven a cabo, y excluyendo a los establecimientos cuya actividad principal es la consumición de comida y bebida o la organización de espectáculos

SIG: CT36/39

UNE 189001: servicios turísticos de intermediación: requisitos para la prestación del servicio: noviembre 2006 / esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 189 "Servicios Turísticos de Intermediación" cuya Secretaría desempeña ICTE-- Madrid: AENOR, 2006

22 p.; 30 cm-- (Norma española)

Esta norma establece los requisitos internos aplicables a las operaciones realizadas por las agencias de viajes para la prestación del servicio demandado por los clientes.

2107 0025258
SIG: CT18/46

REVISTAS

Revistas

Agenttravel: revista de la comercialización turística-- Madrid: Ediciones Jaguar, 1998- . v. : il.; 32 cm. Mensual

SIG: PT22

Al día / Asociación Empresarial de Hostelería de Sevilla-- Sevilla: Asociación Empresarial de Hostelería de Sevilla, 2002-
v. ; 30 cm
Frecuencia Irregular
Disponible: 2002 (nº 0, 4), 2005 (nº 14-16), 2006 (nº 17-19), 2007 (nº 20, 22), 2008 (nº 23)

2107 0005840

SIG: PT123

Alimarket Hostelería

<http://www.alimarket.es>

Andalucía turismo digital [Recurso electrónico]: primer diario europeo de turismo-- Nº 1 (octubre 2003)--- [Sevilla]: [ASANTUC], 2003-
Página web ; ilustrada
Diaria
Disponible el último número. No guardan los números anteriores
Descripción basada en: nº 65 (2003)

2107 0009474

<http://www.andaluciaturismodigital.com/portada.asp?tipo=portada>

Boletín Turístico.

Página Web: <http://www.boletin-turistico.com>

Facebook: <http://www.facebook.com/pages/boletin-turistico.com/124926537585235>

Canal Horeca: hoteles, restaurantes, catering-- N. 1 (jul.-ag. 2001)--- Madrid : IH, 2001-

v. ; 28 cm

Bimensual

Publicación profesional dedicada a las nuevas tendencias en hoteles, restaurantes y catering

Es suplemento de: IH: industria hostelera

Descripción basada en: nº 13 (2003)

2107 0009375

PT: 168

Cuadernos de turismo-- Murcia : Universidad, 1998-. v. ; 24 cm. Semestral
Descripción basada en el nº 6 (2000)

Cuadernos de Turismo es una publicación dirigida a universidades, organismos nacionales e internacionales, profesionales y personas interesadas en el estudio del turismo. Su temática abarca aspectos geográficos, urbanísticos, económicos, ecológicos y formativos relativos a la actividad turística
ISSN 1139-7861

<http://revistas.um.es/turismo>

Editur: Tendencias y economía en la nueva sociedad del ocio. Barcelona: Ediciones Turísticas, 2008-. v. : il. ; 30 cm. Mensual

Sumario:

http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?tipo_busqueda=CODIGO&clave_revista=11835

SIG:PT11

FEHR-Hostelería: revista oficial de FEHR-- N. 1 (2007)--- Madrid : Federación Española de Hostelería, D.L. 2007-

v. ; 30 cm.

Bimestral

2107 0030071

<http://www.hosteleriadigital.es/publicaciones>

Ferias y congresos: mundo ferial

<http://www.mundoferial.com/>

Hosteltur

<http://www.hosteltur.com>

Investigación y marketing

http://www.aedemo.es/aedemo/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=53

Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

<http://www.pasosonline.org/>

Periódico de la CEHAT

<http://www.cehat.com/frontend/cehat/El-Periodico-De-La-CEHAT-vn2634-vst270>

Revista de análisis turístico / AECIT, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. -- Barcelona :

Media Europa, 2006-. -- v. ; 24 cm

Semestral

Publicación de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) que incluye investigaciones realizadas por sus miembros y otros expertos, investigadores y docentes y que reflejan las innovaciones que se llevan a cabo en el sector, ofreciendo a la comunidad académica un nuevo vehículo científico. Pretende establecerse como bibliografía de consulta para los especialistas del sector turístico y como espejo de las inquietudes que resultan del turismo científico

210701 DEP PT

Turismo y ocio: revista de turismo y viajes online

<http://www.turismoyocio.net/new/>

**INFORMES, PROYECTOS, ESTUDIOS Y
ESTADÍSTICAS**

Informes, proyectos, estudios y estadísticas

AEHCOS en cifras

http://www.aehcos.es/subidas/archivos/arc_2667.pdf

Amenazas y oportunidades en la distribución electrónica de viajes para agentes de intermediación [Recurso electrónico] / Centro Tecnológico de Turismo, Ocio y Calidad de Vida (TECNOTUR)-- [Chiclana de la Frontera] : TECNOTUR, 2007

110 p.

Glosario

Bibliografía

Documento disponible en formato pdf

Informe que analiza la situación y factores que afectan al futuro de las agencias de viajes tradicionales. Nuevas tecnologías, nuevas formas de viajar, nuevas tendencias (destinos de moda, viajes por vía rápida, por ej.), demanda de más información y más ofertas a mejores precios por parte de los clientes, todo ello obliga a las agencias a definir sus nuevos roles sumándose a la modernización y la especialización.

2107 0036488

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/36488.pdf>

Análisis de impacto económico y análisis DAFO del sector de la hotelería en Sevilla [Literatura gris] / Miryam González Limón...[et al.]-- Sevilla: Universidad de Sevilla, 2007

Proyecto de investigación financiado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía según lo establecido en la Orden de 10 de febrero de 2006 (BOJA núm. 37, de 23 de febrero de 2006)

Documento disponible en formato pdf

El principal objetivo de este estudio es ofrecer una visión global del sector de Hoteles de Sevilla que pueda ser instrumento útil tanto a sus empresarios como a las Administraciones Públicas a la hora de implementar políticas de promoción y de búsqueda de la calidad y excelencia del mismo

Requisitos del sistema: navegador World Wide Web y Adobe Acrobat Reader

2107 0029490

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/29490.pdf>

Barceló 75 años: memoria de un viaje compartido / textos, Valentí Puig ... [et al.]-- 1ª ed-- Madrid : La Fábrica, 2006

243 p. : fot. col. ; 31 cm

Obra editada para conmemorar el 75 aniversario de la fundación del grupo mallorquín Barceló. Rememora las distintas fases por las que ha pasado dicho grupo, hasta convertirse en uno de los principales referentes turísticos del país con gran reconocimiento internacional. Su importancia radica en su valor histórico ya que narra la evolución del Grupo Barceló que corre paralela con la del turismo español, que ha

sido capaz de transformarse en el segundo destino turístico del mundo
ISBN 84-96466-46-9

SIG: 1596

Barómetro de la rentabilidad y el empleo de los destinos turísticos españoles – Balance 2011. Informe elaborado por Exceltur.

- Informe
<http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Barómetro%20Rentabilidad%20y%20el%20Empleo%20Balance%20de%202011%20Definitivo%20010312.pdf>
- Anexo: Ingreso medio por habitación disponible
http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Barómetro%20Rentabilidad%20y%20el%20Empleo_ANEXO%20I_RevPAR%20detallado_.pdf

Barómetro de la rentabilidad y el empleo de los destinos turísticos españoles – Balance 2010. Informe elaborado por Exceltur.

- Informe:
<http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Barómetro%20Rentabilidad%20y%20el%20Empleo1.pdf>
- Anexo I: Ingreso medio por habitación disponible
<http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Barómetro%20Rentabilidad%20y%20el%20Empleo1.pdf>
- Anexo II: Fichas individualizadas para los municipios turísticos más relevantes
http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Barómetro%20Rentabilidad%20y%20el%20Empleo_ANEXO%20II%20_Fichas%20municipios%20más%20relevantes_.pdf

Barómetro de la rentabilidad de los destinos turísticos españoles. Año 2009.
Informe elaborado por Exceltur

http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Barómetro_Rentabilidad_Destinos_Nº1_Mar10_Definitivo.pdf

Buenas prácticas para el embellecimiento de destinos turísticos / [Instituto de Turismo de España (Turespaña)]-- Madrid : IET, 2009

119 p. : fot. ; 21 cm

Datos tomados de la cubierta

Guía que (en el contexto de los proyectos Anfitriones del Turismo y Destino en Detalle, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) analiza las acciones llevadas a cabo en distintos municipios españoles para mejorar y desarrollar sus recursos naturales, patrimoniales y urbanos con el objetivo de perfeccionar su imagen turística

Índice:

http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/143316053_indice.pdf

Texto completo:

http://www.destino-detalle.es/?page_id=124

SIG: 7582

Consejos para unas buenas prácticas en calidad turística [Recurso electrónico] /
HOSTECOR, Asociación de Empresarios de Hostelería de Córdoba-- Córdoba:
HOSTECOR, [2007?]

52 p.

Documento disponible en formato pdf

Documento dirigido a los gestores de restaurantes y hoteles en el que se asesora sobre como deben gestionar sus recursos (humanos, materiales, externos .. etc.), como satisfacer a los clientes, como mantener y actualizar infraestructuras ..., todo ello con el objetivo de conseguir calidad en dichos establecimientos

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, patrocinador

2107 0036586

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/36586.pdf>

Hacia un nuevo paradigma en el modelo de gestión de los destinos del litoral mediterráneo y las islas: los Proyectos de Reversión Integral de Destinos Turísticos (PRIDET) (2003)

Documento de base del informe elaborado por Exceltur dentro del “Plan Renove de destinos turísticos españoles”.

<http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/PLAN%20RENOVE%20DESTINOS%20TURÍSTICOS%20ESPAÑOLES.pdf>

Hoteles con certificación de calidad.

Listado ofrecido por el Instituto de Calidad Turística Española

<http://www.profesionales.calidadturistica.es/index.aspx>

Indicadores de confianza del Sector de la Hostelería Española. Año 2011. Informes elaborados por FEHR en colaboración con la Universidad de Antonio de Nebrija.

1er. trimestre: <http://www.fehr.es/documentos/publicaciones/descargas/des-59.pdf>

2º trimestre: <http://www.fehr.es/documentos/publicaciones/descargas/des-60.pdf>

3er. trimestre: <http://www.fehr.es/documentos/publicaciones/descargas/des-62.pdf>

4º trimestre: <http://www.fehr.es/documentos/publicaciones/descargas/des-66.pdf>

Informes perspectivas turísticas.

Informes de Exceltur

<http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/listawrap.aspx?nid=189>

Informe Sol Meliá.

Memoria Anual 2009

<http://sostenibilidad.solmelia.com/index.php>

Instituto Cántabro de Estadística.

Indicadores de rentabilidad del sector hotelero

<http://www.icane.es/web/icane/servicios>

Institut d'Estadística de Catalunya.

Indicadores de rentabilidad del sector hotelero.

<http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=5&id=0303&dt=201201&lang=es>

Instituto Nacional de Estadística.

Indicadores de rentabilidad del sector hotelero español.

Operación destinada a ofrecer al sector hotelero información valiosa para la toma de decisiones, a través de dos indicadores ADR (Tarifa Media Diaria) y RevPAR (Ingreso por Habitación Disponible).

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=%2Ft11/e230&file=inebase>

Monitur...: monitor de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas / Exceltur, Alianza para la Excelencia Turística; con la

colaboración de Deloitte-- Datos-- 2009 --- [Madrid]: Exceltur, 2010-

v. : graf. ; 30 cm

Anual

Disponible: 2010

Análisis estadístico anual de los principales indicadores que miden el posicionamiento turístico de las distintas comunidades autónomas españolas (estrategias de marketing, transportes, sostenibilidad, infraestructuras, diversificación de productos turísticos, recursos humanos, administración y política turística, aspectos económicos y sociales, etc.). A partir del estudio de los indicadores se establece un ranking relativo global de la competitividad turística de las comunidades autónomas

SIG: 7685

Tinoco Pintor, Ángel.

Estudio para la detección de oportunidades de negocio mediante actividades demandadas por los turistas. 2011

<http://www.manolodominguez.com/content/common/pdf/cv/publications/EstudioZafraRioBodion.pdf>

Turismo 2020: Proyecto del Ministerio de Industria, Energía y Turismo para mejorar la competitividad de las empresas turísticas.

<http://www.minetur.gob.es/turismo/es-es/turismo2020/paginas/turismo2020.aspx>

Zonas vacacionales: situación y perspectiva del mercado hotelero español (2003).
Informe elaborado por Exceltur

<http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Monografico.pdf>

CURSOS, JORNADAS Y CONGRESOS

Cursos, Jornadas y Congresos

Alfaro García, Elena, Ortega Martínez, Enrique.

La dirección de la experiencia del cliente en el sector hotelero: Un estudio cualitativo. En: Creativity and survival of the firm under uncertainty / coord. por Attilio Celant, Txomin Iturralde Jainaga, 2009, ISBN 978-84-692-5174-4. Actas de la XVIII International Conference of the European Academy of Management and Business Economics celebradas en Roma en noviembre de 2009.

El sector turístico en general, y el hotelero en particular, se enfrenta a un cliente mucho más sofisticado, al que no le importa, pagar un precio extra por una experiencia inolvidable, de hecho algunas compañías ya no anuncian el producto que ofrecen, sino la experiencia que ofrecen. Muchas compañías venden experiencias para arropar su oferta tradicional y no es fácil realizar la transición de vender productos ó servicios a vender experiencias. Por este motivo, se ha analizado en este artículo la forma de abordar la Dirección de la Experiencia del Cliente por parte de las Cadenas Hoteleras. Este estudio se basa en los resultados de 12 entrevistas en profundidad realizadas entre Directores Generales, Directores de Marketing y Directores de Marca con el objetivo de comprender el proceso y los factores envueltos en el diseño de experiencias. Las conversaciones fueron grabadas en su totalidad y transcritas posteriormente. Tras la lectura repetida de las mismas se realizó el análisis del discurso producido y se analizaron tanto las actividades relacionadas con la creación de experiencia, como qué se entendía por estrategia experiencial y las ventajas que se perseguían con esta estrategia.

Universidad de Sevilla. Biblioteca de Arquitectura

Calvillo Mazarro, Manuel.

Orientaciones para es el desarrollo y rentabilidad de productos turístico accesibles a partir del estudio de las necesidades y hábitos turísticos de las personas con discapacidad. En: Turismo y Desarrollo Económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo / coord. por José Luis Jiménez Caballero, Pilar de Fuentes Ruiz, 2011, ISBN 978-84-694-5099-4 , págs. 537-565

El objetivo general de este estudio es profundizar en el conocimiento de las costumbres y comportamientos de los turistas con discapacidad con el fin de conocer las tendencias de este segmento del mercado y apoyar así la toma de decisiones y el diseño de estrategias adecuadas que ayuden por un lado al desarrollo de un turismo para todos y, como consecuencia, refuercen los beneficios económicos del sector turístico Las conclusiones del estudio giran en torno a 5 aspectos que se desarrollan a lo largo del mismo: La importancia del tejido asociativo en el desarrollo y promoción del turismo accesible, la rentabilidad potencial del mercado del turismo accesible, la heterogeneidad del mercado turístico accesible, la relevancia de la información adecuada sobre accesibilidad para la rentabilidad de las empresas que ofrecen una oferta turística accesible, el papel clave que deben jugar las tics y la web 2.0 en el desarrollo y promoción del turismo accesible.

Campón Cerro, Ana M^a, Baptista Alves, Helena M^a, Hernández Mogollón, José Manuel.

El marketing relacional en el sector turístico: El caso del turismo rural: un enfoque teórico. En: Administrando en entornos inciertos = Managing in uncertain environment : XXIII Congreso Anual AEDEM, Universidad de Sevilla, 3, 4 y 5 de junio de 2009 / coordinador, Francisco José Cossío Silva-- Madrid : ESIC, 2009. 344 p.; 22 cm. + 1 CD-ROM. ISBN 978-84-7356-609-4

En el actual contexto competitivo de los mercados, parece que el marketing relacional se revela como una estrategia capaz de dar continuidad en el tiempo a las organizaciones a través de la fidelización de sus clientes, lo que permite rentabilizar el valor que éstos le aportan.

Dentro del sector turístico, las características específicas del turismo rural hacen necesaria la búsqueda de una definición de fidelidad, pues la multiplicidad de destinos y alojamientos que ofrece el turismo rural es tan amplia y variada que la probabilidad de repetición de la visita puede ser baja. El presente trabajo pretende dar luz a este interrogante a través de un abordaje teórico que sienta las bases para proponer un modelo para estudiar la fidelidad en el turismo rural.

Su justificación se encuentra en la necesidad de dar a las áreas rurales una alternativa a su desarrollo socioeconómico tradicional, con actividades basadas en el turismo; y por la necesidad de mejorar el desempeño de estas empresas turísticas dedicadas al turismo rural, fundamentalmente PYMES, a través de las técnicas de marketing relacional.

Para ello se ha realizado un abordaje teórico del tema propuesto incidiendo en las cuestiones conceptuales del turismo rural, haciendo una pequeña revisión de las bases del marketing relacional y realizando una primera aproximación al estudio del marketing relacional en el terreno del turismo, constatándose que estos estudios son escasos, más aún en el caso específico del turismo rural.

Tras analizar estudios sobre la fidelidad a los destinos turísticos, se ha verificado que los constructos imagen del destino y satisfacción son los más utilizados para su estudio. Por ello, finalmente se ha optado por utilizar el estudio de Chi y Qu (2008) como la base que constituya la propuesta de un modelo para el estudio de la fidelidad hacia un determinado destino y/o alojamiento de turismo rural. En cuanto a los resultados esperados a partir de la contrastación del modelo, se intentará definir la fidelidad en el campo del turismo rural y encontrar los factores que generan fidelidad hacia un determinado destino y/o alojamiento de turismo rural. El fin último de estos trabajos habrá de desembocar en la creación de herramientas que contribuyan a la mejora y consolidación de las relaciones entre turistas y empresas, que van a permitir a las empresas rentabilizar y mejorar su desempeño, más aún en el caso de estas PYMES turísticas.

SIG: 7657

Carrasco Carrasco, Alfredo

Globalización del producto en destino y posicionamiento web como herramienta de estrategia [Recurso electrónico] / Alfredo Carrasco Carrasco-- Presentación en PowerPoint. En: Técnicas de comercialización y de posicionamiento en el mercado global de la web. -- Málaga: Turismo Andaluz, 2009

Ponencia en la que se destaca el papel de los CIT para el fomento, desarrollo y la promoción turística, en este caso, de la Serranía de Ronda. Analiza además la incipiente repercusión de las nuevas tecnologías en la demanda turística, realizando un estudio de

cómo mejorar el posicionamiento en buscadores como Google.

2107 0035217

Cerveró, Josép.

¿Cómo comercializar mi producto?: ejemplos singulares: La importancia de la imagen del establecimiento: venta del producto y su oferta complementaria/ Josep Cerveró. En: Jornadas marketing turístico y nuevas tecnologías [Recurso electrónico]: 11-12 abril 07, Archidona-- [Úbeda (Jaén): Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Centro de Turismo Interior de Andalucía, 2007]. 1 disco compacto (CD-ROM) ; 6 cm

2107 0027040

SIG CD-Rom: cd T228 / cd T229/ cd T230

Claver Cortés, Enrique

Situación estratégica del sector hotelero de Benidorm: el caso de un destino de sol y playa masivo / Enrique Claver Cortés, José F. Molina Azorín, Jorge Pereira Moliner En: Turismo en los espacios litorales: 9º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa. -- Valencia: Tirant lo Blanch, 2007. -- P. 139-160

Trabajo que trata la investigación llevada a cabo en Benidorm con los objetivos de describir el modelo hotelero de Benidorm en torno a una serie de variables estratégicas; identificar las estrategias competitivas de los hoteles y hallar las ventajas competitivas del sector hotelero en Benidorm. Algunas de las variables pueden ser exportables al análisis de cualquier otro destino turístico

2107 0026827

SIG: 5892/6208

Congreso de Turismo Universidad y Empresa (10º. 2007 . Castellón)

Turismo de negocios y reuniones: 10º congreso de turismo universidad y empresa : convenciones, congresos e incentivos / Diego López, editor; comité científico, Enrique Bigné... [et al.]-- Valencia: Tirant lo blanch, 2008

447 p. : gráf. ; 24 cm

Se analizan las características y las tendencias del turismo de reuniones. La ponencias se dividen en cuatro bloques; el primero dedicado al conocimiento , análisis y reflexión de los diferentes ámbitos, tanto profesionales como formativos en las universidades; una segunda parte trata las experiencias del turismo de negocios, reuniones y congresos en diferentes destinos turísticos; el tercer bloque temático se dedica a los Convention Boureau y su importancia en el turismo de reuniones y el cuarto apartado dirigido al análisis de ciertas sinergias económicas que genera el turismo de reuniones en el ámbito regional y a las repercusiones que han tenido ciertos eventos, caso de la Copa de América en el turismo de reuniones de la Comunidad Valenciana

Ver artículos de interés incluidos en esta publicación

ISBN 978-84-9876-050-7

2107 0030892

SIG: 6442

Congreso de Turismo Universidad y Empresa (11º. 2008 . Castellón)

Innovación, creatividad y nuevos modelos de gestión en turismo / XI Congreso de Turismo Universidad y Empresa; Diego López, ed ; comité científico, Enrique Bigné ... [et al.]-- 1ª-- Valencia: Tirant lo blanch, 2009

644 p. : graf. ; 24 cm

Publicación que recoge las ponencias presentadas en este Congreso celebrado entre los días 10 y 12 de abril de 2008, se han agrupado en cinco bloques temáticos. El primero dedicado a la generación de conocimiento e innovación; el segundo trata los nuevos modelos de gestión de destino y productos turísticos; el tercero está dedicado a los recursos humanos como clave de competitividad en turismo; el cuarto va dirigido a la sostenibilidad como referencia en la actividad turística y el quinto aborda las nuevas tecnologías en la gestión turística

ISBN 978-84-9876-211-2

2107 0034797

SIG: 7130

Congreso de Turismo Universidad y Empresa (13. 2010. Castellón)

Renovación de destinos turísticos consolidados: XIII Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa, 2010 / Diego López, ed.; comité científico, Enrique Bigné ... [et al.]-- Valencia: Tirant lo Blanch, 2011

844 p. ; 24 cm

D.L. D.L.V.1579-2011

ISBN 978-84-9004-101-7

USE b2226984: Universidad de Sevilla. Biblioteca de Turismo y Finanzas

Congreso Nacional de Innovación en el Sector Hotelero (1º. 2007 . Oviedo)

1er Congreso Nacional de Innovación en el Sector Hotelero : Oviedo 7 y 8 de mayo 2007, Auditorio Príncipe Felipe / [organizado por la Unión Hotelera del Principado de Asturias]-- [Oviedo]: [Unión Hotelera], 2007

1 CD-ROM ; 13 cm. + 1 folleto

Congreso patrocinado por el Ayuntamiento de Oviedo

Requisitos del sistema, Adobe Acrobat Reader

CD que recoge 16 de las ponencias del Congreso, que tratan temas sobre la innovación hotelera, gestión inteligente en establecimientos de alojamiento, marketing y comercialización hotelera, nuevas tecnologías, el diseño en el sector y nuevos retos. Con él, se pretende fomentar la innovación en el mundo de los hoteles, entendiéndola como una nueva herramienta de la gestión, la distribución y el diseño, y poniéndola a disposición de todo el sector.

Primer Congreso Nacional de Innovación en el Sector Hotelero

2107 0026854

SIG: CD T220

Congreso Nacional de Planificación, Dinamización y Calidad en Destinos Turísticos (1º. 2007. Córdoba)

I Congreso Nacional de Planificación, Dinamización y Calidad en Destinos Turísticos [Vídeo] Córdoba 3 y 4 de mayo de 2007-- [Córdoba: Diputación Provincial de Córdoba, 2007]

4 CD (DVD): son. col.; 19 cm

Congreso llevado a cabo los días 3 y 4 de Mayo, en la Diputación Provincial de Córdoba

Contiene: Guión Congreso/ Reyes Ávila Bercial. Gestión de destinos turísticos sostenibles/ Josep F. Valls. Gestión y planificación de la calidad en el destino/ Ana Baldie. Creación de productos turísticos: la encrucijada entre lo público y lo privado/ Juan Carlos Rodríguez Millán. Planificación del turismo en destinos patrimoniales/ Miguel Ángel Troitiño. Modelos de planificación turística: Reyno de Navarra: una estrategia de desarrollo y marketing/ Carlos Erce. Un nuevo modelo de desarrollo turístico para Andalucía: el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible/ Antonio Muñoz Martínez

Colección de 4 dvd's que recoge el congreso, de enfoque teórico - práctico, que se perfila como un foro de debate y reflexión, con la misión de concertar una visión técnica sobre objetivos comunes en planificación de productos de calidad para los destinos turísticos

Patrocinado por la Consejería de Turismo Comercio y Deporte

Requisitos del sistema : Sistema operativo Windows 95 o superior, codec de video MPEG, tarjeta de sonido, tarjeta gráfica de 16 bits o superior, memoria RAM 16 Mb, lector de CD ROM

2107 0030685

SIG: 6444

Acceso al texto completo (sólo usuarios internos)

El marketing de productos turísticos [Recurso electrónico]: técnicas accesibles a las pequeñas empresas turísticas del entorno natural, rural y de interior: [jornadas]-- Datos-- Málaga: Turismo Andaluz, 2009

1 disco compacto (CD-ROM) ; 6 cm.

Recoge las ponencias presentadas en dichas jornadas cuya finalidad es concienciar de una parte al empresariado sobre la necesidad de implementar pequeñas estrategias de "marketing casero" en sus empresas, así como reforzar la importancia de la innovación en los procesos de trabajo a la hora de desarrollar productos turísticos eficaces, o fomentar el uso de las nuevas tecnologías e Internet como herramientas de posicionamiento de mercado.

2107 0035190

SIG: CD T381 / CD T382

http://www.turismoandaluz.mobi/opencms/opencms/turismoAndaluz/agenda/evento_0142.html

Encuentro sobre La Calidad, Clave del Liderazgo Hotelero (2007 . Santander)

Encuentro sobre "La Calidad, clave del liderazgo hotelero": Santander, 4-6 de julio de 2007. [Santander]: Universidad Internacional Menéndez Pelayo, 2008. 168 p. ; 24 cm . (Foros de reflexión ; 4) ISBN: 978-84-95104-42-7

Documento que recoge las intervenciones en el encuentro y que versaron sobre calidad turística entendida como el resultado de un proceso que implica la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los clientes respecto a los productos y servicios turísticos que se le prestan.

SIG: 6499/ 6500/ 7168

Encuentro sobre La Industria Turística y el Desarrollo Económico (2006. Santander)

Encuentro sobre "La industria turística y el desarrollo económico": Santander, 5-7 de julio de 2006-- [Madrid: Paradores de Turismo de España]; [Santander]: Universidad Internacional Menéndez Pelayo, 2007

217 p. ; 24 cm-- (Foros de reflexión; 3)

Documento que recoge las intervenciones en el Encuentro sobre la industria turística y el desarrollo económico en la que se debatieron temas sobre la importancia de las colaboraciones entre organismos públicos y privados, la publicidad, el marketing en el turismo y las características del modelo turístico español

Ver artículos de interés incluidos en esta publicación

ISBN 978-84-95104-41-0

2107 0031037

SIG: 6471 / 7397

Gutiérrez Broncano, Santiago.

Repercusiones de la incorporación del factor humano en los sistemas de gestión de calidad del servicio: la necesidad de un cambio de paradigma para las empresas turísticas / Santiago Gutiérrez Broncano, Mercedes Rubio Andrés. En: Innovación, creatividad y nuevos modelos de gestión en turismo: 11º Congreso de Turismo Universidad y Empresa, 2009, ISBN 978-84-9876-211-2 -- Valencia: Tirant lo Blanch, 2009 -- P. 403-422

II Encuentro de la Innovación y la Creatividad. Diputación de Sevilla

<http://www.prodetur.es/prodetur/www/turismo/muestra/evento-0005.html>

II Encuentro especializado nuevos modelos de negocio e inversión del sector turístico y hotelero: condohoteles, fractionals, apartamentos turísticos, tiempo compartido-- [Barcelona]: Expansión conferencias, 2007
[76] h. : il., gráf

Universidad de Almería (167713)

Acceso a las comunicaciones:

http://www.unionhotelera.com/asociacion/recursos/doc/1369_959520071705.pdf

Impacto de la gestión ambiental sobre el rendimiento económico de la empresa hotelera. Desarrollo y validación de un modelo de medida. En: XI Congreso AECIT [Recurso electrónico]: las administraciones públicas y empresas turísticas ante el reto de la sostenibilidad : [celebrado el] 17, 18 19 enero de 2007 en Murcia-- Murcia : Fundación Universitaria San Antonio, D.L. 2008; 1 disco óptico electrónico (CD-ROM) ; 12 cm

Jiménez Castillo, David, Marín Carrillo, M^a Belén, Sánchez Pérez, Manuel.

Situación, funciones e impacto de los convention bureaux en la organización de marketing del destino turístico. En: Turismo de negocios y reuniones: 10º Congreso Turismo, Universidad y Empresa "convenciones, congresos e incentivos" / coord. por Diego López Olivares, 2008, ISBN 978-84-9876-050-7 , págs. 315-328

SIG: 6442

Jornadas Marketing Turístico y Nuevas Tecnologías (2007. Archidona, Málaga)

Jornadas marketing turístico y nuevas tecnologías: 11-12 de abril '07 / Centro de Turismo Interior de Andalucía-- [Úbeda (Jaén): Centro de Turismo Interior de Andalucía, 2007]

1 díptico: il. col. ; 11 x 15 cm

Ver folleto informativo del Plan de Formación 2007

Patrocinado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y la Empresa Pública de Turismo Andaluz

2107 0025565

SIG: CT17/144; CT17/145; CT17/146

Jornadas Marketing Turístico y Nuevas Tecnologías (2007. Archidona, Málaga)

Jornadas marketing turístico y nuevas tecnologías [Recurso electrónico]: 11-12 abril 07, Archidona-- [Úbeda (Jaén): Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Centro de Turismo Interior de Andalucía, 2007]

1 disco compacto (CD-ROM) ; 6 cm

Contiene: Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión y comercialización del turismo rural: Last Minute/ Javier Ortiz Sánchez. AT Clave: Parques Naturales/ José Ignacio Macías Vivero. Másnatura/ Juan José Rodríguez. ¿Cómo comercializar un pequeño alojamiento de turismo rural?/ Tito Molina. La mejora del "Posicionamiento" de un establecimiento en la Red/ Juan Sevillano. ¿Cómo comercializar mi producto?:

ejemplos singulares: La importancia de la imagen del establecimiento: venta del producto y su oferta complementaria/ Josep Cerveró. Comercializadora de Turismo de Jaén/ Miguel Gómez. Promoción y comercialización asociada: una imagen singular: caso: Haciendas y Cortijos de Andalucía/ Manuel Pimenta. Caso: alojamiento en casas cueva de Andalucía/ Manuel Aranda. Nuevas tecnologías en la comercialización de los destinos turísticos: alianzas estratégicas/ Luis Moya

Documento en formato Power Point y PDF

Ponencias presentadas a las jornadas celebradas en Archidona (Málaga) y que versan sobre distintas experiencias basadas en el desarrollo de estrategias de marketing turístico gracias a la aplicación de nuevas tecnologías

2107 0027040

SIG CD-Rom: cd T228 / cd T229/ cd T230

Jornadas de Innovación Hotelera: su objetivo es desvelar las claves de la competitividad del sector. En: Gestión de hoteles, ISSN 1887-4533, N°. 78, 2008 , págs. 36-37

Desvelar las claves necesarias para introducir la innovación, el conocimiento y la gestión eficaz del turismo en los hoteles fue el principal objetivo de las Jornadas sobre Innovación Hotelera, que se celebraron durante el último trimestre del año. Organizadas por Segitur y el ITH e impulsadas por la Secretaría de Estado de Turismo, estas jornadas contaron con la participación de destacados expertos en los distintos aspectos del sector y, además, sirvieron para presentar los programas de ayuda en I+D+i existentes; programas nacionales, autonómicos o locales que pretenden que el sector hotelero se adapte a la nueva economía turística.

SIG: PT

López Bonilla, Jesús Manuel

Perfiles de personalidad en la adopción de innovaciones turísticas: el billete electrónico como autoservicio tecnológico / memoria de la tesis doctoral dirigida por los profesores Enrique Carlos Díez de Castro y Luis Miguel López Bonilla y realizada por Jesús Manuel López Bonilla-- 1ª ed-- [Sevilla]: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte , 2007

403 p. ; 24 cm-- (Tesis doctorales; 8)

Tesis de la Universidad de Sevilla, Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados, 2007

Tesis subvencionada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (Resolución de 14 de noviembre de 2005, BOJA 233 de 29 de noviembre de 2005)

El presente trabajo se centra, en general, sobre las características diferenciales de los individuos en su proceso de adopción del billete electrónico, entendido como una innovación que se ha introducido en el transporte de pasajeros. Desde una perspectiva de marketing se combinan las teorías de la adopción de innovaciones con los fundamentos de la psicología de las diferencias individuales, aplicándose en la práctica dentro del marco de referencia del sector turístico y las tecnologías de la información y, más concretamente, en el ámbito de la utilización de Internet como formato de compra del billete electrónico

ISBN 978-84-690-5151-1

2107 0027208

SIG: 5978/ 5979/ 5980

Molina, Tito.

¿Cómo comercializar un pequeño alojamiento de turismo rural?/ Tito Molina. En: Jornadas marketing turístico y nuevas tecnologías [Recurso electrónico]: 11-12 abril 07, Archidona-- [Úbeda (Jaén): Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Centro de Turismo Interior de Andalucía, 2007]. 1 disco compacto (CD-ROM) ; 6 cm

2107 0027040

SIG CD-Rom: cd T228 / cd T229/ cd T230

Moya, Luis.

Nuevas tecnologías en la comercialización de los destinos turísticos: alianzas estratégicas/ Luis Moya. En: Jornadas marketing turístico y nuevas tecnologías [Recurso electrónico]: 11-12 abril 07, Archidona-- [Úbeda (Jaén): Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Centro de Turismo Interior de Andalucía, 2007]. 1 disco compacto (CD-ROM) ; 6 cm

2107 0027040

SIG CD-Rom: cd T228 / cd T229/ cd T230

Organización Mundial del Turismo. Seminario (2009. Madrid)

Conclusiones al Seminario Internacional "Respuestas del turismo mundial a los nuevos retos de la economía global" [Recurso electrónico]

En: Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural . -- [Tenerife]: Universidad de La

Laguna, 2003. -- Vol. 7 (2009), n. 2, p. 137-140

Documento disponible en formato pdf

Este Seminario se organizó para conocer de manos de una representación plural y cualificada del sector turístico, la naturaleza de los impactos concretos que se están produciendo, tanto sobre la industria como sobre los destinos, qué intervención, medidas o planes se están implementando para responder a la presente situación y cuáles, en su caso, serían las más convenientes.

Organizado conjuntamente por la Secretaría Permanente de Miembros Afiliados de la OMT y la Secretaría de Estado de Turismo de España

2107 0034610

http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_1.pdf

Ortiz Sánchez, Javier.

Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión y comercialización del turismo rural: Last Minute/ Javier Ortiz Sánchez. En: Jornadas marketing turístico y nuevas tecnologías [Recurso electrónico]: 11-12 abril 07, Archidona-- [Úbeda (Jaén): Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Centro de Turismo Interior de Andalucía, 2007]. 1 disco compacto (CD-ROM) ; 6 cm

2107 0027040

SIG CD-Rom: cd T228 / cd T229/ cd T230

Primer Taller Nacional de Tecnologías Aplicadas al Sector Hotelero, 20 casos de éxito, 20 soluciones reales: informe de conclusiones.

<http://goo.gl/TTaHm>

Rodríguez Campo, Lorena, Gil Pereiras, Carmen, Padín Fabeiro, Carmen.

Gestión estratégica integral de un destino turístico: El mapa emocional turístico Arousa del Norte (Galicia)= Strategic integral management of a touristic destination: The emotional tourist map north Arousa (Galicia). En: Creativity and survival of the firm under uncertainty / coord. por Attilio Celant, Txomin Iturralde Jainaga, 2009, ISBN 978-84-692-5174-4. Actas de la XVIII International Conference of the European Academy of Management and Business Economics celebradas en Roma en noviembre de 2009.

Actualmente existe cierto consenso en que el marketing sea utilizado como un mecanismo estratégico que se vincule con la planificación y la gestión de destinos turísticos. La necesidad de obtener productos altamente competitivos es clave para la supervivencia económica de los destinos, impone la necesidad de desarrollar los productos turísticos según un proceso de planificación estratégica de marketing que englobe las etapas propuestas por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998). Tradicionalmente los organismos de marketing de destinos han estado estructurados y seguido estrategias basadas en procesos de distribución y consumidores pasivos. Pero existe un claro cambio en la tendencia y el consumidor asume el poder del proceso. Dichas instituciones necesitan escapar de la promoción del destino para el mercado de

masas que cuenta con un sistema de distribución obsoleto y, en cambio, incitar al consumidor a asegurarse de que ellos efectivamente promocionan y proporcionan la experiencia que están buscando. La satisfacción personal y las experiencias son más importantes, el cliente se está volviendo más independiente y está implicado en los procesos de planificación del itinerario.

En este contexto de cambio, la Mancomunidad Arousa Norte (A Coruña, Galicia), se vio abocada tras la oleada de incendios que asoló Galicia y, principalmente esa región, a buscar nuevas soluciones para recuperar, activar y lograr atraer a los visitantes a las cinco rutas de senderismo. Con una clara visión del nuevo consumidor activo del que buscan información con el objeto de definir nuevos usos sobre las rutas a través de propuestas de intervención reposicionando el producto y el destino turístico. Con el objetivo de convertir una debilidad en una fortaleza se llevó a cabo el proyecto Bio Mapping, ideado por el profesor y artista inglés Christian Nold, obteniendo el Mapa Emocional Turístico del destino, dentro de una gestión estratégica integral de un destino.

Universidad de Sevilla. Biblioteca de Arquitectura

Sistema integrado de gestión de destinos / Antonio Guervara ... [et al.]

En: VIII Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. -- Málaga: Universidad, Escuela Universitaria de Turismo, 2010. -- P. 353-369

Trabajo que analiza la necesidad de implantar un sistema integrado de gestión de destinos y los diferentes módulos que ha de tener para que cubra las necesidades de información, gestión, promoción y comercialización del destino.

SIG: 7701

Talleres de Aceleración Empresarial. Andalucía Lab. (Edición 2011)

Destinados a potenciar las Empresas Turísticas

<http://www.labtalleres.com/>

Universidad de Sevilla. Facultad de Turismo y Finanzas. Jornadas de Investigación en Turismo (3. 2010. Sevilla).

José Luis Jiménez Caballero (coord.), Pilar de Fuentes Ruiz (coord.). Nuevas perspectivas del turismo para la próxima década: III Jornadas de Investigación en Turismo. Sevilla: Edición Digital@tres, 2010. ISBN: 978-84-693-2711-1

http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=485536&orden=5164&info=open_link_libro

ESTUDIOS UNIVERSITARIOS. MÁSTERS

Estudios Universitarios, Master

Especialista en Gestión y Dinamización de turismo Activo en el Medio Natural, II Edición. Universidad Pablo de Olavide.
http://www.upo.es/postgrado/detalle_curso.php?id_curso=426

Master en Dirección y Administración de Empresas turísticas. Universidad de Granada
<http://masterturismo.ugr.es/>

Master Oficial en Turismo, Dirección de Empresas Turísticas. Universidad de Huelva.
<http://masterturismo.es/>

Master Oficial en Dirección y Planificación del Turismo. Universidad de Málaga
<http://www.turismo.uma.es/masterweb/index.htm>

Master Universitario en Dirección y Planificación del Turismo. Universidad de Sevilla
http://centro.us.es/ftf/master_universitario_dpt.html

**ASOCIACIONES, ORGANISMOS Y GRUPOS
EMPRESARIALES TURÍSTICOS**

Asociaciones, organismos y grupos empresariales turísticos[∞]

AAVCórdoba: Asociación de Agencias de Viajes de Córdoba

<https://sites.google.com/a/aavvcordoba.com/asociacion-de-agencias-de-viajes-de-cordoba/>

ACHE: Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas

<http://www.cehat.com/frontend/cehat/Bienvenido-A-La-Asociacion-De-Cadenas-Hoteleras-Espanolas-vn2652-vst285>

Aehcos: Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol

<http://www.aehcos.es/>

AEDAV: Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía

<http://www.aedavandalucia.com/>

AEDAVE: Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Española

<http://www.aedave.es/>

AETUR: Asociación Empresarios Turísticos de Lanzarote

<http://www.aetur.es/new/index.php>

AFCAN: Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía

<http://www.apcan.es/>

Agrupación Soriana de Hostelería y Turismo

<http://www.asohtur.com/>

Agrupación Provincial de Hostelería y Turismo de Cuenca

<http://www.turismoruraldecuenca.com/>

AIHS: Agrupación Industrial de Hosteleros Segovianos

<http://www.hostelериasegoviana.es/>

ASEMPAL: Confederación Empresarial de la Provincia de Almería

<http://www.asempal.es/portal/>

[∞] En orden alfabético aparecen organismos europeos, nacionales, regionales, provinciales y locales

Asemtur: Asociación de empresas de turismo y ocio de Sevilla.
<http://www.asemtur.org/>

ASEHOSPO: Asociación Empresarial de Hospedaje de la Provincia de Pontevedra
<http://www.cep.es/>

Asociación de Empresarios de Hostelería de Álava
<http://www.euskalia.com/>

Asociación de Empresarios de Hostelería de Guipúzcoa
http://www.hosteleriagipuzkoa.com/public_home/ctrl_home.php

Asociación de Empresarios de Hostelería de la Provincia de Málaga
<http://www.aehma.com/>

Asociación de Empresarios de Hostelería del Principado de Asturias
<http://www.aehpalencia.es/>

Asociación de Empresarios de Hostelería de Navarra
<http://www.hostelerianavarra.com/>

Asociación de Empresarios de Hostelería de Palencia
<http://www.hosteleriapalencia.com/>

Asociación de Empresarios de Hostelería de Salamanca
<http://www.hostelriadesalamanca.com/>

Asociación de Empresarios de Hostelería de Vizcaya
<http://www.asociacionhosteleria.com/>

Asociación de Empresarios del Hospedaje de la Comunidad de Madrid
<http://www.aehcam.org/>

Asociación Empresarial de Hostelería de Sevilla y Provincia
<http://www.hosteleriasevilla.com/>

Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria
<http://www.hosteleriadecantabria.net/web/>

Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid: La Viña
<http://www.hosteleriamadrid.com/>

Asociación Empresarial de Restauración de Mallorca
<http://www.restauracio.org/>

Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia
<http://www.hotelesdesevilla.com/>

Asociación Madrileña de Empresas de Restauración
<http://www.amerc.es/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería A Coruña
<http://asociacionhosteleria.org/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Alicante
<http://www.alicantehosteleria.com/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Lugo
<http://www.apehl.org/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Valladolid
<http://www.valladolidhosteleria.com/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Albacete
<http://www.apeht.es/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Castellón
<http://www.ashotur.org/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Ciudad Real
<http://www.hosteleriayturismociudadreal.es/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca
<http://www.hosteleriahuesca.com/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de León

<http://www.hostelerialeon.com/>

Asociación Profesional de Empresarios de Hoteles y Restaurantes de Zaragoza

<http://www.horecazaragoza.com/>

Asociación Provincial de Empresarios Turísticos de Teruel

<http://www.teruelempresariosturisticos.com/>

Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Toledo

<http://www.hosteleriadetoledo.com/>

Asociación Riojana del Sector Restauración y Afines

<http://www.fer.es/>

Asociación Zamorana de Empresarios Hosteleros

<http://www.www.azehos.es/>

Associació d'Empresaris d'Hostaleria de la Província de Tarragona

<http://www.aeht.es/>

Associació d'Hostaleria de Girona

<http://www.gironahostaleria.com/cat/index.asp>

CEHOSGA: Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Ourense

<http://www.federacionhostaleriaourense.es/>

Confederación de Empresarios de Hostelería de Galicia

<http://www.cehosga.es/>

Confederación Empresarial de Turismo de Extremadura

<http://www.cetex-extremadura.com/>

Exceltur: Alianza para la excelencia turística

<http://www.exceltur.org>

FADEHI: Federación de Asociaciones de Empresarios Hoteleros Iberoamericanos
<http://www.fadehi.org/>

FEAAV: Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes
<http://www.feaav.org/>

Federació d'Hostaleria de Lleida
<http://www.hostaler.org/ca/>

Federación Abulense de Empresarios de Hostelería
<http://www.avilaempresarial.com/>

Federación Andaluza de Hostelería
<http://www.federacionandaluzadehosteleria.com/inicio.asp>

Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas
Página Web: <http://www.feht.es/>
Facebook: <http://www.facebook.com/pages/FEHT-Las-Palmas/173457812707165#!/pages/FEHT-Las-Palmas/173457812707165>

Federación Española de Hostelería
Página Web: <http://www.fehr.es/>
Facebook: <http://www.facebook.com/profile.php?id=100001203736159>
Twitter: https://twitter.com/Twitt_FEHR

Federación Provincial de Empresarios de Hostelería de Burgos
<http://www.hosteleriadeburgos.com/>

Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada
<http://www.hosteleriadegrana.es/>

FEDROHOS: Federación Empresarial de Hostelería de Pontevedra
<http://www.feprohos.org/>

FEEC: Federación Española de Empresarios de Camping y Parques de vacaciones
<http://www.fedcamping.com>

FEHRCAREM: Asociación Española de Cadenas de Restauración Modernas
<http://www.fehrcarem.es/>

FEHV: Federación Empresarial de Hostelería de Valencia
<http://www.fed-hosteleria.com/>

Fundación Cehat: Fundación de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
<http://www.fundacioncehat.org/frontend/fundacioncehat/base.php>

Gatho: gestor andaluz para el turismo hostelero
<http://www.gatho.es/index.php>

Gremi de Restauració de Barcelona
<http://www.gremirestaurocio.com/>

HORECA: Federación de Empresarios de Hostelería de la Provincia de Cádiz
http://www.horecacadiz.org/sp_default.asp

Hostecor: Asociación de Empresarios de Hostelería de Córdoba y Provincia
<http://www.hostecor.com/>

Hostelería de Asturias
<http://www.hosteleria.org/>

Hostelería de Gijón
<http://www.hosteleriagijon.com/>

HOSTEMUR: Federación Regional de Empresarios de Hostelería y Turismo de Murcia.
<http://www.hostemur.es/>

HOTREC: European trade association of hotels, restaurants and café
<http://www.hotrec.eu/default.aspx>

ICTE: Instituto para la Calidad Turística Española
<http://www.ictes.es>

IET: Instituto De Estudios Turísticos
<http://www.iet.tourspain.es>

Infhos: Asociación y Club de Empresarios de Hostelería, Distribución y Servicios de Málaga
<http://www.infhos.es/index.php>

Instituto de Calidad Turística Española. Base de datos de Entidades Certificadas
<http://www.profesionales.calidadturistica.es/index.aspx>

Instituto Tecnológico Hotelero
<http://www.ithotelero.com/>

Mandos Intermedios de Turismo y Hostelería de Cádiz. Sitio web de la Asociación Provincial de Mandos Intermedios de Turismo y Hostelería de Cádiz. Esta asociación profesional tiene como fines la mayor profesionalización de sus socios y la consecución de la calidad en el sector gaditano de los servicios
<http://mandosintermedios.blogspot.com.es/>

Prodetur: Sociedad Instrumental de la Diputación de Sevilla
<http://www.prodetur.es>

TECNOTUR: Centro Tecnológico de Turismo, Ocio y Calidad de Vida
<http://www.tecnotur.es/>

PÁGINAS WEB

Páginas Web

Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte>

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

<http://www.andalucia.org>

Infohoreco: Información sobre el mundo de la hostelería

<http://www.infohoreco.es/inicio>

Instituto de Estudios Turísticos: organismo dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>

Hosteleriadigital: el portal de comunicación de FEHR y sus asociados

<http://www.hosteleriadigital.es>

Mirahoteles: análisis de hoteles en España.

Blog destinado a profesionales del sector hotelero, donde poder intercambiar información e impresiones sobre la ocupación de los hoteles, estudiar las tendencias del turista, etc.

<http://mirahoteles.blogspot.com/>

Observatorio Turístico de Córdoba

<http://www.turismodecordoba.org/observatorio-turistico.cfm>

Observatorio Turístico de Granada

<http://www.turgranada.es/observatorio-turistico/observatorio-turistico.php>

Observatorio Turístico de Cádiz

<http://www.patronatoturismocadiz.com/patronatoTurismo/opencms/observatorioTuristico/>

Observatorio Turístico de Sevilla

http://www.dipusevilla.es/conoce_diputacion/presidencia/unidad_de_analisis_y_prospeccion/observatorio.html

Observatorio Turístico de la Costa del Sol

<http://www.webmalaga.com/turismo/estudios/observatorio/>

Observatorio Turístico del Ayuntamiento de Málaga

http://www.malagaturismo.com/opencms/opencms/turismo/jsp/zonaprofesional/observ_turis.jsp?opc=3&id_idioma=1

Observatorio Turístico de la Provincia de Jaén

http://www.dipujaen.es/conoce-diputacion/areas-organismos-empresas/areaH/turismo/observatorio_turistico_jaen.html

Observatorio Turístico de la Costa de Almería

<http://www.almeria-turismo.org/Servicios/Informacion/Informacion.nsf/referencia/Patronato+Provincial+de+Turismo+Turismo+B-PPT-OT>

Turismo 2.0. Comunidad online del Sector Turístico

<http://www.turismo20.com/>

TESIS

Tesis

UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA

Fuentes Moraleda, Laura

Modelo de análisis de los destinos turísticos [Texto impreso]: interpretación de los recursos tangibles, intangibles y del capital intelectual / Laura Fuentes Moraleda ; director, Manuel Figuerola Palomo

553 p. : tablas, gráf. ; 30 cm

Incluye anexos: p. 464-553

Resumen de autor y descriptores extraídos de la base de datos Teseo

Tesis. Defendida en 2009, Universidad de Antonio de Nebrija. Departamento de Turismo

Biblioteca Universidad de Nebrija. Sala de Investigación

Nuere Salgado, Leire

El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector turístico [Texto impreso]: el caso concreto de la comercialización del producto hotelero español / tesis doctoral presentada por Leire Nuere Salgado; dirigida por Águeda Esteban Talaya

515 p. ; 30 cm + 1 disco (CD-ROM)

Universidad de Antonio de Nebrija. Biblioteca Universitaria. Sala de Investigación.

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Silva Forjan, M^a del Rosario.

La diferenciación en el sector hotelero español: la relación entre los tipos de diferenciación y competencia, y sus efectos en precios y en beneficios. Dirigida por M^a Isabel Gutiérrez Calderón, Manuel Becerra Baigorri. Leída en la Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de Economía de la Empresa, año 2010.

http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/9141/1/rosario_silva_frojan.pdf

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Barrero Pérez, Jacinto.

Un modelo estratégico de Comunicación para el turismo rural español. Madrid: Universidad Complutense, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Leída: 24/10/2002.

<http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26178.pdf>

Valenzuela Fernández, Leslier Maureen.

La gestión del valor de la cartera de clientes y su efecto en el valor global de la empresa: diseño de un modelo explicativo como una herramienta para la toma de decisiones estratégicas de marketing / Leslier Maureen Valenzuela Fernández; dirigida por: Jesús García de Madariaga Miranda, María Francisca Blasco López. Leída en la Universidad Complutense de Madrid (España) en 2007

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=17546&orden=0&info=link>

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Arcas de los Reyes, Antonio.

La calidad en los destinos turísticos: el caso de la ciudad de Jerez. Leía en: Universidad de Cádiz, Departamento de Economía, 2007.

UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

San Martín Gutierrez, Héctor

Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción[Recurso electrónico]: adopción de un enfoque integrador / doctorando, Héctor San Martín Gutiérrez; director, Ignacio A. Rodríguez del Bosque Rodríguez.-- Santander: Universidad de Cantabria, 2006.

374 p.

Precede al tit.: Universidad de Cantabria, Departamento de Administración de Empresas.

Tesis Univ. Cantabria.

D.L. SA. 837-2006

ISBN 84-690-2680-1

<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10588/HSMtesis.pdf>

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Celaya Pomposo, Ángel María.

Un enfoque estratégico para el turismo en Córdoba. Dirigida por Carmen bustos Lambert y Francisco Amador Hidalgo. Leía en la Universidad de Córdoba, Departamento de Gestión Empresarial y Métodos Cuantitativos en 2005.

Biblioteca General de la Universidad de Córdoba. Campus de Rabanales

UNIVERSIDAD DE GRANADA

Albacete Sáez, Carlos Antonio.

Influencia de las prácticas de gestión de la calidad sobre la gestión del conocimiento y la innovación en los servicios: el caso de las empresas hoteleras. Dirigida por M^a Mar

Fuentes Fuentes, Francisco Javier Llorens Montes; leída en la Universidad de Granada, Departamento de Organización de Empresas en 2010.

<http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/5565/1/18787769.pdf>

Polo Peña, Ana Isabel.

La orientación al mercado en el sector de turismo rural: efectos en los resultados de la actividad empresarial y en el valor percibido por el mercado. Dirigida por Dolores M^a Frías Jamilena. Leída en la Universidad de Granada, Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados en 2010.

<http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/13893/1/18804159.pdf>

UNIVERSIDAD DE HUELVA

Martínez López, Antonio Manuel.

La innovación en el sector turístico español. Factores determinantes del nivel de innovación en el sector hotelero español bajo el enfoque del proceso de dirección estratégica. Universidad de Huelva, 2009
439 p. ; 28 cm.

Universidad de Huelva. Biblioteca Universitaria

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIAS

Alonso Ferreras, Víctor Hugo.

Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito. ISBN 978-84-694-5467-1
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. 2009

http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/5515/2/0628686_00000_0000.pdf

Artiles Ramírez, M^a del Pino.

Análisis y utilidad de un SGID (Sistema de Gestión Integral del Destino) como herramienta para la competitividad de un destino turístico. Propuestas para la sensibilización de los diferentes agentes turísticos implicados. Universidad de las Palmas de Gran Canaria, 2010.

http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/4863/2/0621539_00000_0000.pdf

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Díaz Luque, Pablo.

Metodología para la presencia de las zonas turísticas españolas en Internet. Directores de la Tesis: Antonio Jesús Guevara Plaza, Pedro Raya Mellado. Leída en la Universidad de Málaga en 2006

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=21957&orden=280559&info=link>

Garrido Moreno, Aurora.

La gestión de relaciones con clientes (CRM) como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis; Dirigida por Antonio Padilla Meléndez. Leída en la Universidad de Málaga en 2008. 443 p.

En la presente tesis analizamos el concepto de CRM (Gestión de Relaciones con Clientes) como estrategia de negocio, profundizando en sus fundamentos teóricos y proponiendo un modelo de éxito para su implementación, que fue validado en el sector hotelero español. Mediante el estudio empírico, que abarcó una muestra de 311 hoteles, analizamos el grado de implementación del CRM en el sector y utilizando una metodología de ecuaciones estructurales, contrastamos el modelo de éxito planteado. Como principal resultado, destaca el papel fundamental que ejercen las variables organizativas como antecedentes del éxito del CRM.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=24232&orden=331287&info=link>

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Giráldez Puig, M^a del Pilar

Mecanismos de control en el sector hotelero andaluz / M^a del Pilar Giráldez Puig; directores, Manuel Ángel Martín López, Antonio Ruiz Jiménez-- Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2008

251 p. ; 24 cm-- (Tesis doctorales ; 9)

Tesis de la Universidad de Sevilla

Bibliogr.: p. 233-251

ISBN 978-84-691-0602-0

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/29637.pdf>

UNIVERSIDAD DES ILLES BALLEARS

Sard Bauza, María.

El mercado de los tour operadores; implicaciones de un análisis de los precios de los paquetes turísticos para el turismo alemán y británico en Baleares. Universitat des Illes Balears, 2006

Universitat des Illes Balears. Biblioteca del Edificio Ramón Llul.

Schmidt, Serje.

Evaluación de los sitios web de los hoteles e implicaciones para la gestión del marketing Hotelero / Serje Schmidt; dirigida por Antoni Serra Cantallops, Cristiane Pizzutti Sant, leída en la Universitat de les Illes Balears en 2006

<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/9422/tss1de1.pdf?sequence=1>

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA**Cabrera Méndez, Margarita.**

Análisis para el desarrollo de un proyecto de aplicación de las nuevas tecnologías de la información a la comercialización y difusión turística. Un proyecto real: www.comunidadvalenciana.com / Margarita Cabrera Méndez; dirigida por María Nuria Lloret Romero, Adolfo Muñoz García. Leída en la Universidad Politécnica de Valencia en 2004.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=18162&orden=0&info=link>

UNIVERSIDAD RAMÓN LLUL**Santomá, Ricard**

Aspectos de la gestión en la calidad de servicio [Recurso electrónico]: una aplicación del "concept mapping" al caso de las cadenas hoteleras en España / Ricard Santomá Vicens-- Datos
289 p.

Documento disponible en formato pdf

Determinación y priorización de cuáles son los aspectos de gestión que llevarán a una cadena hotelera a mejorar su calidad de servicio. Para desarrollar el trabajo, se han considerado las opiniones de un grupo de expertos directivos hoteleros y los resultados de una encuesta que se ha realizado a las cadenas hoteleras en España.

2107 0034808

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Centro de Documentación y Publicaciones
http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/9316/tesis_santoma.pdf?sequence=1