

LICKORISH, Leonard J. Y Carson JENKINS

Una introducción al turismo. -- Madrid : Síntesis, 2000. 286 p. ; 23 cm

**SIGN.: 2224**

## Índice

### Prólogo a la edición española

### Prefacio

### Capítulo 1. Naturaleza y características de la industria turística

- 1.1. Problemas de definición
- 1.2. Cambios en la industria
- 1.3. El papel de los gobiernos
- 1.4. El turismo global
- 1.5. Factores de la oferta

### Capítulo 2. El desarrollo del turismo. La historia

- 2.1. Los inicios del turismo. Las cuatro etapas
  - 2.1.1. *Los primeros días*
  - 2.1.2. *La era del ferrocarril*
  - 2.1.3. *Entreguerras*
  - 2.1.4. *Los viajes en masa*
- 2.2. Europa: la primera región turística del mundo
  - 2.2.1. *Impacto de las inversiones*
  - 2.2.2. *Consecuencias de la segmentación*
  - 2.2.3. *Cambios en la organización gubernamental e industrial*
  - 2.2.4. *Época de cambios*

### Capítulo 3. La medición del turismo

- 3.1. Definiciones
- 3.2. Modalidades de turismo
- 3.3. Unidades básicas de turismo
  - 3.3.1. *Visitante*
  - 3.3.2. *Entorno habitual de una persona*
  - 3.3.3. *Residencia habitual* 3.3A. *Residente de un país*
  - 3.3.5. *Residente de un lugar*
  - 3.3.6. *Nacionalidad*
  - 3.3.7. *Visitantes según las formas de turismo*
- 3.4. Usos y necesidades de los usuarios
- 3.5. Métodos estadísticos
  - 3.5.1. *Visitas de un día*
- 3.6. Métodos alternativos

### 3.7. Fuentes de datos

## **Capítulo 4. Factores de la demanda turística**

- 4.1. Turismo interno e internacional
- 4.2. Determinantes económicos de la demanda
  - 4.2.1. *Viajeros de ocio*
  - 4.2.2. *Viajeros de negocios*
- 4.3. Factores de la oferta
- 4.4. Determinantes no económicos de la demanda
  - 4.4.1. *Factores estructurales*
  - 4.4.2. *Factores motivacionales*

## **Capítulo 5. Los impactos económicos del turismo**

- 5.1. Impactos económicos internacionales
- 5.2. Balanza de pagos
- 5.3. El turismo y los ingresos por divisas
  - 5.3.1. *Análisis multiplicador*
  - 5.3.2. *Fugas*
- 5.4. Contribución a los ingresos del estado
- 5.5. Empleo y renta
  - 5.5.1. *Medición del empleo*
  - 5.5.2. *Tipos de trabajos*
  - 5.5.3. *Generación de renta*
- 5.6. Desarrollo regional

## **Capítulo 6. Aspectos sociales y culturales del turismo**

- 6.1. Impactos sobre el comportamiento y los valores sociales
- 6.2. Impactos culturales
- 6.3. Identificación de los impactos socioculturales
- 6.4. Una estrategia de gestión para los impactos sociales y culturales

## **Capítulo 7. Turismo y medio ambiente**

- 7.1. Tipos de impactos medioambientales
  - 7.1.1. *Impactos negativos*
  - 7.1.2. *Impactos positivos*
- 7.2. El proceso de planificación medioambiental
  - 7.2.1. *Establecimiento de los objetivos del desarrollo turístico*
  - 7.2.2. *Encuesta sobre la situación existente*
  - 7.2.3. *Análisis o síntesis*
  - 7.2.4. *Formulación del plan*
  - 7.2.5. *Recomendaciones*
  - 7.2.6. *Implementación*
- 7.3. Capacidad de carga de la zona objeto de la planificación
- 7.4. Algunas estrategias y principios de planificación medioambiental
- 7.5. Diseño arquitectónico
- 7.6. Planificación medioambiental de las atracciones turísticas
- 7.7. Evaluación del impacto medioambiental

### 7.7.1. *Listado de impacto medioambiental*

## **Capítulo 8. Las empresas turísticas**

### 8.1. El gasto turístico

### 8.2. Empresas primarias

#### 8.2.1. *Transporte*

#### 8.2.2. *Agencias de viajes*

#### 8.2.3. *Alojamiento y restauración*

#### 8.2.4. *Atracciones turísticas y actividades de recreo en destino*

## **Capítulo 9. Marketing**

### 9.1. Definición

### 9.2. El concepto de marketing

### 9.3. El turismo como fuerza de demanda y el producto turístico

### 9.4. La planificación de marketing

### 9.5. Planificación estratégica y táctica

### 9.6. Estudio de mercado

### 9.7. Determinantes de la demanda

#### 9.7.2. *Los determinantes de la oferta*

#### 9.7.2. *Factores externos*

#### 9.7.3. *Precio*

#### 9.7.4. *Segmentación y motivación*

#### 9.7.5. *Motivaciones turísticas*

### 9.8. Análisis de fortalezas y debilidades del producto

### 9.9. El plan de acción

#### 9.9.1. *Ajuste producto/mercado*

### 9.10. Campañas de marketing

#### 9.10.1. *El marketing mix y las campañas de marketing*

#### 9.10.2. *Distribución*

#### 9.10.3. *Servicios post-venta*

#### 9.10.4. *Presupuesto*

## **Capítulo 10. Política, planificación y desarrollo turístico**

### 10.1. Objetivos turísticos

### 10.2. Política turística

#### 10.2.1. *La evaluación de la política turística*

### 10.3. Planificación turística

#### 10.3.1. *Análisis de la demanda*

#### 10.3.2. *Análisis de la oferta*

#### 10.3.3. *Previsión de la demanda*

#### 10.3.4. *Presupuesto y financiación del plan*

#### 10.3.5. *Implementación*

#### 10.3.6. *Seguimiento*

#### 10.3.7. *Evaluación*

### 10.4. Sostenibilidad

## **Capítulo 11. El papel del gobierno**

- 11.1. Definiciones del papel del turismo
- 11.2. Áreas de intervención del estado
  - 11.2.1. *Estrategia*
  - 11.2.2. *Formas de organización estatal*
  - 11.2.3. *Principales funciones del estado*
- 11.3. Las tareas de la autoridad pública en el destino
- 11.4. Políticas turísticas
  - 11.4.1. *El caso de la Unión Europea*
  - 11.4.2. *El caso de Suiza*
- 11.5. Organizaciones turísticas locales y regionales
- 11.6. Organizaciones internacionales
  - 11.6.1. *Naciones Unidas*
  - 11.6.2. *Organización Mundial del Turismo*
  - 11.6.3. *Organizaciones internacionales no gubernamentales*
- 11.7. Organizaciones regionales internacionales
  - 11.7.1. *La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)*
  - 11.7.2. *Organizaciones regionales no gubernamentales*

## **Capítulo 12. El turismo en los países en vías de desarrollo**

- 12.1. Desarrollo y crecimiento económicos
- 12.2. Los países en vías de desarrollo: definición y características
- 12.3. El turismo en el desarrollo

## **Capítulo 13. El turismo por regiones del mundo**

- 13.1. Europa
- 13.2. Las Américas
- 13.3. Oriente Medio
- 13.4. Asia Meridional
- 13.5. Asia Oriental y el Pacífico
- 13.6. África

## **Capítulo 14. Tendencias futuras**

- 14.1. Proyectando desde el pasado y el presente
- 14.2. Agentes del cambio
  - 14.2.1. *Determinantes de la demanda*
  - 14.2.2. *Aspecto social*
  - 14.2.3. *Tecnología y oferta*
  - 14.2.4. *Filosofías políticas y el papel del gobierno*
  - 14.2.5. *Aspectos económicos*

## **Bibliografía**