

URIEL, Ezequiel (dir).
El sector turístico en España. [Alicante] : Caja de Ahorros del Mediterráneo, 2001

SIGN.: 2686

ÍNDICE

PRÓLOGO

I. PANORÁMICA DEL TURISMO EN ESPAÑA

I.1. La evolución del turismo en perspectiva histórica

I. 1.1. Los años cincuenta

I.1.2. Los años sesenta

I. 7.3. Los años setenta

I.1.4. Los años ochenta

I. 7.5. Los años noventa

I.2. La relevancia económica del turismo en España

I.3. Los retos del turismo en España

II. DELIMITACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO E INSTRUMENTOS PARA SU ANÁLISIS

II.1. Singularidades del turismo

II.2. Unidades de turismo

II.3. Delimitación de las actividades turísticas

II.4. Las tablas *input-output* y las cuentas satélite del turismo

II.4.1. Las tablas input-output de la economía turística

II. 4.2. La tabla intersectorial de la economía turística TIOT-92

II.4.3. Las cuentas satélite

II.4.4. Las cuentas satélite del turismo (CST)

II.5. Estadísticas del sector turístico

II.5.1. Estadísticas del INE

II.5.2. Estadísticas de la Secretaría General del Turismo

II.5.3. Estadísticas del Banco de España

II.6. Fuentes estadísticas regionales

III. LA DEMANDA TURÍSTICA

III.1. Cuestiones básicas

III.2. El turismo en España: panorama global

III.3. El turismo internacional en España

III.3.1. La evolución del número de turistas y de los ingresos por turismo

III.3.2. Caracterización de los turistas

III.3.3. Análisis de la estacionalidad

III.3.4. Proyecciones de la demanda de turismo receptor

- III.4. El turismo nacional
 - III.4.1. Características de/ turismo nacional*
 - III.4.2. Flujos de origen-destino*
- III.5. Demanda de alojamientos hoteleros
 - III.5.1. Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros*
 - III.5.2. Distribución espacial de la demanda*
 - III.5.3. Análisis de la estacionalidad*
 - III.5.4. Previsión de la demanda de alojamientos hoteleros*

IV. LA OFERTA TURÍSTICA

- IV. 1. Visión general de la oferta turística española
- IV.2. Alojamiento: hoteles, campings y apartamentos. Localización espacial, estacionalidad de la oferta y diferenciación de producto.
 - IV.2.1. Alojamientos hoteleros*
 - IV.2.2. Acampamentos turísticos o campings*
 - IV.2.3. Apartamentos turísticos*
- IV.3. Otros recursos turísticos y nuevas modalidades de oferta
 - IV.3.1. Empresas de restauración*
 - IV.3.2. Servicios de intermediación: agencias de viajes*
 - IV.3.3. Otros recursos turísticos: medios de transporte*
 - IV.3.4. Nuevas modalidades de oferta*

Anexo

V. LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

- V.1. Análisis económico-financiero de las empresas turísticas
- V.2. Análisis estructural del sector hotelero
 - V.2.1. Fundamentos teóricos del análisis empresarial del sector turístico*
 - V.2.2. Análisis de la dotación de recursos y capacidades en el sector hotelero*
- V.3. La financiación de las empresas en el sector turístico
- V.4. Las nuevas tecnologías y los sistemas de información
 - V4. 1. Desarrollo de los Sistemas Computerizados de Reservas (CRS) en turismo*
 - V.4.2. Situación de la industria de los CRS en España*
- V.5. El papel de la formación en el sector turístico
- V.6. Internacionalización y comercialización en el sector turístico
- V.7. Estrategias empresariales de las empresas turísticas
 - V.7.1. Condicionantes estratégicos derivados del entorno turístico mundial*
 - V.7.2. Condicionantes estratégicos derivados del entorno turístico mediterráneo internacional*
 - V.7.3. Condicionantes estratégicos derivados del entorno turístico del sector hotelero mundial*
 - VI 7.4. Respuestas estratégicas de las empresas turísticas a los condicionantes del entorno*

VI. COMPETITIVIDAD Y PRECIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

- VI.1. Información requerida para el análisis de precios
 - VI.2. ¿Es inflacionista el sector turístico? Análisis de la evolución de los precios
 - VI.2.1. *La estructura de las ponderaciones*
 - VI.2.2. *Metodología de recogida de información*
 - VI.2.3. *Análisis de la evolución de los índices de precios de consumo sobre turismo*
 - VI.3. Cambios de calidad y precios. El enfoque de los precios hedónicos
 - VI.3.1. *Elaboración de índices de precios hedónicos*
 - VI.4. Rentas de localización turística a nivel regional. Aplicación del enfoque hedónico
 - VI.5. Competitividad entre España y otros países de la cuenca mediterránea
- Anexo

VII. TURISMO Y CRECIMIENTO

- VII.1. El turismo, el PIB y el empleo. Contribución del turismo al crecimiento económico
 - VII.1.1. *El turismo, el PIB y el empleo: un análisis basado en el ciclo económico*
 - VII.1.2. *La contribución del turismo al crecimiento económico*
- VII.2. Crecimiento del sector turístico y crecimiento económico regional
 - VII.2.1. *El turismo y el crecimiento económico regional: un análisis shift-share*
 - VII.2.2. *El turismo y el ciclo económico regional*
- VII.3. El turismo como motor de crecimiento económico: relación con otros sectores de actividad y efectos sobre la distribución de la renta
 - VII.3.1. *Aplicación del modelo abierto de Leontief a la TIOT-91*
 - VII.3.2. *Obtención de multiplicadores turísticos por medio de la MCS-90*
 - VII.3.3. *Análisis de los efectos del turismo por medio de un modelo de equilibrio general aplicado*
- VII.4. Turismo y medio ambiente. Sostenibilidad del crecimiento turístico

VIII. Conclusiones y Perspectivas

Referencias Bibliográficas