



*Escuela Universitaria de Turismo de Cartagena*

*UPCT*



# Guía docente de la asignatura: ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

**Titulación: GRADUADO EN TURISMO POR LA UPCT**

**Curso: 1º**

# Guía Docente

## 1. Datos de la asignatura

Nombre	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO				
Módulo	FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO				
Código	503101004				
Titulación	GRADO EN TURISMO				
Plan de estudios	2010				
Centro	ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO CARTAGENA				
Tipo	OBLIGATORIA				
Periodo lectivo	PRIMER CUATRIMESTRE			Curso	PRIMERO
Idioma	CASTELLANO				
ECTS	6	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	150
Horario clases teoría		Miércoles: 12,15 - 14,15 Viernes: 11,15-12,15		Aula	31
Horario clases prácticas		Viernes: 12,15-13,15		Lugar	Aula

## 2. Datos del profesorado

<b>Profesor responsable</b>	JOSÉ SOLANA IBÁÑEZ
<b>Departamento</b>	ECONOMÍA Y EMPRESA
<b>Área de conocimiento</b>	ECONOMÍA APLICADA
<b>Correo electrónico</b>	jose.solana@upct.es
<b>Horario de atención / Tutorías</b>	Miércoles 11,15-12,15
<b>Ubicación durante las tutorías</b>	Despacho 43, 4ª planta

<b>Perfil docente e investigador</b>	<p>Docencia durante el período 1995-2010 en las áreas de economía aplicada; métodos cuantitativos para la economía; economía financiera; contabilidad.</p> <p>Doctor en economía desde el año 2003. Investigación en técnicas de evaluación de eficiencia técnica de unidades productivas. Áreas de investigación: economía aplicada e investigación operativa.</p>
--------------------------------------	---

### 3. Descripción de la asignatura

#### 3.1. Presentación

El objetivo general de la asignatura es proporcionar al alumno los conocimientos teóricos necesarios para la comprensión y análisis del turismo desde la óptica de la Economía Aplicada, enmarcándolo como actividad económica de relevancia mundial y considerando la necesidad de un enfoque multidisciplinar, así como entender las relaciones entre los agentes económicos que participan: empresas, destinos, clientes, administraciones públicas y organismos internacionales.

Como asignatura de introducción al estudio del turismo como ciencia, mediante el empleo de diversas fuentes de información se aportan los conocimientos de base y avanzados que permiten al alumno familiarizarse con los conceptos básicos necesarios para establecer las relaciones entre los diferentes factores que influyen e integran la estructura económica del turismo: definiciones, historia, política, flujos turísticos, y analizar la demanda y oferta del mercado turístico, sus componentes, formas de intervención en el mismo, y tendencias a nivel nacional e internacional.

#### 3.2. Ubicación en el plan de estudios

Esta asignatura se destina a los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo, impartándose en el primer cuatrimestre. Su pertenencia al módulo de fundamentos aconseja una ubicación en los primeros cursos. Dado su carácter de presentación y asimilación de conceptos básicos imprescindibles en turismo, así como de los instrumentos de análisis, fuentes de información o principales instituciones turísticas nacionales e internacionales, su ubicación en el primer cuatrimestre es esencial e inevitable.

#### 3.3. Descripción de la asignatura. Adecuación al perfil profesional

Aunque se trata de una asignatura del bloque de fundamentos, en ella se trabajan herramientas útiles en el ejercicio profesional como buscar, manejar e interpretar información sobre la evolución y tendencias en los mercados turísticos. El alumno desarrolla la capacidad de analizar el mercado teniendo en cuenta las interrelaciones que se producen entre sus elementos, un aspecto fundamental en el ejercicio profesional de cara a la toma de decisiones en puestos de responsabilidad.

El alumno adquiere conocimientos instrumentales de dirección y desarrollo de proyectos turísticos, aptitudes para la toma de decisiones fundamentadas y menos intuitivas. La materia permite un conocimiento riguroso de los elementos que condicionan los destinos, genera aptitudes para interpretar y resolver problemas. El conocimiento adquirido facilitará la capacidad para la creación de productos.

#### 3.4. Relación con otras asignaturas. Prerrequisitos y recomendaciones

La asignatura juega un papel protagonista para la adecuada comprensión de las interrelaciones que surgen entre las distintas asignaturas sobre tipologías de empresas turísticas, desarrollo de destinos turísticos, legislación, gestión, e importancia y evolución de la intermediación turística. El carácter multidisciplinar del Turismo exige capacidad para enfrentarse al fenómeno desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista académico como de la práctica. La gestión en el Turismo es un asunto principal y esta materia es la primera a la que el alumno se enfrenta en el Grado y sirve de base para afrontar la preparación del resto de asignaturas. Desde el punto de vista instrumental en especial en la fase de recolección de información y datos, se relaciona con las asignaturas de Estadística Aplicada al turismo, de segundo curso, e Investigación Social del Mercado Turístico, de cuarto curso. Desde el punto de vista conceptual y práctico, permite avanzar en el conocimiento de conceptos, metodologías, realidades y tendencias relacionadas con los mercados turísticos que después de desarrollan en profundidad en otras asignaturas. En este sentido, guarda una estrecha

relación con las asignaturas de fundamentos de primer curso, y de gestión y organización de los restantes. Concretamente, con Economía de la Empresa e Introducción a la Economía, de primer curso, Gestión de Entidades de Intermediación, de segundo curso, Dirección de Establecimientos Hoteleros, de cuarto curso, en especial Análisis del Entorno Económico de la Empresa Turística.

No existen requisitos mínimos previos pero se recomienda un uso avanzado de Internet y un uso básico de Word, Excel y PowerPoint. Conviene que el estudiante conozca los principios fundamentales de la Teoría Económica y maneje vocabulario económico básico.

## 4. Competencias

### 4.1. Competencias específicas de la asignatura

- A. Comprender los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- B. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- C. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
- D. Reconocer los principales agentes turísticos.
- E. Analizar la dimensión económica del turismo.
- I. Analizar los impactos generados por el turismo.
- J. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- M. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- N. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.
- O. Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

### 4.2. Competencias genéricas / transversales

#### COMPETENCIAS INSTRUMENTALES

- ☒ G01 Capacidad de análisis y síntesis
- ☒ G02 Capacidad de organización y planificación
- ☒ G03 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- ☐ G04 Conocimiento de una lengua extranjera
- ☐ G05 Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- ☒ G06 Capacidad de gestión de la información
- ☒ G07 Resolución de problemas
- ☐ G08 Toma de decisiones
- ☐ G09 Razonamiento crítico

#### COMPETENCIAS PERSONALES

- ☒ G10 Trabajo en equipo
- ☐ G11 Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
- ☐ G12 Trabajo en un contexto internacional
- ☒ G13 Habilidades en las relaciones interpersonales
- ☐ G14 Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad
- ☒ G15 Compromiso ético
- ☒ G16 Aprendizaje autónomo
- ☐ G17 Adaptación a nuevas situaciones
- ☐ G18 Tratamiento de conflictos y negociación
- ☒ G19 Sensibilidad hacia temas medioambientales

#### COMPETENCIAS SISTÉMICAS

- ☐ G20 Creatividad e innovación
- ☐ G21 Liderazgo
- ☐ G22 Iniciativa y espíritu emprendedor
- ☐ G23 Motivación por la calidad

### 4.3. Objetivos generales / competencias específicas del título

- Facilitar el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto del turismo.
- Ofrecer una formación básica de carácter superior que permita la especialización técnica y de gestión directiva de empresas e instituciones turísticas.
- Plantear unos conocimientos de alto alcance, de carácter universitario que den respuesta a las necesidades de formación superior en relación con cuestiones sociales, humanísticas, científicas y técnicas.
- Atender a las necesidades específicas de la titulación acerca del conocimiento de habilidades y técnicas de trabajo en lo referente a planificación turística.

#### **4.4. Resultados esperados del aprendizaje**

- 4.4.1. Interpretar los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- 4.4.2. Inferir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- 4.4.3. Reconocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
- 4.4.4. Clasificar los principales agentes turísticos.
- 4.4.5. Explicar la dimensión económica del turismo.
- 4.4.6. Diferenciar los impactos generados por el turismo.
- 4.4.7. Describir el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- 4.4.8. Explicar un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- 4.4.9. Formular los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.
- 4.4.10. Reconocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

## 5. Contenidos

### 5.1. Contenidos según el plan de estudios

Conocer los fundamentos de la estructura y organización del sector turístico. Entender el turismo como un conjunto de relaciones. Concienciar sobre las dimensiones específicas del turismo internacional, nacional y regional. Poner de relieve la potencialidad y debilidades del turismo internacional, nacional y regional. Conocer el marco normativo turístico donde se desarrolla la actividad turística pública y privada. Conocimiento de los grandes proyectos turísticos integrados y la distribución espacial del turismo. Relaciones del turismo con la economía y la política.

### 5.2. Programa de teoría

#### UNIDAD DIDÁCTICA I: FUNDAMENTOS DEL TURISMO

**TEMA 1: Introducción: Conceptos y Definiciones**

**TEMA 2: Historia del Turismo Mundial**

**TEMA 3: Evolución del Turismo en España**

#### UNIDAD DIDÁCTICA II: OFERTA TURÍSTICA. LOS AGENTES TURÍSTICOS

**TEMA 4: Agentes Turísticos**

#### UNIDAD DIDÁCTICA III: ORGANIZACIÓN DEL TURISMO MUNDIAL

**TEMA 5: Principales Instituciones del Turismo**

**TEMA 6: Organización del Turismo Mundial**

**TEMA 7: Organización del Turismo en España**

#### UNIDAD DIDÁCTICA IV: SECTOR PÚBLICO, RECURSOS Y MERCADO

**TEMA 8: La Administración Turística**

**TEMA 9: Recursos y Medio Ambiente**

**TEMA 10: Demanda y Oferta Turísticas**

### 5.3. Programa de prácticas

- Obligatoria: realización de un Proyecto de Análisis de Mercado de un Destino o un Producto Turístico: se definirán grupos de trabajo compuestos por 4-5 alumnos. El trabajo incluirá un análisis del entorno general y específico, evaluación del producto turístico y su demanda, política turística e infraestructuras y propuestas innovadoras para el desarrollo del producto. Dicho proyecto deberá irse realizando a medida que se van explicando los temas en clase a lo largo del curso. Los grupos deberán entregar un informe escrito según el documento de formato que se proporcionará, y presentar su proyecto durante la última semana lectiva.
- Obligatoria: realización de dos pruebas tipo test de seguimiento y evaluación de los contenidos teóricos de la asignatura.
- Casos prácticos, lecturas y debates



## 6. Metodología docente

6.1. Actividades formativas			
Actividad	Trabajo del profesor	Trabajo del estudiante	ECTS
Clases expositivas	Exposición del contenido teórico de cada tema mediante presentación en powerpoint y explicación de los aspectos más relevantes. Se usará el aprendizaje cooperativo.	<u>Presencial</u> : Toma de apuntes complementarios a la información disponible en la presentación que se pondrá a disposición del alumno. Planteamiento de dudas y reflexiones a nivel individual o de grupo.	0,9
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia	0,9
Clases Teórico-Prácticas	Análisis, diagnóstico y comentarios de la actividad turística en los diversos medios de comunicación escrita y multimedia, exposiciones orales y presentaciones multimedia.	<u>Presencial</u> : Desarrollo de competencias sobre búsqueda y análisis de información en las distintas fuentes disponibles.	0,32
		<u>No presencial</u> : Lectura del material de prácticas complementario a disposición del alumno sobre el análisis estadístico de datos mediante procesadores de hoja de cálculo	0,16
Clases Prácticas:	Coloquios sobre empresas y competencias turísticas. Discusión de aspectos generales del caso práctico y realización de las pruebas prácticas programadas.	<u>Presencial</u> : Participar activamente en los temas a tratar.	0,06
		<u>No presencial</u> : Ampliar la información sobre los temas analizados	0,06
Trabajo autónomo del alumno	Resolución de casos y problemas, trabajos grupales y estudio	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas generales	0,18
		<u>No presencial</u> : Control y orientación por grupos de trabajo.	3
Tutorías individualizadas	Seguimiento a título individual sobre cuestiones relativas al aprendizaje. Revisión de exámenes y pruebas prácticas.	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas	0,03
		<u>No presencial</u> : Resolución de dudas por email. Estudio	0,03
Evaluaciones	Se realizarán dos pruebas tipo test en el horario de prácticas según la programación de actividades.	<u>Presencial</u> : Resolución de las pruebas test y fomento de la autoevaluación	0,36
		<u>No presencial</u> :	0
			6

## 7. Evaluación

### 7.1. Técnicas de evaluación

Instrumentos	Realización / criterios	Peso	Competencias genéricas (4.2) evaluadas	Resultados (4.4) evaluados
Trabajo en grupo	Es obligatoria la evaluación positiva del trabajo en grupo para superar asignatura. Para ello es también obligatoria la asistencia a un porcentaje no inferior al 80% de todas las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas.	25%	G01, G02, G03, G06, G10, G13, G15, G16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Pruebas prácticas	Se evaluará el aprendizaje y trabajo regular del alumno acerca de los contenidos específicos teóricos mediante la realización de dos pruebas tipo test según la programación de actividades preestablecida.	10%	G02, G06, G07, G16	1, 2, 3, 4, 5
Participación Proactiva	Para el adecuado cumplimiento de los criterios de evaluación es obligatoria la asistencia a un porcentaje no inferior al 80% de todas las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas, así como de mantener un interés y participación proactiva.	5%	G13, G15, G16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Examen Teórico	Es obligatoria la evaluación positiva en el examen de evaluación final de los contenidos teórico-prácticos abordados	60%	G01, G02, G03, G06, G07, G15, G16	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10

### 7.2. Mecanismos de control y seguimiento

- Control regular de asistencia
- Realización de dos pruebas prácticas tipo test de control de conocimientos
- Asistencia a tutorías en el horario establecido y publicado en el tablón de anuncios
- Aula virtual
- Correo electrónico

### 7.3. Resultados esperados / actividades formativas / evaluación de los resultados (opcional)

Resultados esperados del aprendizaje (4.4)	Clases de teoría	Clases ejercicios	Prácticas instrumentos	Evaluación formativa	Trabajo de campo	Prueba teoría	Prueba ejercicios	Prueba oral	Trabajo en grupo	Ejercicios propuestos	Evaluación formativa
4.4.1. Interpretar los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.2. Inferir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.	25%	15%	5%	15%	40%	25%	15%	5%	15%	40%	25%
4.4.3. Reconocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.4. Clasificar los principales agentes turísticos.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.5. Explicar la dimensión económica del turismo.	40%	10%	10%	20%	20%	40%	10%	10%	20%	20%	40%
4.4.6. Diferenciar los impactos generados por el turismo.	20%	10%	20%	20%	30%	20%	10%	20%	20%	30%	20%
4.4.7. Describir el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.	35%	10%	20%	10%	15%	35%	10%	20%	10%	15%	35%
4.4.8. Explicar un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.	20%	10%	20%	20%	30%	20%	10%	20%	20%	30%	20%
4.4.9. Formular los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.	25%	15%	5%	15%	40%	25%	15%	5%	15%	40%	25%
4.4.10. Reconocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.	35%	10%	10%	20%	25%	35%	10%	10%	20%	25%	35%

		ACTIVIDADES PRESENCIALES														ACTIVIDADES NO PRESENCIALES										
		Convencionales					No convencionales																			
Semana	Temas o actividades (visita, examen parcial, etc.)	Clases teoría	Clases problemas	Aula informática			TOTAL CONVENCIONALES	Trabajo cooperativo	Tutorías	Seminarios	Visitas	Evaluación formativa	Evaluación	Exposición de trabajos			TOTAL NO CONVENCIONALES	Estudio	Trabajos / informes individuales	Trabajos / informes en grupo				TOTAL NO PRESENCIALES	TOTAL HORAS	ENTREGABLES
1	Tema 1	4					4	1,5	0,5								2	3	1					4	10	
2	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1					4	10	
3	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1					4	10	
4	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1					4	10	
5	Tema 4	3	1				4	1	0,8			0,2					2	3	1					4	10	
6	Tema 4 y grupos	3	1				4	1	0,8			0,2					2	2	1	1				4	10	
7	Tema 5	3	1				4	1	0,5			0,5					2	2	1	1				4	10	
8	Tema 5	3	1				4	1	0,5			0,5					2	2	1	1				4	10	
9	Tema 6 y Prueba 1	2	2				4	0,3	0,5			0,2	1				2	2	1	1				4	10	22 a 26 Nov
10	Tema 6	3	1				4	1	0,5			0,5					2	1	1	2				4	10	
11	Tema 7	3	1				4	1	0,5			0,5					2	1	1	2				4	10	
12	Tema 8	3	1				4	1	0,5			0,5					2	1	1	2				4	10	
13	Tema 9 y Prueba 2	3	1				4	1	1								2	1	1	2				4	10	
14	Tema 10	2	2				4	0,3	0,5			0,2	1				2	1	1	2				4	10	Antes navidad
15	Trabajos grupo						0							4			4	0,5	0,5	3				4	8	Última semana
Periodo de exámenes																										
Otros																										
TOTAL HORAS		44	16				60	16	9,1			3,3	2				30	42	17	1				60	150	

- A la finalización del tema 4 se definirán los grupos de trabajo y la metodología del informe del trabajo grupal a realizar.
- La prueba 1 tendrá lugar la semana del 22 a 26 de noviembre durante la clase del viernes (día 26) y se evaluarán los Temas 1 a 5.
- Al inicio del tema 7 cada grupo presentará un informe parcial sobre el desarrollo del trabajo de grupo.
- La semana antes de navidad se realizará la prueba número 2 y se evaluarán los conocimientos de los 8 primeros temas de la asignatura.
- La última semana se dedicará a la entrega de informes finales y exposición de los trabajos de grupo en clase.

## 9. Recursos y bibliografía

### 9.1. Bibliografía básica

- AECIT. La actividad turística española en 2004. 1.<sup>a</sup> edición, 2005, N° de páginas 686, ISBN: 848004733X
- BAYÓN MARINÉ, HIGINIO et al. *50 años del turismo español: Un análisis histórico y estructural*. 1.<sup>a</sup> Edición. Madrid: Editorial Centro Ramón Areces, S.A., 1999, ISBN: 9788480043724
- BULL, Adrian. *La economía del sector turístico*. Madrid : Alianza Editorial, 1994. ISBN 84-206-6812-5
- HERNANDEZ, José Ángel, *El turismo de masas. Evolución y Perspectivas*, 1.<sup>a</sup> Ed., Síntesis. ISBN: 8497565916
- MONTANER MONTEJANO, Jordi. *Estructura del mercado turístico*. 2.<sup>a</sup> Ed., Síntesis, 2001. 397 p. ISBN 84-7738-130-5.
- MORENO GARRIDO, Ana. *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid: Editorial Síntesis. 2007. ISBN: 8497565096
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Introducción al Turismo*. OMT. Madrid.
- PEDREÑO MUÑOZ, Andrés et al. *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 1996, Biblioteca Civitas Economía y Empresa. Economía. ISBN 84-470-0787-1
- RIVAS GARCÍA, J. *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Oviedo: 7.<sup>a</sup> Ed. Editorial Septem, 2009. SBN: 9788496491656
- SAEZ, A. MARTÍN, P. y PULIDO, J. I. *Estructura económica del turismo*. 1.<sup>a</sup> Ed. Madrid: Editorial Síntesis, 2006. ISBN: 8497564081
- TORRES BERNIER, Enrique. *Estructura de mercados turísticos*. 1.<sup>a</sup> Ed. Barcelona: Editorial UOC. 2006. ISBN: 9788497884563

### 9.2. Bibliografía complementaria

- HERNANDEZ ARMAND, Enrique, VOGELER RUIZ, Carlos. *El mercado turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción*, 1.<sup>a</sup> Ed. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 2000. ISBN: 9788480044356
- AUTORES VARIOS. *Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión más humana*. Congreso UNIJES. Serie Turismo. 2007. ISBN: 978-84-9830-096-3
- SÁEZ CALA, Antonia. *Impacto de la innovación y el cambio tecnológico en el sector hotelero en destinos urbanos emergentes*. Madrid: Editorial Ramón Areces, 2009
- VELLAS, François. *Economía y política del turismo internacional*. Madrid: Editorial Síntesis. 2006. ISBN: 8497561929

### 9.3. Recursos en red y otros recursos

Agrupación de Uniones Nacionales de Agencias y Organizaciones de Viajes de la Unión Europea. [www.ectaa.org](http://www.ectaa.org)

Asociación de la Industria de los Viajes y Turismo de E.U. [www.Tia.org](http://www.Tia.org)

Asociación Internacional de compañías aéreas IATA. [www.iata.org](http://www.iata.org)

Asociación Internacional de Ecoturismo. [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)

Asociación Internacional de expertos científicos en turismo. AIEST. [www.aiest.org](http://www.aiest.org)

Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes IHRA. [www.ih-ra.com](http://www.ih-ra.com)

Asociación Internacional de transportistas aéreos IACA. [www.iaca.be](http://www.iaca.be)

Asociación Mundial para la formación profesional turística AMFORT. [www.amfort.es](http://www.amfort.es). [Biblio.net](http://Biblio.net)

Asociación de Viajes de Asia-Pacífico. [www.pata.org](http://www.pata.org)

Confederación de Asociaciones Nacionales de Hostelería del área económica europea. [www.hotrec.org](http://www.hotrec.org)

Confederación de Turismo de América Latina. [www.cotal.org](http://www.cotal.org)

Consejo Mundial de los viajes y del turismo. WTTC. [www.wttc.org](http://www.wttc.org)  
European Travel Comission. [www.etc-corporate.org](http://www.etc-corporate.org)  
Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes. [www.uftaa.com](http://www.uftaa.com)  
Organización Internacional de Aviación Civil. [www.icao.int](http://www.icao.int)  
Organización Mundial del Turismo. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)  
Información turística Comunidad Hosteltur. <https://comunidad.hosteltur.com>  
Instituto de Estudios Turísticos. [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)  
Instituto Nacional de Estadística. [www.ine.es](http://www.ine.es)  
Revista Hosteltur. [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)  
Boletín Turístico. [www.boletín-turístico.com](http://www.boletín-turístico.com)  
Consultoría hotelera internacional HVS. [www.hvsinternational.com](http://www.hvsinternational.com)  
Eturbonews. La voz de la industria turística. [www.eturbonews.com](http://www.eturbonews.com)  
Hotel on line. [www.hotelonline.com](http://www.hotelonline.com)  
Hotels. La revista de la industria hotelera mundial. [www.hotelsmag.com](http://www.hotelsmag.com)  
Travel and Hospitality industry digest. [www.e-tid.com](http://www.e-tid.com)  
Travel Trade. [www.traveltrade.com](http://www.traveltrade.com)  
Travel trade report weekly. [www.ttreport.com](http://www.ttreport.com)  
Mesa del Turismo. <http://www.mesadelturismo.com/>