

1- 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, de Maria Sard Bauzà. Primera edición, 2009.

El proceso de comercialización de los destinos turísticos de sol y playa del Mediterráneo ha dependido tradicionalmente de los tour operadores. Estos intermediarios turísticos han seguido una estrategia de producto basada en la combinación de diversos servicios y/o productos turísticos tales como el alojamiento, el transporte, los traslados en el destino, etc. para producir paquetes turísticos que engloban en un único precio todos estos servicios contratados de antemano. Esta dependencia de los destinos hacia los tour operadores plantea la necesidad de analizar el comportamiento de mercado de estos macro organizadores de viajes.

En esta investigación se trata de profundizar en el comportamiento de los tour operadores a través del análisis de los precios y las características de los paquetes turísticos que figuran en los catálogos de los tour operadores alemanes y británico para un destino turístico típico de sol y playa como son las Islas Baleares.