

CENTRO: 151 - Facultad de Economía, Empresa y Turismo

TITULACIÓN: 4007 - Grado en Economía

ASIGNATURA: 40742 - ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO

CÓDIGO UNESCO: **TIPO:** Optativa **CURSO:** 4 **SEMESTRE:** 2º semestre

CRÉDITOS ECTS: 6 **Especificar créditos de cada lengua:** **ESPAÑOL:** 6 **INGLÉS:** 0

SUMMARY

REQUISITOS PREVIOS

Teoría económica (Microeconomía y Macroeconomía Intermedia); Matemáticas Avanzadas; Econometría Intermedia.

Datos identificativos del profesorado que la imparte.

Plan de Enseñanza (Plan de trabajo del profesorado)

Contribución de la asignatura al perfil profesional:

- Conocimiento y capacidad para aplicar las herramientas y técnicas de análisis económico al estudio del turismo.
- Conocimientos sobre el funcionamiento aplicado de los mercados turísticos.
- Capacidad para analizar críticamente elementos del funcionamiento de los mercados turísticos.
- Capacidad para redactar informes sobre el funcionamiento de los mercados

Competencias que tiene asignadas:

COMPETENCIAS NUCLEARES

CN1: Comunicarse de forma adecuada y respetuosa con diferentes audiencias (clientes, colaboradores, promotores, agentes sociales, etc.), utilizando los soportes y vías de comunicación más apropiados (especialmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación) de modo que pueda llegar a comprender los intereses, necesidades y preocupaciones de las personas y organizaciones, así como expresar claramente el sentido de la misión que tiene encomendada y la forma en que puede contribuir, con sus competencias y conocimientos profesionales, a la satisfacción de esos intereses, necesidades y preocupaciones.

CN2: Cooperar con otras personas y organizaciones en la realización eficaz de funciones y tareas propias de su perfil profesional, desarrollando una actitud reflexiva sobre sus propias competencias y conocimientos profesionales, y una actitud comprensiva y empática hacia las competencias y conocimientos de otros profesionales.

CN3: Contribuir a la mejora continua de su profesión, así como de las organizaciones en las que desarrolla sus prácticas a través de la participación activa en procesos de investigación, desarrollo e innovación.

CN4: Comprometerse activamente en el desarrollo de prácticas profesionales respetuosas con los derechos humanos, así como con las normas éticas propias de su ámbito profesional para generar confianza en los beneficiarios de su profesión y obtener la legitimidad y la autoridad que la sociedad le reconoce.

CN5: Participar activamente en la integración multicultural que favorezca el pleno desarrollo humano, la convivencia y la justicia social.

COMPETENCIAS GENERALES DEL GRADO EN ECONOMÍA

CG1: Usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.

CG3: Aplicar al análisis de los problemas, criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.

CG4: Comunicarse con fluidez en su entorno y trabajar en equipo.

CG5: Analizar los problemas con razonamiento crítico, sin prejuicios, con precisión y rigor.

CG6: Defender un punto de vista, mostrando y apreciando las bases de otros puntos de vista discrepantes.

CG7: Capacidad de síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL GRADO EN ECONOMÍA

CE1: Contribuir a la buena gestión de la asignación de recursos tanto en el ámbito privado como en el público.

CE2: Identificar y anticipar problemas económicos relevantes en relación con la asignación de recursos en general, tanto en el ámbito privado como en el público.

CE3: Aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad económica.

CE4: Evaluar consecuencias de distintas alternativas de acción y seleccionar las mejores, dados los objetivos.

CE7: Integrarse en la gestión empresarial.

CE9: Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.

CE12: Contextualizar los problemas económicos mediante la utilización de modelos formales, sabiendo incorporar a los modelos básicos extensiones o variaciones en los supuestos de partida que respeten las hipótesis básicas establecidas y siendo conscientes de su potencialidad y de sus limitaciones.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

[CEA1] Conocimiento de la relevancia del fenómeno turístico en España y Canarias.

[CEA2] Capacidad de análisis de la demanda y el gasto turístico.

[CEA3] Conocimiento de la organización de los mercados turísticos.

[CEA4] Capacidad para entender la regulación e intervención en los mercados turísticos.

[CEA5] Capacidad para entender la interrelación entre el turismo y el medio ambiente.

Objetivos:

El curso de Economía del Turismo tiene como objetivo principal el uso de los instrumentos de análisis económico en el sector turístico. Se trata de un sector de alto crecimiento mundial, que presenta aspectos específicos y diferenciados con respecto a otros sectores económicos. Los temas que conforman la asignatura presentarán los modelos económicos aplicados al sector turístico, los cuales dotarán al alumno/a de los instrumentos teóricos y empíricos necesarios para analizar con profundidad la industria turística. Por tanto, la asignatura combina elementos básicos de teoría económica, como los modelos del consumidor y de las diversas estructuras de mercado, con métodos cuantitativos como el análisis input-output y la econometría. La presentación de los modelos ayudará al alumno a desarrollar su capacidad para afrontar los problemas económicos

sectoriales. La selección de los temas incluidos en el programa responde a las áreas de investigación más desarrolladas en el sector turístico utilizando las técnicas de análisis económico. Así, se tratarán la demanda turística, las diversas estructuras de mercado, las relaciones intersectoriales, los efectos medioambientales, los costes y beneficios del desarrollo del sector, y las políticas sectoriales. El carácter cuatrimestral de la asignatura impedirá una completa profundización en cada uno de estos temas, que el alumno/a podrá afrontar acudiendo a las referencias facilitadas, o por medio de cursos posteriores. Las sesiones incluirán presentaciones de los temas, y discusión de los mismos por parte de los alumnos/as. Se intentará fomentar la discusión de los métodos para el análisis del sector turístico, de forma que el alumno/a desarrolle la capacidad de crítica e innovación.

Contenidos:

Tema 1. Introducción

- 1.1.- Introducción
- 1.2.- Concepto y definición del turismo.
- 1.3.- Recursos turísticos.
- 1.4.- Agentes turísticos.
- 1.5.- Mercados turísticos.
- 1.6.- Oferta y demanda
- 1.7.- Estadísticas de turismo.

Tema 2. Análisis de la demanda turística

- 2.1.- Introducción: objetivos y relevancia del estudio de la demanda.
- 2.1.- Modelos de demanda turística.
 - 2.1.1.- Conceptualización teórica del problema del consumidor.
 - 2.1.2.- Funciones de gasto.
- 2.2.- Modelos de elección del consumidor
 - 2.2.1.- Modelos de características del producto.
 - 2.2.2.- Modelos de utilidad aleatoria.
- 2.3.- Sistemas de gasto turístico
 - 2.3.1.- Teoría
 - 2.3.2.- Sistema lineal de gasto.
 - 2.3.3.- Sistema casi ideal de demanda.
 - 2.3.4.- Sistema translog.
 - 2.3.5.- Otros sistemas.
- 2.4.- Estimaciones empíricas y resultados.
- 2.5.- Modelos de predicción.
 - 2.5.1.- El problema y las ventajas de la predicción.
 - 2.5.2.- Modelos gravitacionales.
 - 2.5.3.- Modelos econométricos.
 - 2.5.4.- Otros métodos alternativos.

Tema 3. La estructura del mercado turístico

- 3.1.- Introducción al mercado turístico
 - 3.1.1.- Segmentación y estructura.
 - 3.1.2.- Industria local e industria internacional.
- 3.2.- Estructura, comportamiento, resultados: El concepto de poder de mercado
- 3.3.- Los costes de la empresa turística.
- 3.4.- Comportamiento y resultados en la estructura monopolística
 - 3.4.1.- Una empresa en la oferta.
 - 3.4.2.- Una empresa en la demanda.
 - 3.4.3.- Resultados del monopolio bilateral.
- 3.5.- Estructuras oligopolísticas.
 - 3.5.1.- Oligopolio y ciclo de vida del producto turístico.
 - 3.5.2.- Competencia de productos y competencia de precios.

3.5.3.- Competencia a través de la calidad.

3.5.4.- Concentración vertical y horizontal.

3.5.5.- Formación de carteles.

Tema 4. Análisis de bienestar del turismo: Costes y beneficios.

4.1.-Introducción.

4.2.- Conceptos de análisis coste-beneficio.

4.2.1.- Excedente del productor

4.2.2.- Excedente del consumidor

4.2.3.- Eficiencia asignativa y distributiva

4.3.- Evaluación de los efectos económicos del desarrollo turístico.

4.4.- Análisis de los costes y beneficios privados y sociales del turismo.

4.5.- Casos de estudio.

Tema 5. La interacción entre el turismo y la economía

6.1.- Introducción

6.2.- Las actividades turísticas en el conjunto de la economía.

6.3.- Modelos de multiplicadores:

6.3.1.- Modelo input-output turístico.

6.3.2.- Multiplicadores de gasto y empleo

6.4.- Resultados empíricos.

Tema 6. La interacción entre el turismo y el medio ambiente

6.1.- Introducción

6.2.- Efectos del turismo en el medio-ambiente

6.3.- Clases y consecuencias de las externalidades en el turismo

6.4.- Concepto de desarrollo turístico sostenible.

6.5.- Medición de la renta turística sostenible

6.6.- Capacidad de carga de las regiones turísticas

6.7.- Valoración de los efectos medioambientales del turismo.

6.7.1.- Método del coste del viaje.

6.7.2.- Método de los precios hedónicos.

6.7.4.- Métodos de no mercado

6.7.5.- Otros métodos empíricos

6.7.6.- Evidencia.

.8.- El ecoturismo, los valores naturales, y el turismo rural.

6.9.- Principios de la gestión sostenible de las áreas protegidas y espacios naturales.

Tema 7. Las políticas económicas para el sector turístico.

7.1.- Introducción.

7.2.- Objetivos e instrumentos de las políticas económicas.

7.3.- Planificación del desarrollo turístico

7.4.- Eficiencia y eficacia de las políticas

7.5.- Regulación versus incentivos

7.6.- Análisis de políticas

7.6.1.- Los efectos de los impuestos

7.6.2.- Incentivos a la inversión

7.6.3.- La calidad y la especialización

7.6.4.- Políticas medioambientales

7.6.5.- La regulación y la liberalización

7.6.6.- Políticas de promoción

7.7.- La practica de la política turística en la UE.

Metodología:

- Clase magistral.
- Resolución de problemas y casos.
- Prácticas de aula.
- Prácticas de campo.
- Trabajos individuales o en grupo, supervisados por el profesor.
- Exposición oral del alumno.
- Virtual (actividades a través de plataformas virtuales, sitios web, etc.)
- Tutorías.

Criterios y fuentes para la evaluación:

- Examen.
- Trabajos.
- Participación.

Sistemas de evaluación:

La evaluación se realizará mediante examen escrito, consistente en cinco a diez preguntas de razonamiento conceptual y analítico. Se valorará, con un porcentaje máximo de un 50% sobre la nota final, la resolución de problemas prácticos por parte de los alumnos, así como la realización de un trabajo de investigación que verse sobre el uso de herramientas económicas para el tratamiento de un problema del sector turístico y la participación en clase también se valorarán. El alumno que lo desee podrá examinarse de manera oral de la asignatura, sustituyendo así el examen escrito.

Criterios de calificación:

El sistema de calificación en la convocatoria ordinaria, con la ponderación sobre la nota final, será el siguiente:

- a) Examen teórico-práctico (oral o escrito): 50%
- b) Actividades de Evaluación Continua: 50%

Aquellos alumnos que hagan un trabajo de la asignatura de calidad excepcional (a juicio de un comité de profesores del área) y lo exponga públicamente demostrando el conocimiento de la asignatura y las herramientas estudiadas podrá sustituir la calificación del examen final por la de dicho trabajo.

En el resto de convocatorias la calificación final consistirá únicamente en la realización un examen final de la misma.

Plan de Aprendizaje (Plan de trabajo de cada estudiante)

Tareas y actividades que realizará según distintos contextos profesionales (científico, profesional, institucional, social)

Dentro de las competencias establecidas para la asignatura y para el Grado, las tareas a realizar por los alumnos se podrán aplicar a la mayoría de los contextos profesionales sobre los que los se enfoca la actividad profesional de un economista ya sea en el ámbito científico, empresarial o de la administración pública.

Temporalización semanal de tareas y actividades (distribución de tiempos en distintas actividades y en presencialidad - no presencialidad)

TEMPORALIZACION TENTATIVA

SEMANA 1

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 1

Sesiones de práctica (1 hora): Tema 1.

NO PRESENCIAL: (0 horas)

SEMANA 2

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 2

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 1.

NO PRESENCIAL: (5 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 3

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 2.

Sesiones de práctica (1 hora): Prácticas 2 y 3.

NO PRESENCIAL: (3 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 4

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 2 y Tema 3.

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 4.

NO PRESENCIAL: (4 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 5

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 3.

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 5.

NO PRESENCIAL: (4 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 6

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 4

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 6.

NO PRESENCIAL: (8 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 7

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 4

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 7.

NO PRESENCIAL: (3 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 8

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 5.

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 8.

NO PRESENCIAL: (3 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 9

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 6.

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 9.

NO PRESENCIAL: (3 horas)

Resolución de casos prácticos y/o ejercicios.

SEMANA 10

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 6

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 10.

NO PRESENCIAL: (8 horas)

SEMANA 11

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 7

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 11.

NO PRESENCIAL: (10 horas)

SEMANA 12

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 7 y Tema 8

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 12.

NO PRESENCIAL: (10 horas)

SEMANA 13

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 8

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 13.

NO PRESENCIAL: (10 horas)

SEMANA 14

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Tema 8

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 14.

NO PRESENCIAL: (10 horas)

SEMANA 15

PRESENCIAL: (4 horas)

Sesiones de teoría (3 horas): Defensa de Trabajos

Sesiones de práctica (1 hora): Práctica 15.

NO PRESENCIAL: (9 horas)

Recursos que tendrá que utilizar adecuadamente en cada uno de los contextos profesionales.

Para todos los contextos profesionales:

- Manual recomendado de la asignatura.
- Bases de Datos del Sector.
- Artículos de investigación publicados en revistas de impacto (disponibles vía google scholar desde cualquier ordenador de la ULPGC)

Resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar al finalizar las distintas tareas.

Al finalizar el curso el alumno debería estar en disposición de analizar situaciones concretas en el sector turístico de manera que permita a distintos agentes obtener sus objetivos puede ayudar a cambiar el comportamiento de los agentes y aumentar el bienestar social. También deberías empresariales o de destino según el caso. Ha de ser capaz de predecir el impacto de las distintas intervenciones en función de las distintas estructuras de mercado existentes y del comportamiento de los consumidores en dicho mercado.

Plan Tutorial

Atención presencial individualizada (incluir las acciones dirigidas a estudiantes en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria)

El Profesor pone a disposición del alumno 6 horas semanales de tipo presencial, para consultas que se deseen plantear sobre el contenido de la asignatura.

Atención presencial a grupos de trabajo

Al igual que para la atención personalizada, cabe la posibilidad de realizar tutorías grupales, preferiblemente previo aviso en este caso (para la localización de un aula adaptada a esta circunstancia).

Atención telefónica

El estudiante puede contactar telefónicamente con el profesor de la asignatura para resolver dudas puntuales durante el horario de tutorías.

Atención virtual (on-line)

El estudiante puede contactar con el profesor de la asignatura vía email para resolver dudas puntuales, que serán resueltas durante el horario de tutorías.

Bibliografía

[1 Básico] La economía del sector turístico /

*Adrian Bull ; versión española de Begoña Arregui Luco ; revisión técnica, María Luisa Serrano Martínez. Alianza,, Madrid : (1994)
8420668125*

[2 Básico] INTRODUCCIÓN a la economía del turismo en España /

*Andrés Pedreño
Muñoz (director) ; Vicente M. Monfort Mir (coordinador).
Civitas,, Madrid : (1996)*

[3 Recomendado] Economía del ocio y el turismo /

John Tribe.

Síntesis,, Madrid : (2000)

8477387834