UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

GUÍA DOCENTE *CURSO: 2021/22*

40742 - ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO

CENTRO: *151 - Facultad de Economia, 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

This course on the Economic Analysis of Tourism includes four parts:

(i) economic analysis of tourism supply, focusing on spatial correlation and spatial econometrics,
(ii) forecasting tourism demand, using structural time series methods to anticipate future arrivals and estimate the effects of certain events,
(iii) analysis of tourism demand, focusing on the determinants of destination choice and length of stay, and
(iv) economic impact of tourism, using macroeconomic tools such as Input-Output analysis and Tourism Satellite Accounts.

REQUISITOS PREVIOS

Se recomienda haber cursado el primer semestre de cuarto curso, en particular la asignatura de Applied Econometrics, si bien no es requisito estrictamente necesario.

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.
CG2: Leer y comunicarse en el ámbito profesional en inglés.
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.
CE5: Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía (internacional, nacional o regional) o de sectores de la misma.
CE6. Redactar proyectos de gestión económica a nivel internacional, nacional o regional.
CE7: Integrarse en la gestión empresarial.
CE8: Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
CE9: Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.
CE10: Extraer e interpretar información relevante difícil de reconocer por no profesionales de la economía.
CE11: Analizar la realidad económica utilizando el marco teórico que se les presenta, siendo conscientes de su potencialidad y de sus limitaciones.
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 ESPECIFICAS 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:

O1. Identificar las distintas herramientas de análisis económico y cuantitativo que son de aplicación en el análisis económico del turismo.
O2. Integrar el análisis económico con el análisis cuantitativo según sea el caso de estudio.
O3. Adaptar la metodología básica del análisis económico o cuantitativo a los requerimientos del objeto de estudio.
O4. Entender las peculiaridades de la demanda y de la oferta del mercado turístico.
O5. Evaluar la política turística con herramientas de análisis económico.
O6. Identificar elementos de análisis interdisciplinares, especialmente aquellos relacionados con el transporte y el medio ambiente.
O7. Elaboración de informes técnicos de análisis económico del turismo.

Contenidos:

Los contenidos del curso son:

- Economía y Turismo. Relevancia del fenómeno turístico en España y Canarias
- Análisis de la oferta y demanda turística. Sistemas de gasto turístico.
- Organización de los mercados turísticos
- Regulación e intervención en los mercados turísticos. Análisis del bienestar y turismo.
- Turismo y medio ambiente.

Estos contenidos se organizan en los siguientes temas:

Tema 1: Análisis de la oferta turística
1.1 Introducción al análisis económico del turismo

1.2 Análisis espacial de la oferta turística
Práctica 1 (P1). Introducción a Geoda
P2. La distribución espacial de los hoteles en Canarias

1.3 Herramientas de SIG: Unión espacial
P3. La distribución espacial de Airbnb en Canarias

1.4 Correlación espacial univariante y bivariante
P5. ¿Se solapa Airbnb con los hoteles incumbentes?

1.5 Modelos de oferta con econometría espacial
P6. ¿Compiten o se complementan los atractivos turísticos de un destino?
P7. El efecto atracción y desbordamiento de un atractivo turístico

Tema 2: Predicción de la demanda turística
2.1 Modelos univariantes de serie de tiempo estructural
P8. Introducción a los modelos univariantes de serie de tiempo estructural con Stamp

2.2 Intervenciones
P9: Impacto de la ampliación del aeropuerto de Málaga
P10. Evaluación de la política de subvención de aerolíneas aéreas: El caso de Brasil

P11. Evaluación de la política de subvención de aerolíneas aéreas: El caso de Nueva York

2.3 Modelos con variables explicativas
P12. Predicción de la demanda turística en Uruguay

2.4 Modelos multivariantes de serie de tiempo estructural
P13. Impactos sobre la competencia de la entrada y salida de aerolíneas en Canarias

Tema 3: Análisis de la demanda turística
3.1 Análisis de la demanda del mercado emisor: El análisis en 5 etapas
P14. Introducción a Stata
P15. La decisión de participación en turismo de los europeos: Modelo probit y análisis no paramétrico

3.2 Análisis de la duración de la estancia en destinos
P16. La duración de la estancia en Canarias: Modelos de recuento
P17. La duración de la estancia en Canarias: Modelos de supervivencia

3.3 La elección de destino
P18. Automatización y manejo de bases de datos con Stata
P19. Los determinantes de la elección de destino: Modelos de datos de panel

Tema 4: Impacto económico del turismo
4.1 Análisis del gasto turístico del mercado receptor
P20. Análisis del gasto de los turistas en Canarias
P21. ¿El ahorro en origen de los turistas que viajan en bajo coste, se transfiere al destino?

4.2 Gasto agregado y PIB turístico

4.3 Las Tablas Input-Output
P22. Manejo de Tablas Input-Output en Stata
P23. La Tabla Input-Output de Estados Unidos
P24. La Tabla Input-Output de Canarias

4.4 La Cuenta Satélite de Turismo
P25. La Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía
P26: La Cuenta Satélite de Turismo de Canarias

4.5 Regulación, turismo sostenible y medio ambiente

Metodología:

Las actividades formativas de la asignatura son las siguientes:

1. Clase magistral
La clase magistral consiste en la exposición oral de los principales aspectos teóricos y prácticos del curso. El profesor hará uso de diapositivas y de la pizarra para su exposición.

2. Clases prácticas
En las clases prácticas se aplicará la teoría expuesta en clase. Las prácticas tratarán casos reales y se emplearán también datos reales en la mayoría de los casos. Las clases se llevarán a cabo en el Aula de Informática donde el alumno se familiarizará con diversos paquetes informáticos apropiados a cada metodología.

3. Lecturas o material complementario
Esta asignatura utilizará también el recurso del Campus Virtual, sirviendo éste de medio de comunicación permanente con los alumnos. El profesor aportará material adicional de la asignatura que tendrá carácter obligatorio o voluntario según se indique en el campus virtual.

El material consiste en:
- Artículos de prensa de actualidad que sirven para aplicar y entender la teoría en un marco real.
- Glosario de palabras en inglés, que comprenden palabras básicas de la asignatura que dado su carácter técnico quizás no han estudiado en cursos previos de inglés.
- Datos de interés.
- Vínculos a páginas web de interés.
- Artículos o documentos de investigación en su versión original.

4. Tutorías
El profesor también atenderá a los alumnos en el horario de tutoría que se establezca.

5. No presencialidad
En el caso de que las clases sean no presenciales, se emplearán los medios a distancia disponibles en la ULPGC.

Evaluacion:

Criterios de evaluación

C1. Interpretar correctamente los conceptos y fundamentos del análisis económico del turismo. (O1, O4, O5, O6)
C2. Aplicación práctica de la teoría económica del turismo. (O2, O3, O5, O7)
C3. Realizar informes o trabajos técnicos. (O3, O7)
C4. Participación en clase aportando ideas fundamentadas en la teoría expuesta en clase. (O1, O3, O4, O5, O6, O7)
Sistemas de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA y EXTRAORDINARIA:
a) Mediante evaluación continua voluntaria.
La nota final será el resultado de la nota media de 4 pruebas de evaluación continua con idéntico peso realizadas durante el curso. Tendrán como objetivo el razonamiento y la aplicación de los conceptos.

Prueba 1 (Tipo examen): La prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico del tema 1. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con aplicaciones informáticas.

Prueba 2 (Tipo examen): Al igual que en la anterior, la prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico relacionado con el tema 2. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con aplicaciones informáticas.

Prueba 3 (Tipo examen): Al igual que en la anterior, la prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico relacionado con el tema 3. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con aplicaciones informáticas.

Prueba 4 (Tipo trabajo): El alumno ha de realizar un trabajo práctico relacionado con el tema 4. El trabajo lo asignará el profesor de forma aleatoria.

Si el alumno supera la asignatura por este procedimiento, el peso de la evaluación continua será del 100 %. El alumno puede acudir de forma voluntaria al examen final si desea subir nota en alguna de las 4 partes.

Si el alumno no supera la asignatura por este procedimiento, podrá presentarse a las partes de la asignatura que desee en el examen final. En el caso de presentarse en el examen final a una parte ya presentada durante la evaluación continua, el alumno se entiende que renuncia a dicha calificación y se reemplazará por la que obtenga en el examen final, ya sea inferior o superior. La calificación final resulta del promedio de las 4 partes.

b) Mediante examen final.
Los alumnos que no superen la asignatura mediante la evaluación continua o que no participen en el proceso serán evaluados en un examen único de acuerdo a las convocatorias oficiales. El examen estará dividido de acuerdo a los cuatro temas del curso. Los alumnos podrán examinarse de las partes que no hayan aprobado o de las partes que deseen mejorar su calificación. El resultado obtenido sobrescribe al obtenido en la evaluación continua ya sea con una calificación superior o inferior. El resultado final será una calificación promedio de las cuatro partes del curso, bien con la calificación obtenida en la evaluación continua si esa parte no se examina en el examen final o bien la calificación del examen final.

CONVOCATORIA ESPECIAL:
Mediante examen final exclusivamente.

Los estudiantes que participan en programas de movilidad y que se encuentren en la situación contemplada en el art. 51 del Reglamento de Movilidad de estudios con reconocimiento académico de la ULPGC, esto es, con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico que no hubieran sido superadas en destino o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en las convocatorias extraordinaria o especial optando al 100% de la calificación (art. 26 Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado de la ULPGC).

Siguiendo lo indicado en los artículos 16 y 16 Bis del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje, aquellos alumnos en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria que hayan solicitado, por escrito, ser excluidos de la evaluación continua serán evaluados por un tribunal (art. 12.3 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje), debiendo suponer dicho examen el 100% de la calificación de la asignatura.

En el escenario de no presencialidad, las pruebas, exámenes, trabajos o cualquier otra actividad para evaluar el aprendizaje, se realizarán de forma online a través de los medios disponibles en la ULPGC.
Criterios de calificación
---
a) Mediante evaluación continua
Se realizan 4 pruebas de evaluación continua. Los pesos se detallan a continuación:

Examen (100%): Pruebas 1, 2, 3 y 4

La calificación final es la media de todas las pruebas propuestas. El alumno que no se presenta o suspende alguna prueba puede aprobar si la media final supera el cinco.

Los alumnos pueden acudir al examen final a examinarse de cualquiera de las cuatro partes del examen, para mejorar las calificaciones obtenidas durante la evaluación continua.

Aquellos alumnos que realicen una parte o el total de la evaluación continua y no aprueben tendrán una calificación de -No presentado- en caso de no presentarse al examen final, tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria.

b) Mediante examen final
El examen final consta de cuatro partes. El alumno debe obtener una media de cinco para superar el examen final.

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

Semana 1
1.1 Introducción al análisis económico del turismo
P1. Introducción a ArcGIS y ArcMap
1.2 Análisis de la oferta mediante sistemas de información geográfica (SIG)
P2. La distribución espacial de los hoteles en Canarias

Semana 2
1.3 Herramientas de SIG: Unión espacial
P3. La distribución espacial de Airbnb en Canarias
P4. La distribución espacial de los puntos de interés turísticos de Canarias
1.4 Correlación espacial
P5. ¿Se solapan los hoteles y Airbnb?

Semana 3
1.5 Modelos de econometría espacial
P6. Complementariedad o competencia entre atractivos turísticos de un destino
P7. El efecto de desbordamiento de un atractivo turístico: El caso de Ecuador
Evaluación Continua I

Semana 4
2.1 Modelos univariantes estructurales de series de tiempo
P8. Introducción a los modelos de series de tiempo estructurales
2.2 Intervenciones
P9. La ampliación del aeropuerto de Málaga

Semana 5

P9. La ampliación del aeropuerto de Málaga
P10. Evaluación de la política de subvención aérea: Brasil
P11. Evaluación de la política de subvención aérea: Nueva York

Semana 6
2.3 Modelos con variables explicativas
P12. La demanda de turismo hacia Uruguay
2.4 Modelos multivariantes estructurales de series de tiempo
P13. Evaluando la competencia en el mercado aéreo de Canarias
Evaluación Continua II

Semana 7
3.1 Análisis de la demanda del mercado emisor
P.14 Introducción a Stata
P15. La decisión de participación en turismo de los europeos: Modelos no paramétricos

Semana 8
3.2 Análisis de la duración de la estancia en destinos
P16. La duración de la estancia en Canarias: Modelos de recuento
P17: La duración de la estancia en Canarias: Modelos de supervivencia
P18. Automatización y manejo de bases de datos en Stata

Semana 9
3.3 La elección de destino
P19. Los determinantes de la elección de destino: Modelos de datos de panel
Evaluación Continua III

Semana 10
4.1 Análisis del gasto turístico del mercado receptor
P20: Análisis del gasto de los turistas en Canarias
P21. ¿Cuánto gastan los turistas que viajan en bajo coste en Canarias?

Semana 11
4.2 Gasto agregado y PIB turístico
4.3 Tablas Input-Output
P22. La Tabla Input-Output en Stata
P23. La Tabla Input-Output de Estados Unidos

Semana 12
P24. La Tabla Input-Output de Canarias
4.4 La Cuenta Satélite de Turismo
P25. La Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía
P26. La Cuenta Satélite de Turismo de Canarias

Semana 13
4.5 Regulación, y medio ambiente
Teoría y práctica para la asignación de trabajos
Elaboración de trabajos

Semana 14
Elaboración y presentación de trabajos

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 o informes técnicos relevantes.
- Casos de estudio relevantes.

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

R1. Conocimiento y capacidad para utilizar las herramientas y técnicas de análisis económico al estudio del turismo. (CEA2, CEA3, CEA4, CEA5)
R2. Conocimientos sobre el funcionamiento aplicado de los mercados turísticos. (CEA1, CEA2, CEA3, CEA4)
R3. Capacidad para analizar críticamente elementos del funcionamiento de los mercados turísticos. (CEA3, CEA4)
R4. Capacidad para redactar informes sobre el funcionamiento de los mercados. (CEA1, CEA2, CEA3, CEA4, CEA5)

El resto de competencias (nucleares, generales y específicas de grado) se relacionan de manera transversal con todos los resultados (R1, R2, R3, R4)

Plan Tutorial

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

El profesor de la asignatura destinará 5 horas semanales para la atención individualizada de aquellos alumnos que lo requieran.
De estas 5 horas, 2 horas serán de puertas abiertas y el resto requieren de cita previa. Las tutorías se realizarán en el despacho D2.06. El horario de tutorías figurará en el Campus Virtual y en el tablón de anuncios situado en la puerta del despacho D2.06.

Los estudiantes que se encuentren en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria y hayan renunciado a la evaluación continua en los plazos establecidos al efecto, tienen derecho a un plan de acción tutorial en los términos recogidos en el Plan de Acción Tutorial de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo disponible en la página web de la Facultad en el apartado Estudiantes

Atención presencial a grupos de trabajo

Al igual que para la atención personalizada, cabe la posibilidad de realizar tutorías de grupo, 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.

Datos identificativos del profesorado que la imparte.

Datos identificativos del profesorado que la imparte

Dr./Dra. Juan Luis Eugenio Martín *(COORDINADOR)*

Departamento: *229 - ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO*

Ámbito: *225 - Economía Aplicada*

Área: *225 - Economía Aplicada*

Despacho: *ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO*

Teléfono: *928458205* **Correo Electrónico:** *juanluis.eugenio@ulpgc.es*

Bibliografía

[1 Básico] Tourism economics and policy /

Larry Dwyer, Peter Forsyth and Wayne Dwyer.

Channel View Publications,, Buffalo, N.Y. : (2010)

978-1-84541-151-0

[2 Básico] The economics of tourism destinations /

Norbert Vanhove.

Elsevier Butterworth-Heinemann,, Amsterdam [etc.] : (2011) - (2nd ed.)

978-0-08-096996-1

[3 Recomendado] International handbook on the economics of tourism /

edited by Larry Dwyer, Peter Forsyth.

Edward Elgar,, Cheltenham [etc.] : (2006)

1-84376-104-1

[4 Recomendado] The economics of tourism destinations /

Guido Candela, Paolo Figini.

Springer,, Heidelberg [etc.] : (2012)

978-3-642-20873-7

[5 Recomendado] The economics of tourism /

Mike J. Stabler, Andreas Papatheodorou and M. Thea Sinclair.

Routledge,, London [etc.] : (2009) - (2nd ed.)

978-0-415-45939-6