

Adrian Bull

# La economía del sector turístico

Versión española  
de Begoña Arregui Luco

Revisión técnica:  
María Luisa Serrano Martínez

Alianza  
Editorial

# ÍNDICE GENERAL

<b>Introducción</b> .....	7
La economía del turismo .....	8
Agradecimientos .....	9
<b>1. Los recursos en el sector turístico</b> .....	11
Conceptos generales .....	11
Definiciones operativas en el sector del turismo .....	12
El sector turístico y sus productos .....	13
Los recursos .....	15
Los recursos del sector turístico .....	16
Las combinaciones de recursos .....	18
El control y la retribución por el uso de recursos .....	20
<b>2. Los tipos de turistas</b> .....	23
La importancia de la segmentación .....	23
La segmentación según el motivo del viaje .....	24
La segmentación psicográfica .....	26
La segmentación interactiva .....	28
Los cambios en los tipos de turistas a lo largo del tiempo .....	28
Los tipos de turistas en la actualidad: resumen .....	31
Las necesidades y los impactos de los distintos tipos de turistas .....	31
La duración de la estancia .....	33
La estabilidad de la demanda global y estacional .....	34
La repetición de visitas y los costes de marketing .....	34
Los tipos de turistas y la política económica del destino .....	35
Apéndice A: Definición de los segmentos de mercado y optimización de su valor .....	37
<b>3. La economía de la demanda de turismo</b> .....	41
La naturaleza de la demanda .....	41
Productos y objetivos del demandante de turismo .....	42

5. La oferta de productos del sector turístico .....	105
La decisión de ofertar .....	105
El horizonte temporal en la oferta de turismo .....	107
Funciones e inputs de producción .....	108
Sistemas de programación .....	109
Los costes y la naturaleza general de la oferta en el turismo .....	111
La elasticidad de la oferta .....	114
La oferta inelástica y la renta .....	115
Factores que repercuten en las curvas de oferta .....	115
El transporte aéreo .....	116
Los cruceros .....	120
El alojamiento en hoteles y moteles .....	121
Las atracciones naturales e históricas .....	124
Las agencias de tours por avión .....	126
Los controles sobre la oferta .....	129
Apéndice A: Ejemplo de programación lineal en la configuración de la flota aérea .....	131
Apéndice B: Horarios de cruceros .....	133
6. El equilibrio en el mercado turístico .....	135
La determinación del equilibrio parcial .....	135
Los problemas de la identificación del equilibrio en el turismo ...	136
Factores que causan desplazamientos en el equilibrio .....	137
Efectos de los impuestos en el turismo .....	138
Equilibrio y control de precios .....	140
El racionamiento para distribuir recursos turísticos .....	142
La dinámica del equilibrio en el sector turístico .....	143
La dinámica a largo plazo .....	143
Los ciclos a largo plazo y el turismo en el equilibrio general .....	146
7. El crecimiento del sector turístico y las economías naciona- les .....	149
Introducción .....	149
La economía nacional .....	149
Factores que afectan a la contribución del sector turístico al PIB .	150
Factor 1: La existencia de recursos .....	151
Factor 2: El nivel de conocimientos técnicos .....	151
Factor 3: La estabilidad social y política .....	152
Factor 4: Actitudes y hábitos .....	152
Factor 5: La inversión .....	153
Problemas en la medición de la contribución del sector turístico al PIB .....	153
Comparaciones internacionales del sector turístico en el PIB .....	155
Métodos de medición .....	159

Productos del sector turístico .....	42
Los objetivos del comprador .....	43
Los tipos de variables que influyen y limitan la demanda de turismo .....	45
Niveles de elección en la demanda del sector turístico .....	46
Tipo de turismo requerido .....	47
El destino .....	47
Formas de viaje .....	48
Elección del alojamiento y de las atracciones .....	48
El método de compra .....	50
Las restricciones en la demanda de turismo .....	51
Los efectos de la renta y de los precios .....	53
El efecto de la renta .....	53
Efectos del precio .....	56
Otras variables especiales de la demanda de turismo .....	60
La moda .....	60
La imposición de los gastos turísticos de las empresas .....	60
Las características negativas de los bienes turísticos .....	61
El tiempo libre .....	62
La estacionalidad .....	63
Resumen .....	64
Apéndice A: La función de la disminución de la distancia .....	65
Apéndice B: El modelo de Lancaster aplicado al turismo .....	67
Ejemplo .....	68
<b>4. Las empresas del sector turístico .....</b>	<b>75</b>
Introducción .....	75
Los objetivos de las empresas del sector turístico .....	76
Las estructuras de mercado .....	80
La competencia perfecta y pura .....	80
Los monopolios .....	82
El oligopolio y otros tipos de competencia imperfecta .....	85
Las empresas de transporte .....	89
El alojamiento .....	91
Atracciones y servicios de apoyo .....	93
Los intermediarios .....	94
La integración .....	97
La integración horizontal .....	98
La integración vertical y la complementariedad .....	99
La diversificación .....	100
La concentración .....	101
Apéndice A: El monopolista discriminador y las tarifas aéreas .....	102

Observación directa del gasto .....	159
Observación directa o censo de ingresos .....	160
Encuestas a turistas .....	160
Encuestas en hogares .....	160
Rendimientos de la Banca .....	161
El crecimiento del sector turístico y sus efectos en la economía ..	161
Previsión del valor del turismo .....	163
<b>8. La creación de empleo y de ingresos .....</b>	<b>167</b>
La renta nacional .....	167
La distribución de la renta nacional .....	168
El valor directo del sector turístico para el empleo de factores .	170
El valor directo del turismo nacional .....	170
El valor directo del turismo internacional .....	172
El valor directo del sector turístico en las áreas de origen .....	174
La distribución de los ingresos generados por el turismo .....	175
Ingresos y empleo secundarios. 1: Los multiplicadores del turismo .....	176
Filtraciones .....	178
Multiplicadores de los ingresos del turismo .....	179
El empleo y otros multiplicadores .....	180
La dinámica y los factores que influyen en el valor de los multiplicadores del turismo .....	181
Ingresos y empleo secundarios. 2: El análisis input-output .....	182
Los mercados de trabajo y el empleo .....	185
Intensidad del factor trabajo .....	186
Ocupaciones con salarios bajos .....	186
El empleo a tiempo parcial y eventual .....	188
La estacionalidad .....	188
Resumen: El turismo y la economía .....	189
Apéndice A: Resultados empíricos de los efectos secundarios del gasto en turismo .....	190
<b>9. Los valores sin precio y las externalidades .....</b>	<b>193</b>
Introducción: La economía que está fuera del mercado .....	193
Los valores de los turistas .....	194
La fijación de precios del turismo hedonista .....	197
El valor del tiempo de los turistas .....	197
El valor total de los bienes públicos y no comercializables en el sector turístico .....	199
Valores netos y costes de oportunidad .....	202
La teoría del activo del turismo .....	204
Las externalidades .....	205
Clasificación de las externalidades en el turismo .....	206

Análisis coste-beneficio de los desarrollos del sector turístico .....	208
Optimización del valor social del turismo .....	210
Apéndice A: El valor del coste del viaje para los restaurantes .....	211
<b>10. La balanza de pagos del turismo. La contabilidad exterior del sector turístico .....</b>	<b>213</b>
La terminología de la balanza de pagos .....	213
La ventaja comparativa del turismo .....	214
Estadísticas de los pagos del sector turístico .....	215
Los ingresos y los pagos del sector de viajes .....	216
Los ingresos y los pagos del sector turístico .....	218
Dependencia de la divisa del turismo .....	219
Los efectos del desarrollo del sector turístico .....	221
Políticas para la balanza de pagos del sector turístico .....	223
Apéndice A: Las libertades del espacio aéreo .....	226
<b>11. Las empresas multinacionales en el sector turístico .....</b>	<b>229</b>
Tipos de implicación multinacional .....	229
Propiedad del capital .....	229
Oferta de obligaciones .....	230
Acuerdos de gestión sin inversión .....	230
Teorías de la inversión multinacional .....	231
Teoría de la inversión convencional .....	231
Ventajas de producción .....	231
Ventajas de la explotación monopolista .....	232
Ampliación de la vida de los productos .....	232
Razones de las operaciones multinacionales en el sector turístico .....	233
Las empresas multinacionales en los viajes por avión .....	235
Compañías aéreas con hoteles y otras empresas del sector turístico .....	236
Compañías aéreas con agencias de viaje .....	237
Las empresas multinacionales en agencias de viajes y servicios relacionados con ellas .....	237
Las empresas multinacionales en el alojamiento .....	239
Las empresas multinacionales en la gestión de tours y cruceros .....	240
Efectos sobre las economías de los países receptores .....	242
Control de la estructura y del desarrollo .....	242
Control sobre los mercados y flujos de turistas .....	243
Los precios de los bienes turísticos .....	244
Destino de los pagos .....	245
Técnicas de producción y competencia local .....	247
Efectos en las economías matrices y en los flujos del turismo .....	248

Análisis coste-beneficio de los desarrollos del sector turístico .....	208
Optimización del valor social del turismo .....	210
Apéndice A: El valor del coste del viaje para los restaurantes .....	211
<b>10. La balanza de pagos del turismo. La contabilidad exterior del sector turístico .....</b>	<b>213</b>
La terminología de la balanza de pagos .....	213
La ventaja comparativa del turismo .....	214
Estadísticas de los pagos del sector turístico .....	215
Los ingresos y los pagos del sector de viajes .....	216
Los ingresos y los pagos del sector turístico .....	218
Dependencia de la divisa del turismo .....	219
Los efectos del desarrollo del sector turístico .....	221
Políticas para la balanza de pagos del sector turístico .....	223
Apéndice A: Las libertades del espacio aéreo .....	226
<b>11. Las empresas multinacionales en el sector turístico .....</b>	<b>229</b>
Tipos de implicación multinacional .....	229
Propiedad del capital .....	229
Oferta de obligaciones .....	230
Acuerdos de gestión sin inversión .....	230
Teorías de la inversión multinacional .....	231
Teoría de la inversión convencional .....	231
Ventajas de producción .....	231
Ventajas de la explotación monopolista .....	232
Ampliación de la vida de los productos .....	232
Razones de las operaciones multinacionales en el sector turístico .....	233
Las empresas multinacionales en los viajes por avión .....	235
Compañías aéreas con hoteles y otras empresas del sector turístico .....	236
Compañías aéreas con agencias de viaje .....	237
Las empresas multinacionales en agencias de viajes y servicios relacionados con ellas .....	237
Las empresas multinacionales en el alojamiento .....	239
Las empresas multinacionales en la gestión de tours y cruceros .....	240
Efectos sobre las economías de los países receptores .....	242
Control de la estructura y del desarrollo .....	242
Control sobre los mercados y flujos de turistas .....	243
Los precios de los bienes turísticos .....	244
Destino de los pagos .....	245
Técnicas de producción y competencia local .....	247
Efectos en las economías matrices y en los flujos del turismo .....	248

12. El papel económico del gobierno .....	251
La gestión macroeconómica .....	251
La gestión económica sectorial en el turismo .....	252
Los impuestos del sector turístico .....	253
El gasto público en el sector turístico .....	256
Inversión en infraestructura y mantenimiento .....	257
Facilitación del desarrollo turístico .....	258
El gasto de marketing de las oficinas de turismo .....	260
Políticas de redistribución .....	261
La regulación en el sector turístico .....	263
Los controles económicos sobre los turistas .....	264
La protección al consumidor .....	265
Regulación de los mercados .....	266
El gobierno como oferente y consumidor .....	268
13. La inversión en el sector turístico .....	271
Principios de la inversión .....	271
La inversión en el sector turístico .....	273
Consideraciones especiales sobre la inversión en el sector tu- rístico .....	274
Estudios de viabilidad y modelos de inversión .....	278
Fuentes del capital .....	280
Factores que influyen en los rendimientos y en el futuro del sector turístico .....	281
Los factores a corto plazo .....	281
Las alteraciones estocásticas .....	282
Los factores a largo plazo .....	282
Bibliografía .....	285
Índice de materias .....	295
Índice de nombres .....	305