

Estructura económica *del* turismo

Antonia Sáez Cala
Pablo Martín Urbano
Juan Ignacio Pulido Fernández (coords.)



Índice

Prólogo

15

PARTE I
ASPECTOS GENERALES

Capítulo 1. La actividad turística: conceptos, clasificaciones y fuentes de información	21
<i>Antonia Sáez Cala</i>	

Introducción	21
1.1. Naturaleza y relevancia del turismo	22
1.1.1. <i>Turismo y conceptos afines</i>	22
1.1.2. <i>Dimensiones del turismo</i>	24
1.1.3. <i>Evolución y cambios en la actividad turística</i>	26
1.2. Definiciones y tipos de turismo	29
1.2.1. <i>Definiciones conceptuales y operativas</i>	29
1.2.2. <i>Algunos aspectos económicos del turismo</i>	32
1.2.3. <i>Tipos de turismo</i>	34
1.3. La medición y fuentes estadísticas del turismo	38
1.3.1. <i>El sistema estadístico del turismo: los instrumentos y sus funciones</i>	38
1.3.2. <i>Estadísticas europeas e internacionales de la actividad turística</i>	40
1.3.3. <i>Estadísticas españolas de la actividad turística</i>	42
Resumen	47
Cuestiones de autoevaluación	48
Actividades	48
Selección de textos	49
Bibliografía básica	53

Pablo Martín Urbano

Introducción	55
2.1. Fuentes de información para el análisis del turismo internacional	56
2.1.1. <i>La Organización Mundial del Turismo (OMT)</i>	58
2.1.2. <i>Otros organismos internacionales</i>	59
2.1.3. <i>Organizaciones regionales</i>	60
2.1.4. <i>Organismos y asociaciones internacionales no gubernamentales</i>	61
2.2. Definiciones e instrumentos de análisis del turismo internacional	62
2.3. Los flujos del turismo internacional	65
2.3.1. <i>Evolución</i>	65
2.3.2. <i>Distribución</i>	68
2.3.3. <i>Países emisores</i>	73
2.3.4. <i>Otros datos económicos relacionados con el turismo internacional</i>	76
2.4. Tendencias futuras	77
2.4.1. <i>Amenazas generales</i>	77
2.4.2. <i>Amenazas sectoriales</i>	78
2.4.3. <i>Pronósticos</i>	80
Resumen	81
Cuestiones de autoevaluación	82
Actividades	83
Selección de textos	83
Bibliografía básica	90

PARTE II**IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA****Capítulo 3. Turismo y desarrollo económico****93***Pablo Martín Urbano y Antonia Sáez Cala*

Introducción	93
3.1. La contribución del turismo al desarrollo económico.	
Posibilidades y limitaciones	94
3.1.1. <i>Definición de conceptos: crecimiento y desarrollo económico</i>	94
3.1.2. <i>El turismo como una dimensión estratégica del desarrollo económico</i>	98
3.1.3. <i>Turismo y pobreza</i>	99
3.2. Impactos económicos del turismo	103
3.2.1. <i>Impactos económicos del turismo sobre el territorio</i>	104
3.2.2. <i>Condicionantes del impacto económico del turismo</i>	114

3.3. La balanza de pagos y otros instrumentos de medición de los impactos económicos del turismo	115
3.3.1. <i>La balanza de pagos</i>	116
3.3.2. <i>Otros instrumentos de medición de algunos de los impactos económicos más relevantes del turismo</i>	128
Resumen	135
Cuestiones de autoevaluación	136
Actividades	136
Selección de textos	137
Bibliografía básica	140
Capítulo 4. Turismo, mercado de trabajo e innovación	141
<i>Adela Mariscal Galeano y Manuel Jesús Marchena Gómez</i>	
<hr/>	
Introducción	141
4.1. El capital humano como ventaja competitiva en el sector turístico	142
4.2. El mercado de trabajo en el sector turístico	144
4.2.1. <i>Características del mercado de trabajo turístico</i>	150
4.2.2. <i>Análisis cuantitativo del mercado de trabajo turístico</i>	153
4.2.3. <i>Análisis cualitativo del mercado de trabajo turístico</i>	159
4.3. La innovación tecnológica en el sector turístico. Los condicionantes desde la óptica de la formación	162
Resumen	167
Cuestiones de autoevaluación	168
Actividades	168
Selección de textos	169
Bibliografía básica	175

PARTE III

LA ORGANIZACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS

Capítulo 5. La organización de los mercados turísticos	179
<i>Ana Isabel Viñas Apaolaza y Miguel Atienza Úbeda</i>	

Introducción	179
5.1. Definición de la oferta turística	180
5.1.1. <i>Oferta turística individual y de mercado</i>	180
5.1.2. <i>Cambios en la cantidad ofrecida y cambios en la oferta</i>	181
5.1.3. <i>Análisis detallado de los determinantes de la oferta turística</i>	183
5.1.4. <i>Elasticidad precio de la oferta turística</i>	187

5.2. Elementos y tipologías de la oferta turística (producto turístico)	190
5.2.1. <i>La oferta turística combinada</i>	190
5.2.2. <i>Clasificación de actividades turísticas</i>	192
5.2.3. <i>Tipos de turismo</i>	195
5.2.4. <i>Estrategias para el producto turístico</i>	196
5.3. Evolución de la oferta turística internacional y española	199
5.3.1. <i>La oferta turística europea</i>	199
5.3.2. <i>La oferta turística española</i>	204
Resumen	207
Cuestiones de autoevaluación	208
Actividades	208
Selección de textos	209
Bibliografía básica	216
Capítulo 6. La demanda de servicios turísticos	217
<i>Juan Ignacio Sánchez Gutiérrez</i>	
<hr/>	
Introducción	217
6.1. Definición de la demanda turística	218
6.1.1. <i>Las variaciones estacionales: un rasgo característico en la cuantificación de la demanda turística</i>	219
6.1.2. <i>Un enfoque cualitativo para la estructuración de la demanda turística</i>	220
6.1.3. <i>La diversificación de la demanda turística</i>	221
6.2. Elementos e indicadores de la demanda turística	222
6.2.1. <i>Elementos e indicadores para la cuantificación de la demanda turística</i>	222
6.2.2. <i>La estacionalidad de la demanda turística en los indicadores del sector</i>	225
6.2.3. <i>Elementos cualitativos que caracterizan la demanda turística</i>	227
6.2.4. <i>Las nuevas tecnologías de la información en la demanda de servicios turísticos</i>	235
6.2.5. <i>La diversificación de la demanda turística. Impulso esencial de un cambio en el modelo turístico</i>	237
6.3. Evolución de la demanda turística internacional y española	239
6.3.1. <i>Una comparativa internacional. España, entre los destinos turísticos más demandados del planeta</i>	239
6.3.2. <i>Evolución y situación actual de la demanda turística nacional</i>	242
6.3.3. <i>El agotamiento del modelo turístico español</i>	244
Resumen	248
Cuestiones de autoevaluación	249
<hr/>	

Actividades	249
Selección de textos	251
Bibliografía básica	258
Capítulo 7. El mercado turístico	259
<i>Miguel Atienza Úbeda y Ana Isabel Viñas Apaolaza</i>	
Introducción	259
7.1. La oferta y la demanda en el mercado turístico	260
7.1.1. <i>La oferta turística y la función de producción de las empresas</i>	261
7.1.2. <i>La estructura de los mercados</i>	264
7.1.3. <i>El equilibrio del mercado turístico</i>	268
7.2. Los fallos del mercado en la actividad turística	271
7.2.1. <i>Competencia imperfecta y poder de mercado</i>	272
7.2.2. <i>Bienes diferenciados y bienes públicos</i>	273
7.2.3. <i>Externalidades</i>	275
7.2.4. <i>Información asimétrica</i>	276
7.2.5. <i>Intervención pública en los mercados turísticos</i>	278
7.3. Las externalidades en el turismo: el análisis coste-beneficio	284
7.3.1. <i>Identificación de los costes y beneficios</i>	285
7.3.2. <i>Cuantificación de los costes y beneficios</i>	286
7.3.3. <i>Valoración de los costes y beneficios</i>	287
7.3.4. <i>Cálculo del Valor Actualizado Neto del proyecto</i>	287
Resumen	288
Cuestiones de autoevaluación	289
Actividades	289
Bibliografía básica	290

PARTE IV

COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Capítulo 8. El enfoque empresarial de la competitividad turística	293
<i>Onofre Martorell Cunill y Miguel Salom Moll</i>	
Introducción	293
8.1. Los precios en el sector turístico y la financiación de las empresas turísticas	294
8.1.1. <i>Los precios en el sector turístico</i>	294
8.1.2. <i>La financiación de las empresas turísticas</i>	304

8.2. Los procesos de integración y concentración	305
8.2.1. <i>Integración horizontal</i>	305
8.2.2. <i>Integración vertical</i>	307
8.2.3. <i>Integración diagonal</i>	309
8.2.4. <i>Adquisiciones y fusiones</i>	309
8.2.5. <i>Contrato de franquicia</i>	310
8.2.6. <i>Contrato de management</i>	311
8.3. Competitividad y calidad turística	313
Resumen	318
Cuestiones de autoevaluación	318
Actividades	319
Selección de textos	319
Bibliografía básica	326
Capítulo 9. Turismo y sostenibilidad	327
<i>Juan Ignacio Pulido Fernández y Salvador Palomo Pérez</i>	
<hr/>	
Introducción	327
9.1. La sostenibilidad como nuevo paradigma turístico	328
9.1.1. <i>Concepto y dimensiones de la sostenibilidad. El turismo sostenible</i>	330
9.1.2. <i>La sustituibilidad de los capitales. Sostenibilidad fuerte versus sostenibilidad débil</i>	333
9.2. Los principios generalmente aceptados del turismo sostenible	336
9.2.1. <i>La multidimensionalidad del desarrollo turístico sostenible</i>	337
9.2.2. <i>La perspectiva transversal</i>	339
9.2.3. <i>La noción social de equidad</i>	340
9.2.4. <i>El principio de corresponsabilidad</i>	341
9.2.5. <i>Un enfoque de gestión integrada del ciclo de vida</i>	342
9.2.6. <i>La necesidad de medir la consecución de objetivos: los indicadores de sostenibilidad</i>	344
9.2.7. <i>Por un desarrollo sostenible sostenido</i>	345
9.3. Una visión heterodoxa del paradigma del turismo sostenible	346
9.3.1. <i>El respeto y la protección de los capitales críticos</i>	347
9.3.2. <i>El concepto de capital social local</i>	348
9.3.3. <i>Las nociones ecológicas de resiliencia, capacidad de carga y huella ecológica</i>	349
9.3.4. <i>En busca de la ecoeficiencia</i>	350
9.3.5. <i>El concepto de sistema turístico complejo adaptable</i>	352
9.3.6. <i>La apuesta por la innovación y los recursos del conocimiento</i>	354
9.3.7. <i>La opción del consumidor informado y responsable</i>	355

Resumen	357
Cuestiones de autoevaluación	358
Actividades	358
Selección de textos	359
Bibliografía básica	366

PARTE V
LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPAÑA

Capítulo 10. El modelo turístico español. Déficit, retos y oportunidades	369
<i>Manuel Figuerola Palomo</i>	

Introducción	369
10.1. La estructura del modelo turístico español	370
10.1.1. <i>Consideraciones preliminares</i>	370
10.1.2. <i>Estructura física</i>	373
10.1.3. <i>Estructura del mercado turístico español</i>	379
10.1.4. <i>Estructura económica</i>	379
10.2. La posición competitiva de España respecto a sus principales competidores	384
10.2.1. <i>Determinantes básicos e inmediatos de la competitividad turística</i>	384
10.2.2. <i>Objetivos de la competitividad</i>	389
10.2.3. <i>Exigencia de actuaciones para la mejora de la competitividad</i>	394
10.3. Retos y oportunidades a la luz de los cambios en las formas de consumo turístico	398
10.3.1. <i>Los diez déficit más importantes del turismo español</i>	398
10.3.2. <i>Retos inmediatos del desarrollo turístico en España</i>	402
Resumen	406
Cuestiones de autoevaluación	407
Actividades	408
Selección de textos	408
Bibliografía básica	416

Capítulo 11. La especialización turística regional	419
<i>Fernando Lara de Vicente y Tomás J. López-Guzmán Guzmán</i>	

Introducción	419
11.1. Turismo y crecimiento económico regional	420
11.1.1. <i>Desarrollo regional y cluster turístico</i>	420
11.1.2. <i>Distribución territorial del turismo en España</i>	422

11.2. La concentración espacial y funcional del turismo español.	427
Los archipiélagos y el litoral mediterráneo	427
11.2.1. <i>Los archipiélagos</i>	427
11.2.2. <i>El litoral mediterráneo</i>	431
11.3. Resto de <i>clusters</i> turísticos: las ciudades y la España interior	435
11.3.1. <i>El turismo urbano</i>	435
11.3.2. <i>El turismo rural</i>	439
Resumen	441
Cuestiones de autoevaluación	441
Actividades	442
Selección de textos	442
Bibliografía básica	448
Capítulo 12. La política turística	449
<i>Josep A. Ivars Baidal</i>	
<hr/>	
Introducción	449
12.1. La intervención del Estado en el turismo: justificación de la política turística	450
12.2. La formulación de la política turística: funciones, objetivos e instrumentos	451
12.3. La política turística de la administración central	453
12.3.1. <i>Evolución de la política turística de la administración central</i>	454
12.4. Otros niveles de intervención pública	463
12.4.1. <i>La incidencia de la política turística de la Unión Europea en España</i>	463
12.4.2. <i>La política turística de las Comunidades Autónomas</i>	465
12.4.3. <i>La política turística municipal</i>	472
Resumen	474
Cuestiones de autoevaluación	475
Actividades	475
Selección de textos	476
Bibliografía básica	485
Glosario	487
<hr/>	
Bibliografía	495
<hr/>	