



ECONOMÍA Y TURISMO

Francisco
MOCHÓN
MORCILLO

► Catedrático de Teoría Económica
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de Educación a Distancia

**Mc
Graw
Hill**

MADRID • BUENOS AIRES • CARACAS • GUATEMALA • LISBOA • MÉXICO
NUEVA YORK • PANAMÁ • SAN JUAN • SANTAFÉ DE BOGOTÁ • SANTIAGO • SÃO PAULO
AUCKLAND • HAMBURGO • LONDRES • MILÁN • MONTREAL • NUEVA DELHI • PARÍS
SAN FRANCISCO • SIDNEY • SINGAPUR • ST. LOUIS • TOKIO • TORONTO

LA ECONOMÍA Y EL TURISMO



CONTENIDO

CAPITULO 1 - La economía y el turismo	2
1.1. El objeto de la economía	3
1.1.1. La escasez y la elección	4
1.1.2. Factores productivos	4
1.1.3. Los problemas económicos fundamentales de toda sociedad	6
1.2. La frontera de las posibilidades de producción y el coste de oportunidad	7
1.2.1. El coste de oportunidad	9
1.3. Los agentes económicos y los sectores económicos: el turismo	11
1.3.1. Los sectores económicos y el turismo	11
1.3.2. El turismo	12
1.3.3. Evolución del turismo mundial	12
1.3.4. El turismo en España	14
1.4. Las empresas y el turismo	16
1.5. Las familias y el turismo	19
1.6. El sector público y el turismo	21
1.7. El turismo y los principios fundamentales de la economía	23
1.7.1. El principio del coste de oportunidad: ¿cuál es el coste de oportunidad de una titulación en turismo?	23
1.7.2. El principio marginal: la decisión de abrir un día más un hotel de temporada	24
1.7.3. El principio del valor real del dinero: el poder adquisitivo de mi salario	25
APÉNDICE 1 - Las representaciones gráficas	26
CAPITULO 2 - La demanda turística	36
2.1. La demanda turística	37
2.1.1. Características de la demanda turística	37
2.1.2. La tabla y la curva de demanda turística	38
2.1.3. Los desplazamientos de la curva de demanda turística	42
2.2. La segmentación y la diversidad de la demanda turística	46
2.3. La elasticidad precio de la demanda turística	50
2.3.1. Elasticidad precio de la demanda	51
2.3.2. Elasticidad cruzada de la demanda: bienes complementarios y bienes sustitutos	55
2.4. Elasticidad renta de la demanda turística: bienes normales y bienes de lujo	56
2.5. La elasticidad de la demanda y el ingreso total	58
CAPITULO 3 - La oferta y el mercado turístico	64
3.1. La oferta turística.	65
3.1.1. La curva de oferta turística	67
3.1.2. Desplazamientos de la curva de oferta	68
3.2. Diversidad y complejidad de la oferta turística	69
3.2.1. La oferta turística y los factores de atracción	70
3.2.2. La oferta turística: ¿un enfoque descriptivo o global?	71
3.2.3. La oferta turística en España	72
3.3. Elasticidad precio de la oferta turística	75

3.4. El análisis conjunto de la oferta y la demanda turística	76
3.5. El funcionamiento de la economía de mercado	80
3.5.1. El equilibrio del mercado	80
3.5.2. El mecanismo de mercado y asignación de recursos	81
3.6. Aplicaciones del análisis de la oferta y de la demanda	83

CAPITULO 4 - Las empresas turísticas: producción, costes y beneficios

4.1. La empresa y la figura del empresario	91
4.1.1. El empresario	91
4.1.2. Tipos de empresa según su naturaleza jurídica	92
4.2. La función de producción de un restaurante: el corto y el largo plazo	95
4.2.1. La función de producción y el corto plazo: factores fijos y variables	95
4.2.2. La producción y el largo plazo	99
4.3. Los costes de un restaurante: el corto y el largo plazo	100
4.3.1. Los costes a corto plazo	101
4.3.2. Los costes medios a largo plazo: los rendimientos de escala	104
4.4. Las decisiones de producción de la empresa y la maximización de beneficios	106
4.5. Un enfoque alternativo de la empresa turística: recursos y capacidades, diseño organizativo y estrategia competitiva	109
4.5.1. Los recursos y capacidades en la empresa turística	110
4.5.2. El diseño organizativo de la empresa turística	110
4.5.3. Estrategia competitiva	112

CAPITULO 5 - Los mercados y la empresa turística

5.1. La competencia perfecta	119
5.1.1. Los condicionantes de la competencia perfecta	120
5.1.2. El funcionamiento de los mercados competitivos	120
5.1.3. La empresa competitiva y el nivel óptimo de producción: la curva de oferta	122
5.1.4. La competencia perfecta y los beneficios	124
5.2. La competencia imperfecta	126
5.2.1. Las causas de imperfección en los mercados	127
5.2.2. Los mercados de competencia imperfecta y el turismo	130
5.3. El monopolio	132
5.3.1. El monopolio: funcionamiento y causas explicativas	132
5.3.2. El monopolio y la maximización de los beneficios	133
5.3.3. La discriminación de precios en el monopolio	134
5.3.4. Comparación entre la competencia perfecta, el monopolio y la regulación	135
5.4. El oligopolio	137
5.4.1. La solución colusoria del oligopolio: el cartel	138
5.4.2. Soluciones no colusorias: la rivalidad entre unas pocas empresas	139
5.5. La competencia monopolística y la diferenciación del producto	140
5.5.1. Política de marcas y libertad de entrada y salida	140
5.5.2. El equilibrio en el mercado de competencia monopolística	141

CAPITULO 6 - La retribución de los factores: el mercado de trabajo

6.1. Los mercados de factores y la distribución de la renta	151
6.1.1. La distribución de la renta y los mercados	151
6.1.2. Las empresas turísticas y los cambios en los precios de los factores	152
6.2. La demanda de trabajo	153
6.2.1. La demanda de trabajo	153
6.2.2. El valor del producto marginal del trabajo y la demanda de trabajo de una empresa	154
6.2.3. La demanda de varios factores productivos y el sector turístico	156

6.3. La oferta de trabajo y el equilibrio del mercado	157
6.3.1. La oferta agregada de trabajo	158
6.3.2. La determinación del equilibrio del mercado de trabajo	159
6.3.3. Los sindicatos y la alteración del equilibrio del mercado de trabajo	159
6.3.4. Las diferencias salariales: factores condicionantes	161
6.4. El interés y el capital	162
6.5. La renta de la tierra	166
6.6. La distribución personal de la renta y la política distributiva	167
6.6.1. Los instrumentos de la política distributiva	168
6.6.2. Los impuestos	168
6.6.3. Los gastos de transferencia	168
6.6.4. Intervención directa en el mecanismo de mercado	169

CAPITULO 7 - La intervención del Estado en los mercados

7.1. La eficiencia de los mercados y la intervención del Estado	175
7.2. Los fallos de mercado: las externalidades	177
7.2.1. Las externalidades	178
7.2.2. Las externalidades negativas: la contaminación. El caso de un hotel que vierte las aguas residuales sin depurar al mar ..	180
7.2.3. Instrumentos del Estado para combatir las externalidades	183
7.2.4. Externalidades positivas: el caso de los estudios de licenciatura en turismo	184
7.3. Los bienes públicos: el caso de una playa	187
7.3.1. La rivalidad y la exclusión	187
7.3.2. El consumidor parásito o el problema del gorrón	188
7.3.3. Los bienes públicos: no rivales y no excluibles	189
7.4. La información imperfecta	191
7.4.1. El riesgo moral	192
7.4.2. La selección adversa	192
7.5. Las funciones del Estado: la regulación económica	194

CAPITULO 8 - La macroeconomía: la medición de la producción y la renta

8.1. La macroeconomía: objetivos e instrumentos	203
8.1.1. Los objetivos básicos de la macroeconomía	204
8.1.2. Otros objetivos de la política macroeconómica	206
8.2. Una definición del producto interior bruto (PIB)	208
8.3. El PIB por el método del gasto	211
8.3.1. El consumo privado (C)	212
8.3.2. Inversión privada (I)	213
8.3.3. Gasto público (G)	216
8.3.4. Exportaciones netas (XN)	217
8.4. Otros planteamientos para calcular el PIB	218
8.4.1. El PIB por el método del valor añadido	218
8.4.2. El PIB por el método de los costes	219
8.4.3. La relación entre el PIB a precios de mercado y el PIB al coste de los factores	219
8.4.4. El PIB real y el PIB nominal: los índices de precios	220
8.5. Del PIB a la renta disponible	222
8.5.1. El Producto Interior y el Producto Nacional	222
8.5.2. La Renta Nacional	224
8.5.3. La renta personal y la renta disponible	225
8.6. El turismo y el PIB	226

CAPITULO 9 - La oferta y la demanda agregadas: los ciclos y el desempleo

9.1. El funcionamiento de la macroeconomía	235
---	-----

9.2. La demanda agregada	2
9.3. La oferta agregada	2
9.4. El equilibrio macroeconómico	2
9.4.1. Los fallos macroeconómicos	2
9.4.2. Alteraciones del equilibrio macroeconómico: perturbaciones de demanda y de oferta	2
9.5. El ciclo económico: el turismo como referencia	24
9.6. Los desajustes entre la oferta y la demanda agregadas: el desempleo	25
9.7. Teorías explicativas del desempleo y políticas a seguir	25
9.7.1. El funcionamiento del mercado de trabajo: el enfoque clásico	25
9.7.2. El desempleo y el esquema de la oferta y la demanda agregadas: el enfoque keynesiano	26
CAPITULO 10 - Las políticas macroeconómicas: la política fiscal	26
10.1. La intervención del Estado y la política económica	26
10.1.1. La intervención del Estado y los economistas clásicos	27
10.1.2. Las ideas clásicas y keynesianas: el largo plazo y el corto plazo	27
10.2. Las políticas macroeconómicas	27
10.2.1. La política monetaria y la política fiscal	27
10.2.2. Otras políticas macroeconómicas	27
10.2.3. La demanda agregada y el producto potencial	27
10.3. La política fiscal y el presupuesto del sector público	274
10.3.1. El presupuesto del sector público	275
10.3.2. La actividad impositiva del sector público	277
10.4. La política fiscal y la actividad económica	278
10.4.1. Política fiscal expansiva y contractiva	279
10.4.2. Críticas al empleo de la política fiscal como política estabilizadora	280
10.4.3. Los estabilizadores automáticos: los impuestos	282
10.5. El déficit público y su financiación	284
10.5.1. Las fluctuaciones cíclicas y el déficit público	286
10.5.2. La financiación del déficit público	287
10.5.3. Los déficit públicos y la deuda pública	287
10.6. La política turística y los presupuestos generales del Estado	289
10.6.1. Condicionantes para el establecimiento de políticas turísticas	289
10.6.2. La intervención del sector público en el turismo	291
CAPITULO 11 - El dinero, la política monetaria y la inflación	298
11.1. El dinero	299
11.2. Oferta monetaria	299
11.2.1. Los bancos y la creación de dinero	301
11.2.2. El sistema financiero español	303
11.2.3. El Banco de España y la oferta monetaria	304
11.3. La demanda de dinero	305
11.4. El mercado monetario y la política monetaria	308
11.4.1. El mercado monetario	308
11.4.2. El equilibrio en el mercado monetario	309
11.4.3. La política monetaria: instrumentos y efectos	309
11.4.4. La política monetaria de la Unión Europea: el Banco Central Europeo	311
11.5. La política monetaria, la demanda agregada y la inflación	311
11.5.1. La política monetaria y la inflación	311
11.5.2. Las teorías explicativas de la inflación	314
11.5.3. Los efectos de la inflación	316
APÉNDICE 11 - El sistema financiero español	320

CAPITULO 12 - El comercio internacional: la Unión Europea	330
12.1. El comercio internacional	331
12.2. La política comercial: El proteccionismo económico	332
12.2.1. Las principales medidas proteccionistas	332
12.2.2. Otros obstáculos al libre comercio	333
12.3. Las relaciones económico-comerciales entre países	334
12.3.1. Medidas globalizadoras	334
12.3.2. Bloques regionales	336
12.4. La Unión Europea (UE)	338
12.4.1. Los orígenes de la actual Unión Europea:	338
12.4.2. Principales instituciones	339
12.4.3. La financiación	339
12.4.4. Principales políticas de la UE	340
12.4.5. La ampliación de la UE; repercusiones para la economía española	342
12.5. La balanza de pagos	344
12.5.1. Cuenta corriente	346
12.5.2. La cuenta de capital	349
12.5.3. La cuenta financiera	350
12.5.4. Equilibrio y desequilibrio de la balanza de pagos	352
12.6. La demanda externa neta	353
CAPITULO 13 - El mercado de divisas y la unión monetaria europea	358
13.1. El comercio internacional y el tipo de cambio	359
13.2. El mercado de divisas y la determinación del tipo de cambio	361
13.2.1. La oferta de divisas	361
13.2.2. La demanda de divisas	362
13.2.3. El mercado de divisas	362
13.2.4. El ajuste del tipo de cambio ante alteraciones en la demanda y la oferta de divisas	364
13.3. Los distintos sistemas de tipos de cambio	365
13.3.1. Tipos de cambio flexibles	365
13.3.2. Tipos de cambio fijos	367
13.3.3. Tipos de cambio semifijos y mixtos	369
13.4. La Unión Monetaria Europea	370
13.4.1. El Sistema Monetario Europeo	370
13.4.2. De la unión económica a la unión monetaria	371
13.4.3. La Unión Económica y Monetaria: El euro	372
13.4.4. Aspectos básicos y ventajas de la Unión Monetaria Europea (UME)	373
13.4.5. Los Costes de la unión Monetaria	373
13.4.6. Valoración global de la entrada de España en la Unión Europea	374
13.5. La incidencia de los tipos de cambio en el turismo	375
CAPITULO 14 - El crecimiento económico y el desarrollo	380
14.1. El crecimiento económico y su medición	381
14.1.1. La medición del crecimiento económico	381
14.1.2. El crecimiento económico a corto y largo plazo	382
14.2. Factores que condicionan el crecimiento	383
14.2.1. Progreso tecnológico y crecimiento	384
14.2.2. Las fuentes del progreso tecnológico: el crecimiento endógeno	387
14.3. Los beneficios y los costes del crecimiento económico	387
14.3.1. Los beneficios del crecimiento	387
14.3.2. Los costes del crecimiento	388
14.3.3. El crecimiento sostenible	389

14.4. El crecimiento económico y el turismo	390
14.5. Desarrollo y subdesarrollo	392
14.5.1. Los indicadores del grado de desarrollo	392
14.5.2. Elementos condicionantes del subdesarrollo	392
14.6. Los obstáculos a superar y posibles estrategias a seguir	395
14.6.1. Estado y mercado	395
14.6.2. Inversión en capital humano	396
14.6.3. Integración con la economía global	396
14.7. El turismo como vía hacia el desarrollo	397
14.8. Riqueza y pobreza	398
14.8.1. El Banco Mundial	399
14.8.2. Las economías occidentales y la pobreza	400
CAPITULO 15 - El turismo y las nuevas tecnologías: especial consideración de Internet	404
15.1. Las TICs, la Nueva Economía y la globalización	405
15.1.1. La Nueva Economía	405
15.1.2. Elementos catalizadores de la Nueva Economía	407
15.1.3. Las consecuencias de la globalización	407
15.1.4. La Nueva Economía y el crecimiento económico	408
15.2. El impacto de las TICs sobre la sociedad	409
15.2.1. El papel jugado por las TICs	409
15.2.2. La incidencia de Internet en la sociedad	412
15.3. Las TICs y la industria turística	412
15.3.1. Fuentes y formas de información en la industria turística	414
15.3.2. Los centros de información de destino	414
15.4. Las posibilidades de Internet en el turismo	416
15.4.1. El marketing turístico	417
15.4.2. Otras aplicaciones de Internet	417
15.4.3. Internet y el empresario turístico	418
15.5. La innovación en el sector turístico español	419
15.5.1. ¿Qué tipo de empresas son las que más innovan?	420
15.5.2. La innovación como objeto y como actividad	420
15.5.3. Los motivos por los que innovan las empresas turísticas españolas y sus efectos	421