

ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO: ANÁLISIS TEÓRICO Y MODELOS EMPÍRICOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Curso 2017/2018

(Código:25503145)

1.PRESENTACIÓN

Análisis Económico del Turismo: Análisis teórico y modelos empíricos del comportamiento del consumidor es una asignatura del Máster Universitario de Investigación en Economía. Concretamente, está incluida en el Módulo de Economía Industrial y de los Servicios. Se estudia en el segundo cuatrimestre y pertenece al grupo de asignaturas optativas. Su carga docente es de 5 créditos ECTS, que suponen 125 horas de trabajo del estudiante.

Los contenidos de la asignatura pueden englobarse en siete bloques:

1. Introducción a la Economía del Turismo (definiciones, clasificaciones, medidas del volumen de turismo.
2. Impacto económico del turismo.
3. Incidencia de las TIC en el sector turístico.
4. Turismo colaborativo (Airbnb, UBER, etc.)
5. Demanda de turismo.
6. Competitividad de un destino turístico
7. Política turística.

Se trata de una asignatura que pretende profundizar en los determinantes de la demanda turística. Empieza por dar una visión panorámica del sector poniendo de manifiesto sus implicaciones tanto a nivel económico como medioambiental. Asimismo se destaca, en todo momento, la importancia crucial que este sector tiene en el caso de España al que se dedica especial atención. Una vez explicados estos temas, nos centramos en la demanda turística estudiando los modelos teóricos que se han venido utilizando así como los resultados de los diferentes trabajos empíricos llevados a cabo. Finalmente, apoyándonos en las conclusiones de dichos modelos, se valorarán las posibles estrategias de las empresas y se evaluarán las diversas medidas en materia de política turística.

2.CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura Análisis Económico del Turismo: Análisis teórico y modelos empíricos del comportamiento del consumidor pertenece a la especialidad de Economía Industrial y de los Servicios del Máster de Investigación en Economía.

Se trata de una materia que tiene por objeto brindar la formación necesaria para que el estudiante conozca la relevancia del sector a nivel mundial y para el caso de España. Pero, además, intenta enseñar al estudiante a elaborar e interpretar los modelos econométricos de demanda turística. De la interpretación de dichos modelos, se extraerán una serie de recomendaciones de política económica, en general, y de política turística, en particular.

Por tanto, todos los contenidos referentes a la realidad del sector se aprenden con el estudio de nuestro temario y, por tanto, no existen requisitos previos para este particular. Sin embargo, sí que es necesario tener una mínima formación econométrica. También es conveniente el conocimiento a nivel de usuario de algún paquete econométrico como puede ser STATA.

Al no existir mucha bibliografía en español, parte de la bibliografía que se recomienda está en inglés. Así pues, es importante un conocimiento de inglés que permita al estudiante abordar el estudio de algunos textos que se presentan en este idioma.

Los objetivos de la asignatura se pueden cifrar en el siguiente conjunto de competencias:

1. Desarrollar habilidades para aplicar los principales conceptos microeconómicos a los agentes económicos que intervienen en el mercado turístico.
2. Capacidad para detectar y analizar el impacto macroeconómico del turismo a nivel mundial y por países.
3. Evaluar críticamente los avances prácticos y teóricos dentro de este campo de investigación.
4. Comprender los trabajos de naturaleza cuantitativa que se publican en las revistas propias de su ámbito científico.
5. Aplicar técnicas econométricas que permitan identificar los principales factores determinantes de la demanda de turismo, así como cuantificar su incidencia.
6. Elaborar informes y asesorar en la toma de decisiones de política turística.
7. Elaborar informes y asesorar en la toma de decisiones a los empresarios del sector.

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Resulta muy conveniente haber adquirido previamente los conocimientos abordados en las asignaturas siguientes:

1. ECONOMETRÍA APLICADA
2. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA
3. MICROECONOMÍA

Además, al alumno se le supone un nivel de inglés suficiente para que le permita comprender lo que lee en dicho idioma.

NOTA: estos requisitos son imprescindibles para cualquier persona que pretenda llevar a cabo cualquier tipo de investigación en economía. Por tanto, pueden considerarlos una inversión que rentabilizarán rápidamente.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos de la asignatura se pueden cifrar en el siguiente conjunto de competencias:

1. Desarrollar habilidades para aplicar los principales conceptos microeconómicos a los agentes económicos que intervienen en el mercado turístico.
2. Capacidad para detectar y analizar el impacto macroeconómico del turismo a nivel mundial y por países.
3. Evaluar críticamente los avances prácticos y teóricos dentro de este campo de investigación.
4. Comprender los trabajos de naturaleza cuantitativa que se publican en las revistas propias de su ámbito científico.
5. Aplicar técnicas econométricas que permitan identificar los principales factores determinantes de la demanda de turismo, así como cuantificar su incidencia.
6. Elaborar informes y asesorar en la toma de decisiones de política turística.
7. Elaborar informes y asesorar en la toma de decisiones a los empresarios del sector.

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DEL TURISMO

CAPÍTULO 1. Breve historia del turismo.
CAPÍTULO 2. Estadísticas del Turismo en España
CAPÍTULO 3. Datos recientes Turismo Mundial
CAPÍTULO 4. Evolución y tendencias del turismo

SEGUNDA PARTE: IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

CAPÍTULO 5. El multiplicador del turismo.

CAPÍTULO 6. Impacto económico del turismo en España

TERCERA PARTE: Incidencia de las TIC en el sector turístico

CAPÍTULO 7. Efectos de las TIC sobre la demanda turística.

CAPÍTULO 8. Efectos de las TIC sobre la oferta turística y la estructura del mercado.

CUARTA PARTE: Turismo colaborativo

CAPÍTULO 9. Breves nociones de la denominada "economía colaborativa" y sus implicaciones en el sector turístico.

CAPÍTULO 10: Plataformas con fuerte implantación en el sector (UBER, Airbnb). ¿Es necesaria la regulación?

QUINTA PARTE: DEMANDA DE TURISMO

CAPÍTULO 11. Principales determinantes del volumen de turismo. Demanda de turismo nacional e internacional.

CAPÍTULO 12. Análisis de los resultados obtenidos en algunos modelos empíricos. Comentarios de los resultados de algunos trabajos con datos españoles.

CAPÍTULO 13. La satisfacción del consumidor turístico

SEXTA PARTE: COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO TURÍSTICO

CAPÍTULO 14. Indicadores para medir la competitividad

CAPÍTULO 15. La competitividad del sector turístico español

SÉPTIMA PARTE: POLÍTICA TURÍSTICA

CAPÍTULO 16. El turismo como instrumento para el desarrollo económico. Instrumentos de Política Turística: estudio de casos y experiencia comparada

CAPÍTULO 17. Nuevas Estrategias de Política Turística. Especialización, territorio y oferta complementaria. Diferenciación del producto turístico: calidad, servicio, imagen de marca.

CAPÍTULO 18. Regulación.

6.EQUIPO DOCENTE

- [MARIA TERESA GARIN MUÑOZ](#)

7.METODOLOGÍA

La enseñanza de la asignatura se impartirá con la metodología a distancia adoptada por la UNED apoyada por el uso de las TIC. Por ello será importante que el alumno pueda tener acceso a un ordenador con conexión a internet. Las actividades formativas se distribuyen entre el trabajo autónomo, o tiempo que dedica el alumno en solitario para preparar y superar la asignatura, y el trabajo colaborativo con los docentes a través del Aula Virtual.

Al comienzo del curso se activará el Aula Virtual en la plataforma aLF. El alumno deberá registrarse y consultar toda la información relativa a la asignatura. En el Aula Virtual, encontrará los detalles relacionados con la programación de la asignatura, actividades prácticas a realizar, contenidos, enlaces a páginas web de interés, glosario de términos, etc.

La comunicación entre el equipo docente, los profesores tutores y los estudiantes se realizará a través de los foros definidos al efecto y del correo electrónico del aula virtual.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

En esta asignatura por sus características, no se proporciona una bibliografía básica, sino que el alumno tendrá a su disposición en el aula virtual una colección de artículos y materiales preparados específicamente para preparar las distintas partes en las que se divide la asignatura. No obstante se recomiendan los siguientes libros:

Sinclair, M. T., M. Stabler y A. Papatheodorou (2010). *The Economics of Tourism*, 2nd edition. Routledge, London.

Swarbrooke, J. y S. Horner (2006). *Consumer Behaviour in Tourism*, 3rd edition. Butterworth-Heinemann, ed. (disponible online a través de SCIENCE DIRECT).

Tisdell, Clement A. (2013). *Handbook of Tourism Economics: analysis, new applications and case studies*. World Scientific Publishing Company, Singapore.

Asimismo, se facilitan los siguientes enlaces que pueden ser de gran interés:

<http://www.world-tourism.org>

Organización Mundial del Turismo

<http://www.ine.es>

Instituto Nacional de Estadística

<http://www.iet.tourspain.es>

Instituto de Estudios Turísticos

<http://www.wttc.org>

World Travel and Tourism Council

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13): 9789814327077
Título: HANDBOOK OF TOURISM ECONOMICS
Autor/es: Tisdell, Clement A. ;
Editorial: WORLD SCIENTIFIC

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

Comentarios y anexos:

Se anunciará en el curso virtual y, en la medida de lo posible, se colgará para ser utilizada gratuitamente por los alumnos. Además, se incluyen aquí algunas de las publicaciones de la profesora sobre la materia objeto de estudio:

1. An Econometric Model of International Tourism Flows to Spain. [Applied Economics Letters](#), 2000, vol. 7, págs. 525-529. (En colaboración con T. Pérez Amaral).
2. Madrid as a Tourist Destination: Analysis and Modelization of Inbound Tourism. [International Journal of Tourism Research](#), 2004, vol. 6 (4), págs. 289-302.
3. Inbound International Tourism to Canary Islands - a dynamic panel data model. [Tourism Management](#), 2006, vol. 27 (2), págs. 281-291.
4. German Demand for Tourism in Spain. [Tourism Management](#), 2007, vol. 28 (1), págs. 12-22.
5. Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data. [Tourism Management](#), 2007, vol. 28 (5), págs. 1224-1235. (En colaboración con Luís F. Montero Martín).
6. Tourism in Galicia: Foreign and domestic demand. [Tourism Economics](#), 2009, vol. 15 (4), págs. 753-769.
7. Internet usage for travel and tourism. The case of Spain. [Tourism Economics](#), 2011, vol. 17 (5), págs. 1071-1085.
8. Cambios en las tendencias del turismo internacional y sus implicaciones para la economía española. [Papeles de Economía Española](#), 2008, vol. 116, págs. 79-93.
9. La demanda de turismo británico en España. [Boletín Económico del ICE](#), 2011, vol. 3010, págs. 49-62.
10. Comportamiento turístico de los residentes en España: Un análisis de la participación. [Papeles de Economía Española](#), 2011, vol. 128, págs. 122-139. (En colaboración con M.J. Moral).
11. La exclusión social desde la perspectiva del turismo. El caso de España. [Panorama Social](#), vol. 14, págs. 78-88. (En colaboración con M.J. Moral).

10. RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

Para preparar esta asignatura, el estudiante tiene a su disposición diversos medios de apoyo. Entre ellos, destacamos:

1. *Equipo docente*. Estará a disposición de los estudiantes en el horario lectivo, para orientar en el estudio de la asignatura y resolver cuantas dudas puedan surgir.
2. *Aula virtual*. Ya hemos hablado de ella en el apartado dedicado a la Metodología. Es un punto de apoyo fundamental para el estudiante. A través del Aula Virtual, los

estudiantes podrán, entre otras cosas, disponer de:

- Foros para consultar dudas al Equipo Docente, dejar comentarios y opiniones, y contactar con otros compañeros de asignatura
- Información adicional sobre cada tema
- Preguntas frecuentes
- Información sobre las actividades de evaluación continua

3. *Clases AVIP*. La profesora de la asignatura programará algunas clases que puedan servir de ayuda y orientación para el seguimiento de la materia.

4. *Internet*. Existen muchos recursos en Internet que pueden ayudar en el estudio de esta materia y que se irán indicando en el aula virtual.

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

El servicio de consulta de la asignatura se realizará preferentemente a través de Internet (Curso Virtual y Correo Electrónico). Los mensajes recibidos se contestarán al menos una vez a la semana durante los períodos lectivos.

Correo electrónico: mgarin@cee.uned.es

Las consultas telefónicas y presenciales tendrán lugar en el despacho 2.33 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresas todos los jueves lectivos, correspondientes al segundo cuatrimestre del curso (febrero-junio), de 10 a 14 horas.

Teléfono: 91 398 78 14 (contestador automático).

La participación en los foros abiertos dentro del curso virtual es el medio más eficiente para realizar todo tipo de consultas y resolver las dudas que puedan plantearse en el estudio de la asignatura, porque los mensajes pueden ser leídos y contestados por todos los participantes: el profesor de la sede central, los profesores-tutores y los alumnos.

En caso de que los mensajes sean de carácter personal, se puede utilizar la herramienta correo del curso virtual para seleccionar a los destinatarios, o bien, si el mensaje se dirige exclusivamente al profesor de la asignatura, emplear la dirección de correo electrónico institucional que figura más arriba.

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Para evaluar los aprendizajes, haremos uso de las siguientes actividades:

1. Un trabajo descriptivo que el alumno elegirá entre unas cuantas alternativas propuestas por la profesora. Dicho trabajo deberá presentarlo aproximadamente mes y medio después de iniciado el curso. Las indicaciones generales de cómo llevar a cabo el trabajo se colgarán oportunamente en el curso virtual. Además, la profesora orientará personalmente a cada estudiante una vez seleccionado el trabajo que llevará a cabo.
2. Un trabajo más creativo que incorpore algún valor añadido más allá de la mera descripción de la realidad a la que se refiere. Me refiero a algún modelo que sirva para previsión y del que puedan surgir recomendaciones de política económica (política turística, en este caso).

La calificación final tendrá en cuenta ambos trabajos. El primero representará el 40% de la nota final y el 60% restante corresponderá a los resultados empíricos obtenidos en el segundo trabajo.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.