

E s t r u c t u r a
e c o n ó m i c a
d e l t u r i s m o

Consulte nuestra página web: www.sintesis.com
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) vela por el respeto de los citados derechos.

Estructura económica *del* turismo

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



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

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

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid
Teléfono 91 593 20 98
<http://www.sintesis.com>

ISBN: 84-9756-408-1
Depósito Legal: M. 32.740-2006

Impreso en España-Printed in Spain

Relación de autores

Miguel Atienza Úbeda
Universidad Católica del Norte (Chile)

Santiago J. Barcos
Universidad Nacional de la Plata

Carmen Canto García
Universidad Autónoma de Madrid

Daniel Camarillo González
Innovative Real Estate Advisors (IREA)

Gemma Durán Romero
Universidad Autónoma de Madrid

Cristina Figueroa Domecq
Universidad Europea de Madrid

Manuel Figuerola Palomo
Universidad Antonio de Lebrija

Josep A. Ivars Baidal
Universidad de Alicante

Victor Manuel Jiménez García
Universidad Autónoma de Madrid

Fernando Lara de Vicente
Universidad de Córdoba

Tomás J. López-Guzmán Guzmán
Universidad de Córdoba

Manuel Jesús Marchena Gómez
Universidad de Sevilla

Adela Mariscal Galeano
Universidad de Sevilla

Pablo Martín Urbano
Universidad Autónoma de Madrid

Onofre Martorell Cunill
Universitat Illes Balears

Graciela Molinari
Universidad Nacional de la Plata

José Ángel Negrín de la Peña
Universidad de Castilla La Mancha

Luis Osuna Llaneza
Universidad de Sevilla

Salvador Palomo Pérez
Universidad y Diputación de Málaga

Juan Ignacio Pulido Fernández
Universidad de Jaén

Lucía Quiroga Rey
Consejería de Turismo, Comercio y
Deportes Junta de Andalucía

David Rivas Infante
Universidad Autónoma de Madrid

Antonia Sáez Cala
Universidad Autónoma de Madrid

Miguel Salom Moll
TUI España

Juan Ignacio Sánchez Gutiérrez
Universidad Autónoma de Madrid

Marta Tostes Vieira
Universidad de Lima

Ana Isabel Viñas Apaolaza
Universidad Europea de Madrid

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

Capítulo 2. El turismo internacional. Instrumentos, análisis y tendencias **55**

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>	
<hr/>	
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

Juan Ignacio Sánchez Gutiérrez

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

Actividades	249
Selección de textos	251
Bibliografía básica	258

Capítulo 7. El mercado turístico 259

Miguel Atienza Úbeda y Ana Isabel Viñas Apaolaza

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

Onofre Martorell Cunill y Miguel Salom Moll

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

Juan Ignacio Pulido Fernández y Salvador Palomo Pérez

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**

Manuel Figuerola Palomo

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

Capítulo 11. La especialización turística regional **419**

Fernando Lara de Vicente y Tomás J. López-Guzmán Guzmán

Introducción	419
11.1. Turismo y crecimiento económico regional	420
11.1.1. Desarrollo regional y cluster turístico	420
11.1.2. Distribución territorial del turismo en España	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</i>	
<i>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
Bibliografía	495
<hr/>	