

## INDICE

<b>Introducción</b>	7
<b>La economía el turismo</b>	8
<b>Agradecimientos</b>	9
<b>1. Los recursos en el sector turístico</b>	
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>	
La importancia de la segmentación	23
La segmentación según el motivo del viaje	24
La segmentación psicográfica	26
La segmentación interactiva	
Los cambios e los tipos de turistas a los largo del tiempo	28
Los tipos de turistas en la actualidad: resumen	
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	
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>	
La naturaleza de la demanda	41
Productos y objetivos del demandante de turismo	
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	
El destino	47
Formas de viaje	
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	
El efecto de la renta	53
Efectos del precio	56
Otras variables especiales de la demanda del turismo	
La moda	60
La imposición de los gastos turísticos de las empresas	
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 turismo</b>	
Introducción	75
Los objetivos de las empresas del sector turismo	76
Las estructuras de mercado	
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 monopolistas discriminador y las tarifas aéreas	102
<b>5. La oferta de productos del sector turístico</b>	
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	
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 programaron lineal en la configuración de la flota aérea	131
Apéndice B: Horarios de cruceros	133
<b>6. El equilibrio en el mercado turístico</b>	
La determinación del equilibrio parcial	135
Los problemas de la identificación del equilibrio en el turismo	136
Factores que causan desplazamiento en el equilibrio	137
Efectos de 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	
La dinámica a largo plazo	143
Los ciclos a largo plazo y le turismo en el equilibrio general	146

<b>7. El crecimiento del sector turístico y las economías nacionales</b>	
Introducción	149
La economía nacional	
Factores que afectan a la contribución del sector turístico al PIB	150
Factor 1: La existencia de recursos	
Factor 2: El nivel de conocimientos técnicos	151
Factor 3: La estabilidad social y política	
Factor 4: Actitudes y hábitos	152
Factor 5: La inversión	
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	
Observación directa del gasto	159
Observación directa o censo de ingresos	
Encuestas a turistas	160
Encuestas en hogares	
Rendimientos de la banca	
El crecimiento del sector turístico y sus efectos en la economía	161
Previsión del valor	163
<b>8. La creación de empleo y de ingresos</b>	
La renta nacional	167
La distribución de la renta nacional	168
El valor directo del sector turístico por el empleo de factores	
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	
Ocupaciones con salarios bajos	186
El empleo a tiempo parcial y eventual	188
La estacionalidad	189
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>	
Introducción: La economía que está fuera del mercado	193
Los valores de los turistas	194
La fijación de precios del turismo hedonista	
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>	213
La terminología de la balanza de pagos	
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>	
Tipos de implicación multinacional	229
Propiedad del capital	
Oferta de obligaciones	
Acuerdos de gestión sin inversión	230
Teorías de la inversión multinacional	
Teoría de la inversión convencional	231
Ventajas de producción	
Ventajas de la explotación monopolista	
Ampliación de la vida de los productos	232
Razones de las operaciones multinacionales en e sector turístico	233
Las empresas multinacionales en los viajes por avión	235
Compañías aéreas con hoteles y otras empresas del sector turístico	136
Compañías aéreas con agencias de viaje	
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	
Controles de las estructuras 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
<b>12. El papel económico del gobierno</b>	
La gestión macroeconómica	251
La gestión económica sectorial en el turismo	252
Los impuestos del sector turístico	253
El gasto publico 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
<b>13. La inversión en el sector turístico</b>	
Principios de la inversión	271
La inversión en el sector turístico	273
Consideraciones especiales sobre la inversión en el sector turístico	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	
Las alteraciones estocásticas	
Los factores a largo plazo	282
<b>Bibliografía</b>	285
<b>Índice de materias</b>	295
<b>Índice de nombres</b>	305