

INDICE

Prólogo	I
Capítulo 1. Consideraciones Económica del Turismo	9
Notas generales, 9.- La consideración económica, 12.- Condición del turismo: Fenómeno, sector, industria o actividad, 16.- Proceso histórico. El cambio del turismo de minorías a la masificación, 18.- El marco macroeconómico del turismo, 20.- Influencia en el desarrollo del Turismo de crecimiento económico, 23.- El impacto de la redistribución de la Renta en el desarrollo del turismo, 25.- Las crisis coyunturales, 27.- Incidencia en la actividad turística de las variaciones de los tipos de cambio, 29.- La influencia de las tensiones inflacionista, 32.- El turismo objetivo económico de los países en vías de desarrollo	
Capítulo 2. Teoría del Consumo Turístico	37
Elementos subjetivos, 37.- Especificación de los bienes y servicios turísticos, 39.- El Turismo <<bien>> de primera necesidad o de lujo relativo. Modificación conceptual en el tiempo, 41.- Concepto de utilidad turística. Su posible cuantificación, 44.- ¿Cuándo el hombre cubre todas sus necesidades?, 45.- El índice de utilidad turística. Aplicación de las líneas de indiferencia, 47.- Las relaciones en el consumo de bienes turísticos. El efecto sustitución, 50.- Las funciones representativas de la Demanda Turística.- 52.- Los coeficientes de elasticidad, 54.- Las variaciones de la demanda turística según los movimientos de la renta, 59.- Las variaciones de la demanda según los precios, 62.- Valoración del consumo turístico, 64	
Capítulo 3. El Turismo Actividad Generadoras de Riqueza	69
Definición y descripción del equipo y los servicios turísticos, 69.- Clasificación de las actividades productivas, 71.- Los factores económicos de la producción turística, 74.- Los costes de las empresas turísticas y las funciones representativas, 76.- La función de producción según la dimensión de la empresa, 80.- El equilibrio de la empresa turística. La unidad económica de producción o lucrativa, ingresos y gastos de las empresas, 83.- La elasticidad de las funciones de ofertas, 85.- Adaptación de la oferta a las variaciones de la demanda, 88.- Las tasas de actividad de la <<industria>>, 92.- Aportaciones del turismo al P.I.B. Renta Turística, 94.- La producción turística y el análisis Input – Output, como método para valorar la contribución del turismo a la formación del P. I. B, 97.- ¿Cómo valorar pues el valor de la producción turística?	
Capítulo 4. El Equilibrio del Mercado Turístico	103
Consideración del término equilibrio, 103.- La estructura turística conjunta, 105.- Los desequilibrios del análisis estructural, 117.- El mercado turístico, 121.- Elementos básicos del mercado turístico, 124.- Formas de intervención. El oligopolio turístico, 126.- Los precios como factor de equilibrio del mercado. 129.- Tensiones sobre el equilibrio, 132.	
Capítulo 5. Marketing Turístico	135
Consideraciones generales sobre el marketing turístico, 135.- Las variaciones fundamentales en el análisis de la demanda turística, 138.- Tendencia de cambios en los destinos, 143.- Creación de los canales de distribución y comercialización, 152.- Planificación de las campañas de	

promoción y publicidad, 155.- Un modelo de distribución del presupuesto publicitario, 159.- Actividades de marketing en turismo, 162.- Planificación del marketing en turismo, 164	
Capítulo 6. Efectos Económicos del Turismo	167
Desarrollo sectorial, 167.- Desarrollo intersectorial y efecto multiplicador en la economía, 169.- Generación de empleo y redistribución de la renta a través del factor. 172.- Desarrollo regional, 176.- Influencia en el saldo de la Balanza de pagos, 179.- Generación de rentas fiscales, 182.- Modificación de las estructuras de consumo, 184.- El impacto sobre los precios. 188.- Acción del turismo sobre las importaciones y las exportaciones, 191.- Sobre la oferta monetaria, 193.- Incidencia sobre la inversión, 196.- Otros efectos económicos del turismo, 198	
Capítulo 7. El Estudio Estadístico del Turismo	203
Necesidad de la Estadística en turismo. 203.- Problemas para elaborar estadístico, 206.- Estadísticas existentes, 214.- Insuficiencia de la información estadística, 216.- Recopilación de la información de base, 219.- Las encuestas por muestreo. El uso de la ficha normalizada.- 225.- Estadística económicas 227.- Estadísticas sociales e indicadores de cambios, 231.- Aplicaciones prácticas de la estadísticas, 235.- Unificación de criterios de medición del turismo a nivel internacional, 238	
Cap 8. Las Técnicas Econométricas al Servicio del Turismo	241
Econometría y teorometría, 241.- Especificación y estimación de modelos teorométricos, 245.- Modelos uniecuacionales del turismo, 250.- Modelos multiecuacionales, 259.- Aplicación de otros métodos de medida y control, 269.- Experiencia en la estimación de modelos teorométricos, 279	
Cap 9. Experiencias de Análisis Cuantitativo	283
El análisis económico conjunto de la actividad turística, 283.- Las tablas Input – Output de la economía turística, 284.- La balanza de pagos turística, 302.- Influencia de los ingresos de divisas en concepto de turismo, sobre algunos saldos de la balanza de pagos, 313.- Valoración del patrimonio turístico expresamente económico, 318.- Indicadores económicos del turismo, 326	
Cap 10. La Planificación del Desarrollo Turístico	333
Teoría general de la planificación económica del turismo y de las inversiones turísticas, 333.- Planificación de los recursos turísticos y evaluación de proyectos, 340.- Aspectos genéricos de la planificación turísticas. 345.- Organización operativa de planificación: prioridades y distribución de las funciones 352.- Tratamiento de las series históricas disponibles, 355.- Armonización de la política general y la turística. La actividad turística en el cuadro macroeconómicos, 357.- Concreción de un plan de desarrollo turístico, 359.	
Cap 11. Las Políticas Económicas del Turismo	365
Conceptos básicos en la política económica del turismo. 365.- Líneas generales y medidas de políticas económicas de turismo. 368.- Esquemas básicos de la acción estatal en materia de política turística 376.- la política económica de la empresa turística, 380.- La política de adaptación de la empresa a corto, medio y largo plazo, 385.- Las políticas de coordinación de actividades entre los entes públicos y privados, 388. y largo plazo, 385.- Las políticas de coordinación de	

actividad entre los entes públicos y privados, 388	
Capítulo 12. El Futuro del Turismo Internacional	297
Las perspectivas a corto plazo del turismo mundial, 397.- Perspectiva de crecimiento a largo plazo, 399.- Los factores influyentes en la posible expansión futura. 402.- El problema de la saturación en las áreas turísticas tradicionales, 405.- La ordenación turística internacional, 407.- Políticas conjuntas multinacionales para la expansión del turismo internacional, 410.- Tendencia secular del movimiento turístico mundial, 412.- Modelos de regresión para el estudio de la demanda turística internacional. 416.	
Bibliografía	429