ANÁLISIS ECONÓMICO DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL ESPACIO CURRICULAR

Denominación: Análisis económico de los mercados turísticos

Código SIU-Guaraní: 15203

Departamento: Turismo

Ciclo Lectivo: 2020

Carrera: Licenciatura en Turismo

Plan de Estudio: ORD. 10/15

Formato Curricular: Teórico aplicada

Carácter: Obligatoria

Área a la que pertenece: Economía y administración

Año en que se cursa: Segundo

Régimen año 2020: Virtual

Carga horaria total: 70 horas

Carga horaria semanal: 5 (virtual)

Espacios curriculares correlativos: Principios básicos de la economía

Equipo de cátedra:

Titular: Lic. Germán Eduardo Herrera

JTP: Lic. Walter Félix Mosquez

FUNDAMENTACIÓN

El turismo ha mostrado un importante crecimiento en las últimas décadas y se ha convertido en uno de los motores de las economías nacionales, regionales, provinciales y locales.

Las actividades que desarrollan los turistas en un espacio en el cual no residen, generan efectos sobre la economía, el entorno natural, el paisaje y sobre la cultura de la población local y de los visitantes.

La oferta de turismo debe satisfacer necesidades de reuniones profesionales, de recreación y de esparcimiento. Si bien es un hecho de carácter social, tiene implicancias económicas muy significativas. Junto con el crecimiento en el nivel de actividad, el mercado del turismo se caracteriza por una muy rápida evolución en términos de nuevas necesidades y mayores niveles de exigencia. Las organizaciones turísticas deben ser capaces de captar muy

rápidamente esta evolución y de adecuar flexiblemente la oferta, de modo de mantener la satisfacción del visitante.

Por ello, deben conocerse las herramientas que provee la Economía, para analizar los mercados y hacer eficientes las empresas. También debe contarse con la formación que permita interpretar el contexto macroeconómico y su probable impacto sobre los flujos de ingreso y egreso de turistas. Del conocimiento y eficaz aplicación de las reglas de la Macro y la Microeconomía dependerá, en buena medida, el éxito de los planes de desarrollo turísticos emprendidos por los territorios.

OBJETIVOS

Generales

- Profundizar la comprensión del contexto macroeconómico y su impacto sobre los flujos de ingreso y egreso de turistas.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad y respeto por el trabajo y tiempo de los demás, así como también por las obligaciones y compromisos personales.
- Conocer la naturaleza y reglas de funcionamiento de los mercados de turismo, los determinantes de la oferta y la demanda y las alternativas de adecuación de la oferta.
- Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo, exponer y defender ideas propias y aportar a las propuestas de otros.

Específicos

- Conocer los mercados turísticos: características, medición, estructuras y el comportamiento de los participantes.
- Adquirir habilidad para aplicar la metodología de análisis propia de la Economía al estudio de la demanda y la oferta turística y el funcionamiento de los diferentes mercados de turismo.
- Analizar las relaciones entre crecimiento económico, desarrollo económico y desarrollo turístico y sostenibilidad.
- Profundizar el proceso de comprensión de causas y consecuencias de medidas de política económica y su relación con los flujos de turistas.
- Conocer las principales magnitudes que definen el turismo a nivel mundial, nacional y provincial.

EXPECTATIVAS DE LOGRO

Se espera que el estudiante que curse y apruebe la asignatura incorpore conocimientos y herramientas que le permitan realizar análisis económico vinculado al sector turístico; que conozca la estructura de los diferentes mercados, el funcionamiento y el rol que desempeñan cada uno de los participantes en ellos; que internalice como las políticas gubernamentales influyen en los flujos turísticos locales, nacionales e internacionales; que reconozca la

importancia de medir la magnitud que posee el turismo en una comunidad desde el punto de vista económico; que advierta las dificultades existentes en el logro de la sostenibilidad turística de un destino; que pueda interrelacionar los aspectos económicos con los contenidos de las restantes asignaturas de la Currícula.

CONTENIDOS CONCEPTUALES

Unidad 1 – Tendencias y características de la Demanda de Turismo

a. Tendencias globales del turismo: demanda mundial de turismo, su evolución histórica y proyección, los principales mercados receptores y emisores de turistas

b. Caracterización de la demanda por servicios turístico: el componente estacional.

- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. *Panorama OMT del Turismo Internacional 2018*. Publicado en http://www.e-unwto.org año 2019.
  Páginas 1 a 24 inclusive.
- **OBSERVATORIO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DE MENDOZA.** Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza año 2015. EMETUR, Mendoza año 2016. Páginas 29 a 41 inclusive.
- **NAVARRO DRAZICH, D. Y HERRERA, G.** *Análisis del comportamiento del Turismo Internacional Receptivo de Argentina, proveniente de países limítrofes, período 2004 a 2015 (Versión preliminar).* Universidad del Aconcagua, Mendoza año 2018.
  Páginas 1 a 10 inclusive.

Unidad 2 – Estructuras de mercado

a. Estructuras de mercados de servicios turísticos y sus efectos sobre el bienestar social y la renta de los agentes económicos involucrados: competencia perfecta, monopolio, oligopolio, competencia monopolística, monopsonio y oligopsonio.

b. Elasticidades de la demanda y de la oferta según la estructura de Mercado.

- **MOCHÓN MORCILLO, F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 118 a 137 inclusive.
- **MOCHÓN MORCILLO, F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 106 a 111 inclusive.
- **MOCHON, F. y BEKER, V.** *Economía: Principios y Aplicaciones*. Ed Mc Graw Hill, cuarta edición, 2008
  Páginas 47 a 49 inclusive.
  Páginas 55 a 60 inclusive.

Unidad 3 – El comportamiento de las empresas en el Mercado

a. Las empresas turísticas y las economías de escala y alcance.

b. Las estrategias de las empresas y su impacto en el territorio: diferenciación, diversificación y segmentación de mercado.

- **KOTLER, F. y ARMSTRONG, G.** *Marketing*. Pearson, decimocuarta edición, 2012.
  Páginas 190 a 201 inclusive

- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases: Las estrategias de las empresas y su impacto en el territorio: diferenciación, diversificación, acuerdos*.
- **HERRERA, Germán**. *Apuntes de clases: Las empresas turísticas y las economías de escala y alcance.*

Unidad 4 – Medición económica del turismo y de los recursos turísticos

a. Diferentes herramientas para medir el impacto del turismo en la economía: el turismo en el Producto Bruto, la Balanza de pagos, la Cuenta Satélite y el Ingreso Total Directo.

- **MOCHÓN MORCILLO**, **F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 206 a 208 inclusive.
- **INDEC.** *Metodología de estimación del Balance de Pagos.* CABA, 2007.
  Páginas 4 a 10 inclusive**.**
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Conceptos básicos de la Cuenta Satélite de Turismo*. Publicado en http://www.e-unwto.org año 2005
  Páginas 1, 2 y 3, y desde 9 a 12 inclusive.
- **DEIE.** *Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza.* Provincia de Mendoza, año 2015.
  Páginas 2 a 7 inclusive y 13.
- **OBSERVATORIO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DE MENDOZA**. *Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza año 2014*. Universidad Nacional de Cuyo – Ministerio de Turismo de la Provincia de Mendoza. Mendoza año 2015.
  Páginas 62 a 67 inclusive.
- **INDEC.** *Bienes, Servicios Reales y Transferencias Corrientes, en millones de dólares. Año 2015 y 2016.*
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 4. Valuación económica de los recursos turísticos.*

Unidad 5 – El turismo en el territorio y su impacto en la sostenibilidad

a. El impacto socioeconómico del turismo en el territorio: crecimiento, desarrollo y desarrollo sostenible.

b. Ventajas de la asociación y el rol del Estado: cadena de valor, planificación, clúster, cooperación e integración regional, disponibilidad de servicios públicos y la conectividad, acuerdo entre empresas.

- **MOCHÓN MORCILLO, F.** *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 373 a 398 inclusive.
- **HERRERA, G y SAUA PAVÓN, M**. El Impacto del Turismo en las condiciones de vida de la provincia de Mendoza. Universidad del Aconcagua, 2016
  Páginas 6 a 9 inclusive
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. El turismo y la atenuación de la pobreza. Publicado en http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza
  Artículo completo
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. Los siete mecanismos para la reducción de la pobreza. Publicado en http://step.unwto.org/es/content/los-siete-mecanismos-st-ep
  Artículo completo
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Argentina (PFETS) 2020. Ministerio de Turismo de la Nación, CABA año 2012
  Páginas 54 y 55 inclusive.
  Páginas 122 a 124 inclusive.
  Páginas 140 a 148 inclusive.

- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. *Informes de Cadenas de Valor – Servicios Turísticos.* CABA, 2016.
  Páginas 8 a 10 inclusive, 53 y 54.
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 5.*
- **PULIDO FERNANDEZ, Juan.** *El turismo sostenible. Definición, conceptos y aplicabilidad en una sociedad globalizada*. Universidad de Jaén. Jaén 2019
  Páginas 19 a 26 inclusive

Unidad 6 – El comportamiento de la macroeconomía y su influencia en el turismo

a. Oferta y demanda agregada: componentes.

b. Cambios coyunturales y estructurales de la Demanda y Oferta Agregada.

c. Tipos de desempleo

d. Impuestos y regulaciones macroeconómicas que impactan en el sector turístico.

- **OPPENHEIMER**, Andrés. ¡Sálvese quien pueda! El futuro del trabajo en la era de la automatización. Ed. Penguin Random House, 2018.
  Páginas 18 a 22 inclusive
  Páginas 24 a 27 inclusive
  Páginas 99 a 109 inclusive
  Páginas 279 a 282 inclusive
- **MOCHÓN MORCILLO**, F. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 219 a 237 inclusive.
  Páginas 245 a 249 inclusive.
- **ESPÍNOLA, N., y JAUME, D**. *Elasticidad ingreso del turismo doméstico: evidencia internacional mediante un modelo de datos de panel*, en Anales de la Asociación Argentina de Economía Política, 2009.
  Página 12 (Conclusiones)
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 6.*

PROPUESTA DE EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

- Se toman cinco trabajos prácticos. La calificación otorgada a cada respuesta depende fundamentalmente de la calidad con que se justifique la misma. Se considera la precisión de la fundamentación, el correcto uso de los términos técnicos, la coherencia en el desarrollo y el procedimiento aplicado para la resolución del planteo.

Condiciones para obtener la regularidad:

- Para obtener la regularidad, el estudiante debe aprobar cuatro de los cinco trabajos prácticos, con al menos el 60%.

Acreditación

- **Alumno regular**: es aquel que aprobó cuatro trabajos prácticos. La acreditación de la materia se obtiene aprobando un examen final.

- **Alumno libre:** es aquel que no cumplió los requisitos para obtener la condición de alumno regular. La acreditación de la materia se obtiene aprobando un examen final escrito eliminatorio y, superada esa instancia, aprobando un examen oral.

Cada evaluación se aprueba con calificaciones de SEIS (6) a DIEZ (10). Los aprendizajes mínimos exigidos para la aprobación corresponden al rango 60% - 64%, que se califica con SEIS (6). A continuación se presenta la escala a utilizar.

Resultado	Escala numérica	Escala conceptual
	Nota	%
No aprobado	0	0%
	1	de 1% a 12%
	2	de 13% a 24%
	3	de 25% a 35%
	4	de 36% a 47%
	5	de 48% a 59%
Aprobado	6	de 60% a 64%
	7	de 65% a 74%
	8	de 75% a 84%
	9	de 85% a 94%
	10	de 95% a 100%

PROPUESTA METODOLÓGICA

- La asignatura es teórico-aplicada y se dicta en cinco horas semanales, combinando aspectos teóricos con trabajos prácticos, de aplicación de los contenidos dictados.

- El 100% de la asignatura se desarrolla en la plataforma virtual, que dispone de toda la información referida al curso, material de apoyo y la totalidad de la bibliografía obligatoria, guías y notas de clase, modelos de exámenes y trabajos prácticos a resolver.

Contenidos procedimentales

- La asignatura es teórica aplicada, donde el docente desarrolla los temas teóricos que son complementados con ejemplos reales. Los estudiantes deben leer, como complemento de las clases, la bibliografía indicada como obligatoria, considerándose el resto como optativa.
- La plataforma web es el espacio donde se realizan las clases, tanto teóricas como prácticas, con material adicional de apoyo, dirigido a reforzar conceptos y a identificar los problemas que se evidencien durante el cursado.

- Se induce a los estudiantes a participar de las consultas virtuales en los horarios establecidos, a los efectos de plantear sus dudas sobre temas teóricos en general y revisar y corregir los ejercicios que no se resuelven en las clases prácticas.
- En todo momento se motiva a los estudiantes para que realicen un análisis y valoración crítica de fuentes y bibliografía, se apropien de los conceptos específicos y los utilicen en la elaboración propia de la explicación de procesos económicos y sus resultados.

Contenidos actitudinales

Se fomenta en los estudiantes:

- Actitud crítica ante los materiales empleados.
- Compromiso con la realidad en el desempeño de sus actividades profesionales.
- Respeto por posiciones diferentes, disposición favorable para la búsqueda del consenso y aceptación del disenso.
- Actitud vital y honestidad intelectual en la búsqueda de la verdad.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. *Panorama OMT del Turismo Internacional 2018*. Publicado en http://www.e-unwto.org año 2019.
  Páginas 1 a 24 inclusive.
- **OBSERVATORIO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DE MENDOZA.** Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza año 2015. EMETUR, Mendoza año 2016. Páginas 29 a 41 inclusive.
- **NAVARRO DRAZICH, D. Y HERRERA, G.** *Análisis del comportamiento del Turismo Internacional Receptivo de Argentina, proveniente de países limítrofes, período 2004 a 2015 (Versión preliminar).* Universidad del Aconcagua, Mendoza año 2018.
  Páginas 1 a 10 inclusive.
- **MOCHÓN MORCILLO, F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 118 a 137 inclusive.
- **MOCHÓN MORCILLO, F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 106 a 111 inclusive.
- **MOCHON, F. y BEKER, V.** *Economía: Principios y Aplicaciones*. Ed Mc Graw Hill, cuarta edición, 2008
  Páginas 47 a 49 inclusive.
  Páginas 55 a 60 inclusive.
- **KOTLER, F. y ARMSTRONG, G.** *Marketing*. Pearson, decimocuarta edición, 2012.
  Páginas 190 a 201 inclusive
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases: Las estrategias de las empresas y su impacto en el territorio: diferenciación, diversificación, acuerdos*.
- **HERRERA, Germán**. *Apuntes de clases: Las empresas turísticas y las economías de escala y alcance*.
- **MOCHÓN MORCILLO**, **F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 206 a 208 inclusive.
- **INDEC.** *Metodología de estimación del Balance de Pagos.* CABA, 2007.
  Páginas 4 a 10 inclusive**.**
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Conceptos básicos de la Cuenta Satélite de Turismo*. Publicado en http://www.e-unwto.org año 2005
  Páginas 1, 2 y 3, y desde 9 a 12 inclusive.

- **DEIE.** *Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza.* Provincia de Mendoza, año 2015. Páginas 2 a 7 inclusive y 13.
- **OBSERVATORIO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DE MENDOZA**. *Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza año 2014*. Universidad Nacional de Cuyo – Ministerio de Turismo de la Provincia de Mendoza. Mendoza año 2015.
  Páginas 62 a 67 inclusive.
- **INDEC.** *Bienes, Servicios Reales y Transferencias Corrientes, en millones de dólares. Año 2015 y 2016.*
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 4. Valuación económica de los recursos turísticos.*
- **MOCHÓN MORCILLO, F.** *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008. Páginas 373 a 398 inclusive.
- **HERRERA, G y SAUA PAVÓN, M**. El Impacto del Turismo en las condiciones de vida de la provincia de Mendoza. Universidad del Aconcagua, 2016
  Páginas 6 a 9 inclusive
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. El turismo y la atenuación de la pobreza. Publicado en http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza
  Artículo completo
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. Los siete mecanismos para la reducción de la pobreza. Publicado en http://step.unwto.org/es/content/los-siete-mecanismos-st-ep
  Artículo completo
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Argentina (PFETS) 2020. Ministerio de Turismo de la Nación, CABA año 2012
  Páginas 54 y 55 inclusive.
  Páginas 122 a 124 inclusive.
  Páginas 140 a 148 inclusive.
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. *Informes de Cadenas de Valor – Servicios Turísticos.* CABA, 2016.
  Páginas 8 a 10 inclusive, 53 y 54.
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 5.*
- **PULIDO FERNANDEZ, Juan.** *El turismo sostenible. Definición, conceptos y aplicabilidad en una sociedad globalizada*. Universidad de Jaén. Jaén 2019
  Páginas 19 a 26 inclusive
- **OPPENHEIMER**, Andrés. ¡Sálvese quien pueda! El futuro del trabajo en la era de la automatización. Ed. Penguin Random House, 2018.
  Páginas 18 a 22 inclusive
  Páginas 24 a 27 inclusive
  Páginas 99 a 109 inclusive
  Páginas 279 a 282 inclusive
- **MOCHÓN MORCILLO**, F. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
  Páginas 219 a 237 inclusive.
  Páginas 245 a 249 inclusive.
- **ESPÍNOLA, N., y JAUME, D**. *Elasticidad ingreso del turismo doméstico: evidencia internacional mediante un modelo de datos de panel*, en Anales de la Asociación Argentina de Economía Política, 2009.
  Página 12 (Conclusiones)
- **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 6.*

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- **ESPÍNOLA, N., y JAUME, D**. *Elasticidad ingreso del turismo doméstico: evidencia internacional mediante un modelo de datos de panel*. Anales de la Asociación Argentina de Economía Política, Argentina año 2009.

- **FORO ECONÓMICO MUNDIAL**. *Reporte de competitividad en viajes y turismo año 2015*. WEF, Ginebra año 2015.
- **GOBIERNO DE MENDOZA.** *Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza.* DEIE, Mendoza año 2015.
- **HERRERA, G y SAUA PAVÓN, M.** *El Impacto del Turismo en las condiciones de vida de la provincia de Mendoza.* Universidad del Aconcagua, Mendoza año 2016
- **MOCHÓN MORCILLO, F**. *Economía y Turismo*. Ed Mc Graw Hill, segunda edición, 2008.
- **MOCHON, F. y BEKER, V.** Economía: Principios y Aplicaciones. Ed Mc Graw Hill, cuarta edición, 2008**.**
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**. *Panorama OMT del Turismo Internacional 2016*. OMT, Madrid año 2015.
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Conceptos básicos de la Cuenta Satélite de Turismo*. OMT, Madrid año 2005
- **OBSERVATORIO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DE MENDOZA**. *Anuario Estadístico de la provincia de Mendoza año 2015*. Ente Mendoza Turismo, Mendoza año 2016.
- **OBSERVATORIO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DE MENDOZA**. *Informe exploración de mercados emisores de turistas a la provincia de Mendoza. Países de Sudamérica, período 2012- 2014*. Ministerio de Turismo, Mendoza año 2015.
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.** *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Argentina (PFETS) 2020*. Ministerio de Turismo de la Nación, CABA año 2012
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. *Informes de Cadenas de Valor – Servicios Turísticos.* Ministerio de Hacienda y Finanzas, CABA año 2016.
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. *Manual de implementación de la Cuenta Satélite de Turismo de la Argentina, Introducción.* Ministerio de Turismo – UBA, CABA, año 2007.
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN**. *Manual de implementación de la Cuenta Satélite de Turismo de la Argentina, Capítulo 1.* Ministerio de Turismo – UBA, CABA, año 2007.
- **PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.** *Metodología de estimación del Balance de Pagos.* INDEC, CABA, año 2007.
- **INDEC**. *Bienes, Servicios Reales y Transferencias Corrientes, en millones de dólares. Año 1994 a 2016.*

Mendoza, marzo de 2020

Germán Eduardo Herrera
Licenciado en economía

ANEXO

Debido a las condiciones sanitarias de público conocimiento, el cursado del año 2020 se realizará 100% de manera virtual a través del Aula de la Asignatura.

El cursado tendrá una duración excepcional de 12 semanas y todas las actividades para obtener la regularidad de "Análisis económico de los mercados turísticos" se realizarán de manera virtual a través de la Plataforma de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo.

Mendoza, abril de 2020

Germán Eduardo Herrera
Licenciado en economía

PROGRAMA REVISADO
por la Directora de Departamento de Turismo
Dra. Sandra Pérez Stocco