

7-08

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO

CÓDIGO 0156204-

UNED

7-08

ANALISIS ECONOMICO DEL TURISMO
CÓDIGO 0156204-

ÍNDICE

OBJETIVOS

CONTENIDOS

EQUIPO DOCENTE

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

La asignatura de Análisis Económico del Turismo viene a aportar al alumno una formación básica y esencial: los **fundamentos microeconómicos** de la actividad turística. Esos fundamentos son en parte comunes a toda actividad económica, pero tienen también especificidades propias del turismo, por lo que el temario de la asignatura contiene materias clásicas de un curso de *introducción a la microeconomía*, junto a otras que no son tan habituales, como la diferenciación de los productos turísticos basada en la localización espacial y horaria.

Podemos distinguir **dos grandes partes** en los temas que esta asignatura propone, una dedicada a **teoría de la demanda**, que posibilitará que el alumno adquiera unos sólidos conocimientos sobre la naturaleza económica de ese bien que llamamos «turismo», con sus semejanzas y diferencias respecto de otros bienes; y otra parte dedicada a **tipos de mercado**, que son los distintos «ambientes» en los que la empresa turística desarrolla su actividad. Es obvio que hay materia que el alumno debe conocer y que es necesaria para «cerrar el círculo», como es el estudio de la empresa en sí, con su tecnología y sus restricciones económicas, que precisan de una **teoría de la producción** y una **teoría de costes**. Pero para esa materia nos remitimos a la asignatura de primer curso Introducción a la Economía, donde dichos fundamentos deben haber quedado desarrollados de forma suficiente. A pesar de ello, cuando no sea razonable pensar que los conocimientos necesarios han quedado suficientemente asentados, incluiremos en **apéndices** la materia que, no siendo parte del temario, se considera necesaria para avanzar en él, materia que el alumno deberá repasar antes de seguir adelante.

Esta asignatura merece con creces el esfuerzo que exige del alumno. En cualquier caso, la exposición de los temas ha sido tratada para que la dificultad de comprensión y la necesidad de fundamentos matemáticos se reduzcan al mínimo. A pesar de ello es necesario, por ejemplo, que el alumno sepa lo que es una **función matemática**, o cómo **derivar**. Parte del razonamiento no puede ser verbal ni gráfico, y será necesario acudir a ese lenguaje preciso que son las **matemáticas**. No podemos detenernos en explicar esa base, por lo demás común a otras asignaturas de esta Diplomatura; por ello, el alumno haría bien en refrescar los conocimientos de matemáticas y economía adquiridos durante el Bachillerato, porque les serán necesarios.

La microeconomía que se disponen a estudiar puede llegar a resultar un tema apasionante, pues desvela la naturaleza de ciertos fenómenos y sus relaciones. Una metáfora apropiada sería el **reloj**, cuyos engranajes están todos directa o indirectamente interconectados, y cumplen una función precisa, lo que explica que tengan que tener una forma determinada y ocupar un lugar concreto en relación a las demás piezas de la maquinaria. No tendremos oportunidad de ver esa maquinaria al completo, y las restricciones de tiempo y afinidad de la materia al tema general de la Diplomatura nos obligan a centrarnos sólo en una parte, pero aún dentro de ella, las cosas tienen siempre su porqué en función de las demás. Sin la

microeconomía nuestro conocimiento de la economía sería impreciso, incompleto y engañoso. Con ella tenemos no sólo un conjunto de conocimientos, sino, sobre todo, una **herramienta** necesaria (diríamos que fundamental) que debe equipar la cabeza de todo buen profesional dedicado profesionalmente a cualquier rama de la economía o, más concretamente, en este caso, a la actividad turística en cualquiera de sus formas. El estudio de esta asignatura teórica no se agradece en el momento, pero sí con el paso del tiempo.

CONTENIDOS

PRIMERA SECCIÓN

El comportamiento del consumidor y la demanda de turismo

LECCIÓN 1

LAS POSIBILIDADES DE GASTO DE LOS CONSUMIDORES

1. Introducción
2. Nuestra capacidad de gasto: la restricción presupuestaria
3. Cambios en la restricción presupuestaria: variaciones exógenas de renta y los precios
4. Algunos ejemplos de restricciones presupuestarias
 - 4.1. Impuestos directos
 - 4.2. Impuestos indirectos
 - 4.3. Restricciones no lineales

LECCIÓN 2

LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

1. Introducción
2. Nuestros deseos: la función de utilidad y las curvas de indiferencia
3. Nuestra valoración subjetiva de los bienes: La Relación Marginal de Sustitución
4. Tipos de bienes que pueden satisfacer nuestras necesidades
 - 4.1. Bienes sustitutos perfectos
 - 4.2. Bienes complementarios perfectos
 - 4.3. Bienes neutrales
 - 4.4. Existencia de un "mal"
 - 4.5. Saciabilidad

LECCIÓN 3

NO PODEMOS TENERLO TODO: LA NECESIDAD DE ELEGIR Y LA DEMANDA

1. La mejor elección posible del consumidor: el equilibrio
2. La demanda individual
3. Cambios en la cantidad demandada de un bien

- 3.1. Cambios en la renta del consumidor: la curva de Engel
- 3.2. Cambios en el precio de un bien: la curva de demanda
- 3.3. Cambios en el precio de otros bienes
4. Algunos ejemplos
 - 4.1. Bienes sustitutos perfectos
 - 4.2. Bienes complementarios perfectos
 - 4.3. Preferencias regulares

LECCIÓN 4

LA DEMANDA AGREGADA. ELASTICIDAD E INGRESO

1. Introducción
2. La demanda agregada de un bien
3. Elasticidad precio e ingreso.
4. Agregación y maximización del ingreso.
5. Externalidades de red

SEGUNDA SECCIÓN

El medio en que se desenvuelven las empresas turísticas: los mercados

Mercados estáticos de productos homogéneos

LECCIÓN 5

MERCADOS PERFECTAMENTE COMPETITIVOS

1. Introducción.
2. La oferta de la empresa a corto plazo.
3. La oferta de la industria y equilibrio a corto plazo.
4. La oferta de la empresa a largo plazo.
5. La oferta de la industria y equilibrio a largo plazo.
6. Ejemplo resumen.

LECCIÓN 6

UN CASO EXTREMO EN LOS MERCADOS DE PRODUCTO: EL MONOPOLIO

1. Introducción
2. Equilibrio a corto plazo del monopolio
3. Equilibrio a largo plazo del monopolio
4. Monopolio con dos o más plantas
5. La discriminación de precios
6. Determinación de precios según franjas horarias o temporadas (peakload pricing)

Mercados estratégicos de productos homogéneos***LECCIÓN 7******MERCADOS EN COMPETENCIA IMPERFECTA. LA TEORÍA DE JUEGOS.***

1. Introducción
2. El dilema del prisionero
3. Estrategias dominantes
4. El equilibrio de Nash
5. Juegos repetidos
6. Juegos secuenciales
7. Los movimientos estratégicos

LECCIÓN 8***MERCADOS OLIGOPOLÍSTICOS***

1. Introducción
2. Mercados no colusivos
 - 2.1. El duopolio de Cournot
 - 2.2. El modelo de Stackelberg
 - 2.3. El liderazgo de precios
 - 2.4. La curva quebrada de demanda
3. Modelos colusivos

Mercados estratégicos de productos diferenciados***LECCIÓN 9******MERCADOS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS (*)***

1. Introducción
2. La competencia monopolística
3. La diferenciación espacial del producto
 - 3.1. El modelo lineal (una calle, una playa)
 - 3.2. El modelo circular (horarios, una isla)
 - 3.3. Determinación de precios
4. La publicidad
 - 4.1. Los determinantes de la intensidad publicitaria
 - 4.2. La publicidad en mercados oligopolísticos
 - 4.3. Determinantes de las elasticidades

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

ARTURO GONZALEZ ROMERO
agonzalez@cee.uned.es
91398-8867
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TEORÍA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MATEMÁTICA

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

RUBEN OSUNA GUERRERO
rosuna@cee.uned.es
91398-9352
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TEORÍA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MATEMÁTICA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788480045995

Título:ECONOMÍA DEL TURISMO (1ª)

Autor/es:Calvo González, José Luis ; Osuna Guerrero, Rubén ; Lorenzo Segovia, Mª José ;

Editorial:CERA

En este curso se establece una distinción entre la bibliografía básica, suficiente para preparar la asignatura, y los manuales de lectura recomendada para aquellos alumnos que estén interesados en profundizar más en los temas en este momento o más adelante.

El texto básico sobre el que se ha elaborado el programa de la asignatura y con el que, en consecuencia, se han hecho coincidir sus epígrafes es:

LORENZO, M. J.; CALVO, J. L. y OSUNA, R. (2003): *Economía del Turismo*, Ed. CERA, Madrid.

Se ha añadido un **tema 9** dedicado a la diferenciación de productos y un **epígrafe 5 al tema 4** dedicado a las externalidades de red (*). Estas partes **no** se encuentran en el libro, pero pueden obtenerse en el **módulo de contenidos del Curso Virtual** de la asignatura, junto con material docente adicional en forma de **apuntes** que el alumno debería consultar antes de empezar el estudio de la asignatura.

También hay una página que recoge *dudas frecuentes*, relacionadas a veces con erratas que contiene el libro de texto o el CD-ROM, y que el alumno debería consultar para evitar confusiones por este motivo:

<http://www.uned.es/dpto-analisis-economico1/56204/material/fedeerratas.htm>

Puede encontrarse más información sobre la asignatura en la web:

<http://www.uned.es/dpto-analisis-economico1/56204/56204.htm>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788420531311

Título:MICROECONOMÍA (5ª)

Autor/es:Pindyck, Robert S. ; Rubinfeld, Daniel L. ;

Editorial:PEARSON ALHAMBRA

ISBN(13):9788420620947

Título:TEORÍA MICROECONÓMICA (1)

Autor/es:Bilas, R.A. ;

Editorial:ALIANZA EDITORIAL, S.A.

ISBN(13):9788448198480

Título:MICROECONOMÍA Y CONDUCTA (5ª)

Autor/es:Frank, R.H. ;

Editorial:MC GRAW HILL

ISBN(13):9788477387831

Título:ECONOMÍA DEL OCIO Y DEL TURISMO (1ª)

Autor/es:Tribe, J. ;

Editorial:SÍNTESIS

ISBN(13):9788478290659

Título:MICROECONOMÍA (3ª)

Autor/es:Perloff, J. ;

Editorial:PEARSON

ISBN(13):9788480045407

Título:MICROECONOMÍA. CONSUMO Y PRODUCCIÓN (1ª)

Autor/es:Lorenzo Segovia, Mª José ; Calvo González, José Luis ;

Editorial:CERA

Sobre análisis económico el turismo no hay, en español, prácticamente nada a lo que acudir, dejando aparte el manual recomendado para esta asignatura. Pero el principal problema al que se enfrentarán los alumnos puede ser la necesidad de manuales complementarios de microeconomía, que aporten los conocimientos fundamentales que la asignatura requiere. Como textos para consulta o ampliación de algunos temas se sugieren los siguientes (para quien pueda necesitarlos):

Otros libros en castellano sobre economía del turismo, que tienen un enfoque distinto, y por tanto complementario, al manual que recomendamos para esta asignatura:

* Alegre Martín, J.; Cladera Munar, M.; Juaneda Sampol, C. (2003): Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística, Pirámide, Madrid, 2003.

* Tribe, J. (2000): Economía del Ocio y del Turismo, Editorial Síntesis, Madrid, 2000.

* Pedreño, A. y Monfort, V. (1996): Introducción a la Economía del Turismo en España, Cívitas. Madrid, 1996.

A continuación una lista de manuales de microeconomía que pueden completar la base que el alumno recibirá en este curso, donde muchas cuestiones microeconómicas sobre la empresa y los mercados en los que operan no se tratan, o se hace de manera meramente introductoria:

* Bilas, R. A. (1971): Teoría Microeconómica, Alianza Universidad, Madrid, 1990. Es un libro más ligero que un manual de microeconomía intermedia pero, a la vez, extraordinariamente completo y riguroso en los temas que trata (los clásicos), por lo que proporciona un buen nivel de conocimientos sin recurrir a desarrollos matemáticos, que quedan alojados en apéndices y notas.

* Perloff, J. M. (2004): Microeconomía (3ª edición), Pearson-Prentice Hall. Es un manual en cierto modo atípico, pues trata muchas cuestiones que los manuales clásicos aún no incorporan (aunque se pueden encontrar en los manuales más avanzados, si bien no expuestos de forma tan accesible). Perloff acompaña el texto con excelentes ejemplos sacados de casos reales. El libro se ha traducido al castellano.

* Calvo, J.L. y Lorenzo, M.J. (2002): Microeconomía: Consumo y Producción, CERA. Madrid. Es un libro de microeconomía intermedia donde el alumno puede revisar algunos de los temas con un nivel algo superior al de un curso introductorio.

* Frank, R. H. (2005): Microeconomía y conducta, 5ª edición, McGraw-Hill. En este manual uno puede encontrar temas que, normalmente, no se encuentran desarrollados, como el de la diferenciación espacial. Tiene un enfoque original, poco convencional y, por tanto, más cercano al manual recomendado para esta asignatura.

* Pyndick, R. S. y Rubinfeld, D. L. (2001): Microeconomía, 5ª edición, Prentice Hall, Madrid. Es otro manual introductorio, aunque extenso, con un tratamiento ameno y actual.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los exámenes de la asignatura se realizarán únicamente en las Convocatorias de *Febrero* y *Septiembre*. La duración de los exámenes será de **una hora y media**, y constarán de **doce preguntas tipo test**. Las preguntas se calificarán de la siguiente forma: 1) cada pregunta respondida correctamente con **+0,83** puntos; 2) cada respuesta incorrecta con **-0,20** puntos y 3) las preguntas no respondidas se califican con **0** puntos. Las preguntas tendrán sólo una respuesta correcta, de entre las cuatro posibles.

No se puede utilizar el programa de la asignatura, calculadoras o cualquier otro material durante el examen.

Para superar el examen, el alumno debe haber obtenido como mínimo una calificación **5** puntos.

Los estudios universitarios **no** consisten en aprender de memoria y repetir mecánicamente lo que memorizamos, sino en desarrollar la capacidad para entender y resolver problemas. Por ello, el material docente ofrece ejemplos de posibles preguntas teóricas y problemas, pero en los exámenes **pueden plantearse preguntas y problemas diferentes**.

Las **plantillas de respuestas** se publicarán exclusivamente en los foros del Curso Virtual, una vez finalizada la segunda semana de exámenes, en febrero, o la única semana de septiembre, y tras poner las mismas a disposición de los Profesores Tutores, que contarán con unos días para examinarlas y hacernos llegar los comentarios que estimen oportunos.

Las **reclamaciones** o **solicitudes de revisión** de corrección, siempre argumentadas y personales, deberán hacerse por escrito, mediante carta, fax o correo electrónico dirigidos a la atención de los profesores de la asignatura, pero en ningún caso en los foros de los cursos virtuales, cuya función no es esa. El plazo es de **diez días naturales** desde la fecha de publicación de las notas. Dado que el examen es tipo test, la valoración es objetiva. Pueden ser objeto de reclamación sin embargo tanto la plantilla de respuestas aplicada a la corrección como la correspondencia de la calificación al examen realizado y a dicha plantilla. Las reclamaciones se harán llegar mediante carta, fax o correo electrónico, y según las condiciones y plazos establecidos en las *Directrices sobre el proceso de revisión de exámenes de la Secretaría General de la UNED*, aprobadas por acuerdo del Consejo de Gobierno de 13 de noviembre de 2002, y publicadas en el BICI de 2 de diciembre de 2002. Se ruega a los alumnos que lean esas disposiciones y se atengan a ellas.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Las consultas relativas a la asignatura se atenderán durante el *primer cuatrimestre* del curso académico los **martes** desde las **16,00** a las **20,00** horas en:

a) El **despacho 2.1.1** o en el **2.28** de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2.^a planta).

b) El teléfono de la asignatura, **91 398 88 67** o en el **91 398 78 19**.

c) El **fax 91 398 87 68** (dirigido a la atención de los profesores de la asignatura).

d) Mediante correo electrónico en las direcciones: D. Arturo González (**agonzalez@cee.uned.es**) y D. Rubén Osuna (**rosuna@cee.uned.es**). Se recomienda usar preferentemente el correo electrónico para las comunicaciones con el Equipo Docente (excepto consultas sobre la materia de la asignatura, que deben hacerse en los foros de los Cursos Virtuales). Envíen los correos electrónicos siempre dirigidos a uno de los profesores con copia al otro, y especificando en el asunto el nombre de la asignatura.

e) En los **foros especialmente creados para consultas sobre el temario** (uno para cada tema) dentro del Curso Virtual, incluidos los foros de cada Centro Asociado atendidos por los tutores. Los foros permiten que las dudas sean resueltas por los miembros del Equipo Docente o los tutores, y evita que las preguntas se repitan, pues las respuestas pueden ser consultadas por todos. En el Tablón de Anuncios de los foros del Curso Virtual se colgarán unas **normas de uso** para los mismos.

Examen extraordinario de fin de carrera

Los alumnos que cumplan con ciertos requisitos, recogidos en la Guía del Curso, pueden *solicitar por escrito* a la Secretaría de la Facultad, con un mes de antelación, un **examen especial**, en convocatoria extraordinaria, a celebrar presencialmente en Madrid, en la Facultad de CC. Económicas y empresariales, en el mes de noviembre. Se ruega lean atentamente estas condiciones y requisitos. El formato de la prueba es el mismo de las pruebas ordinarias: examen tipo test de 12 preguntas.

Trabajo de fin de carrera

Se ofrece una línea de trabajo relacionada con esta asignatura como **Trabajo de Fin de Carrera**, que aporta 5 créditos. Las condiciones establecidas por la Universidad, así como los detalles concretos de nuestra oferta, pueden consultarse en la Guía del Curso de Turismo 2007-2008. Se ruega lean atentamente dichas condiciones y **se atengan a los plazos y formalidades**. Es requisito para poder realizar el trabajo con nosotros haber aprobado previamente la asignatura de Análisis Económico del Turismo (troncal de segundo curso de la Diplomatura), y tener cierto nivel de conocimientos de inglés escrito y de matemáticas.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.