

DEMANDA DE TURISMO: MICROFUNDAMENTOS

Curso 2016/2017

(Código:65033134)

1.PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

El turismo es un importantísimo sector dentro de la actividad económica mundial y en particular para España. España la visitan millones de consumidores turísticos que a lo largo de los años han cambiado sus características y su modo de compra. Se ha pasado de un consumidor inexperto, pasivo en el proceso de compra, movido sobre todo por motivaciones climáticas a un consumidor moderno, activo en el proceso de compra (p.ej. contrata sus viajes directamente a través de internet), con motivaciones climáticas pero también culturales y de descubrimiento, con una amplia memoria de consumos anteriores y conocedor de sus derechos como consumidor.

La industria turística española en general y sus diferentes subsectores (alojamiento, transporte, ocio, etc.) están evolucionando con sus clientes, por ello es importante conocer los mecanismos por los que el consumidor turístico rige su comportamiento ante la compra de servicios turísticos, las influencias principales que condicionan su actuación y los procesos básicos que sigue en la toma de decisiones. Y más todavía si consideramos que el consumidor turístico es un consumidor poliédrico que no actúa siempre de la misma forma, sino que varía según la situación del consumo y el producto turístico concreto modificando su nivel de implicación en la compra y las condiciones de evaluación de alternativas de consumo y sistemas de comercialización.

Esta asignatura pretende describir de una forma sencilla y clara, pero a la vez rigurosa y científica, cómo es la demanda turística, cuáles son los mecanismos de actuación del consumidor turístico en sus distintas facetas.

En concreto, el objetivo de esta asignatura es proporcionaros información y las herramientas necesarias para que seáis capaces de realizar un análisis empírico de la demanda turística a la que os enfrentaréis si fuerais empresarios turísticos, y que podáis delimitar el tipo de turistas con el que debéis de tratar. Para ello, a lo largo del curso se van intercalando las partes teóricas con artículos académicos y divulgativos que van a permitir os adquirir una visión aplicada de cuál es la demanda turística española y mundial.

2.CONTEXTUALIZACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

La asignatura "Demanda de turismo: Microfundamentos", de Tercer Curso de Grado de Turismo (2º cuatrimestre) es una asignatura obligatoria de 6 créditos ECTS. Se trata de una asignatura pensada para ofrecer un amplio conocimiento de cómo es la demanda turística de un país o de una región y de cuáles son las herramientas que van a permitir medirla.

La asignatura "Demanda de turismo: Microfundamentos", pretende familiarizar a los estudiantes con los datos y enseñarles como los conceptos de teoría económica estudiados en los cursos anteriores son aplicados a la industria el turismo y resultan de utilidad los empresarios o directivos de empresas turísticas.

La asignatura "Demanda de turismo: Microfundamentos" viene a complementar el conocimiento que los estudiantes han adquirido con las dos asignaturas previas de conceptos económicos aplicados al turismo que han estudiado: "Introducción a la economía para turismo" del primer curso y "Análisis Económico del Turismo" de segundo curso. Además, sus conocimientos se verán reforzados con la asignatura "Comportamiento del consumidor" de cuarto curso.

De cara al desarrollo competencial [\[1\]](#) del estudiante, la "Demanda de turismo: Microfundamentos" le generará una cierta capacidad para el "análisis y la síntesis" y para el desarrollo de un cierto pensamiento crítico y creativo. Asimismo la "Demanda de turismo: Microfundamentos" ofrecerá al estudiante unas primeras herramientas para mejorar su expresión oral y escrita en relación con los temas de los que trata la asignatura.

[1]Vide Anexo III del Documento básico "Orientaciones para la elaboración...."

3.REQUISITOS PREVIOS REQUERIDOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para poder entender sin dificultades la asignatura "Demanda de turismo: Microfundamentos" es imprescindible tener previamente los conceptos básicos del álgebra, del cálculo diferencial y de estadística, así como la representación gráfica de funciones en el plano, que tanto habrán ayudado ya al estudiante para entender las asignaturas cursadas en primer y segundo curso del Grado de Turismo.

Dado que gran parte de la materia se explicará con representaciones gráficas de dos dimensiones, aun cuando las relaciones sean más complejas del tipo $Y=f(x,z)$, será sumamente importante que el estudiante conozca las evoluciones en el plano de $Y=f(x/z^*)$, cuando z^* adopte distintos valores, esto es cuando se modifique lo que se denomina en el discurso científico de nuestra disciplina la cláusula *ceteris paribus*.

El concepto de *elasticidad* será también usado con profusión a lo largo del desarrollo de la "Demanda de turismo: Microfundamentos", por lo que será de interés que los estudiantes lo conozcan con anterioridad.

En general, cuanto más diestro sea el estudiante en el manejo de matemáticas sencillas como las antes indicadas, más fácil le será la comprensión de la materia.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los logros concretos que el estudiante alcanzará después de haber cursado con aprovechamiento esta asignatura pueden cifrarse en diferentes capacidades, que se organizan en función de su carácter teórico y práctico.

A. Conocimientos

- Refuerzo de conocimientos teóricos de teoría de la demanda.
- Explicitar la diversidad y complejidad de la demanda turística.
- Analizar los principales indicadores de la demanda turística: llegadas y gasto de turistas, estacionalidad, motivos del viaje, alojamientos, etc.
- Examinar el perfil socio demográfico del turista que vendría a visitar nuestras instalaciones, cuáles son sus gustos y preferencias, cómo contratan el viaje y cómo utilizan las TIC.
- Identificar los tipos de turistas que se obtienen según los diversos métodos de segmentación del mercado turístico
- Clasificar los turistas atendiendo a los efectos de su conducta sobre el destino turístico.
- Analizar los factores determinantes de la demanda turística: a) factores económicos; b) factores psicológicos y motivación; c) factores demográficos y socioculturales.

B. Destrezas

- Ser capaz de analizar el comportamiento del consumidor turístico.
- Comentar textos especializados de dificultad media.
- Valorar el comportamiento de los consumidores turísticos.
- Argumentar los motivos por los que se deben tomar determinadas decisiones en función de un contexto económico concreto

Al mismo tiempo, y de manera integrada, la asignatura contribuirá al desarrollo progresivo de competencias profesionales y académicas generales como las siguientes:

- Capacidad para exponer los conocimientos adquiridos
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Capacidad para relacionar los distintos aspectos de los estudios económicos y sus puntos de contacto con otras áreas afines
- Capacidad para localizar, manejar y sintetizar información de diversas fuentes (bibliográfica, bases de datos,

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El contenido de la asignatura "Demanda de Turismo: Microfundamentos" está estructurado en dos bloques claramente diferenciados.

El primero de los bloques engloba los contenidos que el alumno deberá conocer para caracterizar, desde el punto de vista teórico, el comportamiento de consumidor. En ese sentido, se incluyen los conceptos básicos teóricos que determinan la demanda individual y agregada, así como los elementos necesarios que permiten definir de forma precisa el equilibrio competitivo entre dos grupos de consumidores.

El segundo bloque, se orienta al análisis específico de la demanda de turismo. Para ello, se requiere que el alumno conozca las características específicas que están detrás de las decisiones de consumo de turismo, las tipologías establecidas de los consumidores desde el punto de vista del turismo y, fuentes y herramientas que permiten cuantificar la demanda de turismo propiamente dicha.

BLOQUE I. ANÁLISIS FORMAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Este bloque se divide en dos partes. La segunda de ellas se cataloga como "Material Complementario", lo cual le otorga ciertas peculiaridades de cara a la evaluación de los conocimientos del alumno, tal y como se detalla en el apartado correspondiente.

- Parte A: La demanda turística (individual y agregada).

En la parte A se introducen los elementos necesarios que permiten estudiar la formación de la demanda individual a partir del problema de maximización de utilidad. Para ello, se repasa a nivel teórico toda la tipología de bienes y servicios, así como la caracterización de la decisión óptima en cada caso. Una vez definida y entendida la demanda individual, se pasa a caracterizar la demanda agregada y se presentan los conceptos de elasticidad y del excedente del consumidor.

- Parte B: Una Economía de Intercambio Puro (Material Complementario).

En la parte B se presenta un modelo muy sencillo de intercambio puro en el que interactúan dos individuos. Las decisiones óptimas de los mismos resultan (1) de la maximización de sus preferencias dada su restricción presupuestaria (que está implícitamente definida por los precios de los bienes y de la cantidad que los individuos poseen de cada una de los bienes) y (2) del equilibrio en los mercados (la demanda agregada es igual a la dotación inicial de los bienes de la economía). Dichas decisiones óptimas nos permitirán, por un lado, entender y caracterizar la solución de equilibrio (walrasiano) al que llegan los dos individuos en el proceso de intercambio de sus dotaciones iniciales y, por otro lado, también nos permitirá presentar de una forma sencilla los dos teoremas de la Economía del Bienestar.

BLOQUE II. ANÁLISIS TEÓRICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

Este bloque está compuesto por tres partes. La tercera de ellas, o lo que es lo mismo, la quinta del total del contenido de la asignatura, se cataloga como "Material Complementario", lo cual le otorga ciertas peculiaridades de cara a la evaluación de los conocimientos del alumno, tal y como se detalla en el apartado correspondiente.

- Parte C: La segmentación y la diversidad de la demanda turística.

En este capítulo analizaremos en primer lugar las características del consumidor turístico y posteriormente examinaremos las distintas clasificaciones del turismo que se han realizado atendiendo a diversos criterios. En el sector turístico, nos encontramos con una demanda turística formada por un conjunto de consumidores (clientes) con características heterogéneas y donde las empresas del sector tratan de clasificarlos en grupos o segmentos de mercado. Los "segmentos de mercado" definen subconjuntos distintos de consumidores que responden a características similares entre sí. Cada segmento del mercado tiene un comportamiento turístico específico en función de sus necesidades, preferencias y características, de forma que su conocimiento es un elemento básico para gestionar la oferta turística adecuadamente. En la medida en que se conozcan las pautas de consumo de la demanda se asegurará la captación de una cuota de mercado suficiente para hacer visible el proyecto empresarial.

Como vamos a ver en este capítulo existen diferentes métodos para segmentar la demanda turística. Analizaremos básicamente los métodos que permiten obtener conclusiones útiles desde el punto de vista económico. Los tres métodos examinados son los siguientes: 1) Segmentación según el motivo del viaje; 2) segmentación psicográfica; y 3) segmentación interactiva.

- Parte D: Herramientas de investigación para medir la demanda turística.

En este capítulo se presentan cuáles son los factores determinantes de la demanda turística, los cuales permitirán realizar análisis empíricos de la misma. En ese sentido, se detallan las definiciones de las variables que se suelen utilizar para estimar la demanda turística o para realizar análisis descriptivos de dicha demanda.

- Parte E: Tópicos (Material Complementario).

Como se desprende de los anteriores capítulos, el turismo es el sector económico de mayor expansión en las últimas décadas, habiéndose convertido en la primera industria a nivel mundial. Sin embargo, durante décadas no ha sido posible medir su impacto debido a la inexistencia de fuentes estadísticas armonizadas, con el suficiente grado de detalle y disponibles de forma periódica. La aparición de fuentes estadísticas homogéneas a nivel mundial (la Organización Mundial de Turismo (OMT), Eurostat, OCDE) ha permitido cuantificar los efectos económicos del turismo de forma precisa. En particular, ha sido posible analizar la demanda turística, ya que el turismo es un fenómeno especialmente de demanda. En este capítulo pues, se centra en la caracterización de las peculiaridades de la toma de decisiones de los consumidores en lo referente al turismo. Además se presentan las fuentes de datos habitualmente utilizadas para cuantificar empíricamente la demanda de turismo y, en base a ello, realizar previsiones de la misma.

6.EQUIPO DOCENTE

- [MARC VORSATZ](#)
- [FERNANDO BARREIRO PEREIRA](#)
- [JOSE LUIS FERNANDEZ SERRANO](#)
- [ALFONSO PAJUELO GALLEGO](#)

7.METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En la UNED, la metodología de aprendizaje de la "Demanda de turismo: Microfundamentos" en el segundo semestre (Tercer curso de los estudios del Grado de Turismo) es de carácter mixto. En ella se combinan los materiales docentes tradicionales—tales como los textos básicos recomendados, que serán colgados en el curso virtual, además de ejercicios que acompañaran a estos textos- con clases presenciales en los Centros Asociados donde se impartirán clases más o menos convencionales de esta asignatura.

Lo anterior también se combina con las nuevas posibilidades ofrecidas por las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC). A tal efecto los estudiantes podrán entrar en el Curso Virtual en el que se presenta toda la documentación necesaria de cada uno de los temas, un conjunto de ejercicios, un glosario de términos, etc. Los estudiantes también podrán acceder a un Foro de Debate (Discusión) en que podrán comunicarse con los profesores de la Facultad, los tutores, y sus compañeros de asignatura a fin de resolver dudas, e informarse mutuamente de lo que les interese en relación con la asignatura. Las TIC también permitirán la realización de la prueba de evaluación continua. El curso virtual se complementará con las tutorías intercampus y con videos y enlaces relacionados con la demanda turística.

Además de los posibles contactos telefónicos con los miembros del equipo docente de la asignatura todos los martes del segundo semestre que sean lectivos, de 16:00 a 20:00 horas, los estudiantes también podrán relacionarse vía correo electrónico y en cualquier momento, con el equipo docente de la asignatura. También dispondrán de un Tutor Ayudante en Red (TAR), que permitirá a los estudiantes resolver cualquier duda que se le plantee.

En lo relativo al tiempo invertido que se deberá dedicar para preparar la asignatura y al ritmo de estudio, y cabe señalar lo siguiente: El estudiante deberá conocer los temas sugeridos en el epígrafe "Contenido de la Asignatura". Será conveniente la realización de resúmenes personales de cada tema a fin de agilizar el repaso los días anteriores a las pruebas presenciales.

Para determinar la carga de trabajo total se debe tener en cuenta las recomendaciones de *trabajo asignado por crédito*

europo. Dado que cada crédito implicará un volumen máximo de 25 horas de trabajo por crédito, y que los créditos (ECTS) de la Asignatura son 6, esto implica una carga de trabajo total 150 horas. La carga de trabajo podría descomponerse como sigue:

1. Trabajo autónomo del estudiante: 90 horas (3,6 ECTS)—dedicado al estudio de los textos recomendados de cada tema, a la realización de actividades y prácticas individuales siguiendo las pautas de los ejercicios de autoevaluación, y a la preparación y realización de las pruebas escritas.
2. Trabajo del estudiante mediante la interacción con los profesores de la sede central, tutores, y resto de estudiantes: 60 horas (2,4 ECTS). Esta interacción se puede realizar mediante la asistencia a las clases presenciales en los centros asociados y/o a través del curso virtual.

8.EVALUACIÓN

La evaluación constará de una prueba presencial y una prueba de evaluación continua. Para aquellos estudiantes que hayan obtenido en la prueba presencial como mínimo un aprobado (a partir de 5 puntos), la calificación final será el resultado de la suma de la calificación obtenida en la prueba presencial y los puntos obtenidos como resultado de la evaluación continua. En otras palabras, la calificación obtenida en la evaluación continua sólo se agregará a la calificación de la prueba presencial cuando en ésta se haya obtenido al menos 5 puntos.

1. La prueba presencial constará de 20 preguntas "tipo test". Cada una de las cuestiones tendrá cuatro respuestas, de las que tan sólo una será verdadera. Las respuestas correctas tendrán un valor de + 0.5 puntos; las respuestas incorrectas restan 0.15; las no contestadas no puntuarán. El aprobado se consigue con 5 puntos. El uso de la Guía Didáctica no será autorizado durante la prueba presencial y sólo se puede utilizar calculadora no programable. El material que ha sido catalogado como "*material complementario*" no se considera materia a evaluar en las pruebas presenciales de junio y septiembre, si bien no tiene esa misma consideración en la prueba de evaluación continua (PEC), es decir si será materia que se incluya en dicha prueba de evaluación continua, con la restricción del número de preguntas referidas a esta parte del material descrita más abajo.

2. La evaluación continua consiste en una prueba *voluntaria* que se realizará a través del curso virtual. Esta prueba de evaluación continua constará de 10 preguntas "tipo test" de contenido teórico y/o práctico. *Hasta un máximo de 4 preguntas de la PEC podrán ser extraídas del material catalogado como "material complementario" (2 preguntas sobre la parte B y dos preguntas sobre la parte E).* Cada una de las cuestiones tendrá cuatro respuestas, de las que tan sólo una respuesta será verdadera. Las respuestas correctas tendrán un valor de + 1 puntos; las respuestas incorrectas restan 0,25 puntos y las no contestadas no puntuarán. El aprobado se consigue con 5 puntos. Los puntos que se añadirán a la calificación de la prueba presencial se hallarán calculando el 10% de la nota, siempre que ésta sea 5 o mayor. Por ejemplo, si la calificación de la prueba de evaluación ha sido de 10 se le sumará 1 puntos y si la calificación ha sido de 5 se sumará 0,5. La fecha de la PEC se anunciará en el "Tablón de Anuncios" del curso virtual con suficientemente antelación.

La calificación final será la suma de la nota obtenida en la prueba presencial (siempre que ésta sea igual o superior a 5 puntos) y los puntos obtenidos en la prueba de evaluación continua. Por ejemplo, si un alumno ha obtenido un 7 en la prueba presencial y en la prueba de la evaluación continua obtuvo un 7, su calificación final será la siguiente:

$$\text{Calificación final} = 7 + (7 * 0,1) = 7 + 0,7 = 7,7.$$

Es importante señalar que únicamente se asignarán Matrículas de Honor a aquellos alumnos que hayan obtenido un 10 en la prueba presencial y un 10 en la evaluación continua (PEC). Los alumnos que obtengan un 10 como consecuencia de la suma de la nota del examen presencial y los puntos obtenidos en la prueba de evaluación continua tendrán la calificación de sobresaliente (10).

9.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

No existe un libro de bibliografía básica (ni complementaria), sino que el material que se debe estudiar para cada una de las partes estará colgado en el curso virtual de la asignatura.

10. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

Igual que la bibliografía básica, la bibliografía complementaria estará colgado en el curso virtual de la asignatura.

11. RECURSOS DE APOYO

Los estudiantes de esta asignatura disponen de un curso virtual donde encontrarán información relevante de cada uno de los temas y ejercicios. En él se colgarán las videoconferencias o cualquier novedad que sirva para mejorar la enseñanza. Los estudiantes se podrán poner en contacto con los profesores y tutores a través de los foros de debate que se encuentran en dicho curso virtual.

12. TUTORIZACIÓN

Los alumnos de esta asignatura disponen de un servicio de tutorización a través de Internet. Este servicio incluye, además del acceso a un profesor tutor, materiales complementarios y orientaciones que le ayudarán a preparar la asignatura. También se pueden encontrar ejercicios resueltos, exámenes y pruebas de autoevaluación.

Además, los alumnos pueden consultar a los profesores del equipo docente a través de las siguientes modalidades de consulta:

A. Consultas telefónicas y visitas presenciales:

Horario: Martes de 16,00 a 20,00 h.

Tels.: 91 398 8720 / 8457

Dirección: Facultad de CC. Económicas y Empresariales. C/ Senda del Rey, 11.

Despachos: 2.24, 2.1.2.

B. Consultas postales:

Toda correspondencia relacionada con la asignatura deberá dirigirse a la atención de uno de los profesores de la asignatura a la siguiente dirección postal:

A/A: Prof. Dr. D.

Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Departamento de Análisis Económico II

C/ Senda del Rey, 11 - UNED

28040 Madrid

C. Consultas a través de correo electrónico:

José Luis Fernández Serrano

jluis.fernandez@cee.uned.es

Marc Vorsatz

mvorsatz@cee.uned.es