



LA ECONOMÍA DEL TURISMO

María Jesús Such Devesa y Ana
Ramón Rodríguez (Editoras)

Editorial Universidad de Alcalá
ISBN: 978-84-18979-24-8

Durante los años noventa del siglo pasado, la Economía del Turismo empezó a incluirse en los itinerarios docentes de las titulaciones universitarias en turismo y en algunos programas de economía y empresa como materia de especialización. Desde entonces, la relativa dejadez con la que la ciencia económica trataba al turismo contrastaba con el interés y el impacto que el turismo estaba teniendo en la academia hasta que la pandemia mundial a raíz del COVID-19 ha mostrado la relevancia económica del sector y la importancia de analizar el turismo desde el punto de vista económico.

En el libro que se reseña, los autores, además de cubrir los contenidos básicos de la Economía del Turismo propios de los estudios universitarios de turismo, consiguen abordar los principales temas de discusión que están teniendo lugar en el mundo académico, pero con un lenguaje sencillo y ameno, adecuado para aquellos que ya disponen de una cierta formación económica previa y que están cursando asignaturas de especiali-

zación en el propio grado o bien en másteres y doctorados. El libro aborda el turismo desde la Economía Aplicada y tiene la capacidad de dotar al estudiante de los conocimientos, perspectiva y herramientas de análisis suficientes para ejercer como profesionales, gestores o iniciarse en las tareas de investigación.

A diferencia de otros libros sobre el tema, el manual plantea como la globalización económica está impactando en la forma de competir de los destinos y las empresas turísticas, cuestionando, al mismo tiempo los límites al crecimiento turístico y el análisis de la sostenibilidad en el conjunto de sus dimensiones económica, social y medioambiental. En esta línea, introduce el concepto de turisnofobia relacionándolo con la irrupción de externalidades y como la industria turística está afrontando el reto del cambio climático. Por otra parte, se presta una atención especial a la innovación y la digitalización, la economía de plataformas y su importante penetración en las actividades turísticas. Se consigue así una combinación equilibrada entre materias más tradicionales dentro de la Economía del Turismo y el análisis de la estructura de mercados con temas de globalización, innovación y desarrollo sostenible, lo que resulta imprescindible para tratar de entender el desarrollo turístico contemporáneo de los países.

De manera más precisa, en una primera parte, los primeros capítulos del manual se reservan al análisis más tradicional del turismo desde el ámbito de la economía incluyéndose el estudio de la demanda, la oferta, la estructura del mercado, su equilibrio y los principales fallos de mercado, la medición de los impactos del turismo y las políticas públicas en el ámbito turístico.

En el capítulo de la demanda turística se estudian la naturaleza y singularidades propias del turismo identificando sus principales determinantes, pero distinguiendo, de manera novedosa, estas variables en función de los diferentes niveles de elección que están asociados a la compra de los productos turísticos. Por su parte, el capítulo de la oferta, parte de las decisiones propias de la industria sobre la utilización de factores de producción con el fin de obtener los bienes y servicios turísticos que se ofrecen en el mercado. En este sentido la novedad del capítulo se encuentra en la consideración de los conocimientos tecnológicos en la función de producción que luego dará lugar a las estructuras de costes que soporta el sector turístico. Se destacan por último las características propias del sector que suponen, en muchos casos, elevados costes fijos que derivan, a su vez, en una inelasticidad de la oferta que contrasta con la rapidez y flexibilidad de la demanda.

En cualquier caso, el ajuste entre demanda y oferta es materia de estudio en el siguiente capítulo donde una vez analizadas las estructuras de mercado y las estrategias de competencia típicas del sector turístico se analizan los fallos de mercado más característicos del sector. Aquí, la aportación del capítulo, más allá del análisis de las situaciones monopolistas u oligopolistas donde el poder de mercado genera ineficiencias de mercado que también pueden darse en otro tipo de

mercados, está en el reconocimiento de que el producto turístico tiene un elevado componente de bien público y, como tal, la intervención del Estado resulta imprescindible. De esta manera, se analiza el papel que juegan las administraciones públicas como proveedoras de servicios públicos, defensoras del medio ambiente y como entidades con capacidad de corregir las externalidades negativas ante un entorno de progresiva desregulación de los mercados.

De manera razonada, el estudio de las externalidades conduce al planteamiento de la medición del turismo como actividad económica. La no inclusión del turismo como sector económico propio en la configuración tradicional de las cuentas nacionales obliga a introducir macromagnitudes, conceptos y variables básicas para llevar a cabo su medición. En este sentido, se estudia la integración del turismo en los Sistemas de Cuentas Nacionales a través de la elaboración de las Cuentas Satélite del Turismo mostrando la relación que existe entre las diferentes macromagnitudes y su comparabilidad con el Producto Interior Bruto. En cualquier caso, el capítulo destaca por la aproximación que se efectúa al desarrollo humano más allá del crecimiento económico.

Esta primera parte del libro concluye con el capítulo de política turística e intervención pública donde se rescata la idea de la especial necesidad de intervención pública en los mercados turísticos que se había planteado en los capítulos anteriores. Se pone de manifiesto la frecuente complejidad de la implantación de las políticas turísticas por la naturaleza transversal del sector, pero también por la necesidad de coordinar los diferentes niveles de la administración pública (frecuentemente con diferentes niveles de competencias asignadas). La principal novedad estriba aquí en el planteamiento de los retos globales asociados al turismo, la identificación del territorio como ámbito de análisis y la consideración de políticas de reconversión de destinos.

La segunda parte del libro empieza con un capítulo dedicado a la globalización. Tras una visión general, los autores se centran en los impactos del fenómeno sobre el movimiento de personas y por consiguiente sobre el turismo internacional. El capítulo destaca por incorporar análisis específicos para las economías emergentes (y de manera especial China) y también por incluir un apartado específico sobre los impactos de la COVID-19 sobre el turismo. De esta manera, no sólo se consideran los beneficios de la globalización para el turismo, sino que también se apunta a los riesgos de esta. El análisis de la globalización se extiende en el capítulo siguiente con el análisis del proceso de internacionalización de las empresas multinacionales turísticas. Destaca aquí la aportación que supone el capítulo al conocimiento de la estructura, organización y estrategias adoptadas por parte de empresas de los principales subsectores turísticos (aéreo, intermediación y alojamiento) con un análisis riguroso de cuestiones como la irrupción de las compañías de bajo coste, Uber, Booking o Airbnb, entre otras.

Ligado a la globalización de los mercados, el siguiente capítulo centra su atención en la competitividad del turismo, empezando por su definición a nivel de destino y terminando con la competitividad de las empresas turísticas. Más allá del análisis de cuestiones más clásicas, como las propuestas y mediciones del World Economic Forum o la cadena de valor de Porter, la contribución del capítulo se encuentra en el planteamiento del papel que juegan el capital humano y la gestión pública en la competitividad de los destinos.

Relacionado con la competitividad, el penúltimo de los capítulos analiza la innovación en el sector turístico. A pesar de que la innovación constituye un elemento clave de crecimiento para muchos sectores económicos, el capítulo hace una inmersión en las particularidades del sector turístico. Se analizan los conceptos de la inteligencia artificial, el big data, los algoritmos, la sensorización o el Blockchain como impulsores de cambios, tanto en la oferta como en la demanda, y se introduce el concepto de 'ecosistema de innovación' para incidir en el papel de la innovación en la competitividad de las empresas turísticas.

El libro concluye con un análisis de las externalidades y la introducción del concepto de economía circular con varios ejemplos actuales de su aplicabilidad, lo que permite dotar al lector de una sistemática para la toma de decisiones políticas, empresariales y sociales. Se abordan temas de actualidad como el *overtourism*, la gentrificación de las áreas turísticas, y el incremento del precio del suelo como principales efectos negativos sobre el destino. La aportación de este capítulo estriba en la cantidad de ejemplos actuales que pueden llevar al lector a profundizar e investigar por su cuenta casos prácticos de empresas y destinos turísticos que han aplicado políticas correctoras de externalidades, prácticas de principios de sostenibilidad y minimización de impactos del cambio climático y seguimiento de estrategias para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.

En resumen, el manual es capaz de analizar el turismo desde una perspectiva económica sin olvidar su naturaleza interdisciplinar. Su enfoque permite al lector, por una parte, conocer y analizar el comportamiento de los agentes individuales que operan en el turismo para la toma de decisiones (análisis microeconómico) y, por otra, profundizar en el conocimiento de los mecanismos que determinan la actividad económica agregada (análisis macroeconómico), identificando el papel que juega el turismo. De esta manera, el manual puede presumir de ser un excelente instrumento para los alumnos que cuenten con unos conocimientos de economía básicos y quieran profundizar en el análisis económico del turismo y una guía imprescindible para los profesores que quieran disponer de unos contenidos estructurados, pero también con materiales y herramientas actualizadas para trabajar con sus alumnos.

■ **Jaume Rosselló Nadal**