



## PROGRAMA DE CONTENIDO CURRICULAR

|  |                              |                                 |                         |  |  |
|--|------------------------------|---------------------------------|-------------------------|--|--|
| <b>Espacio curricular:</b>   |                              |                                 |                         |  |  |
| - Análisis económico de los mercados turísticos  |                              |                                 |                         |  |  |
| <b>Código SIU-guaraní:</b>   | <b>Departamento/s:</b>       | <b>Ciclo lectivo:</b>           | <b>Sede:</b>            |  |  |
| -15203   | - Turismo                    | - 2022                          | - Central               |  |  |
| <b>Carrera:</b>  |                              |                                 | <b>Plan de Estudio:</b> |  |  |
| - Licenciatura en turismo  |                              |                                 | - ORD. 10/15            |  |  |
| <b>Formato curricular:</b>   | <b>Ubicación curricular:</b> | <b>Créditos</b>                 |                         |  |  |
| - Teórico aplicada   | - Economía y administración  | - No corresponde                |                         |  |  |
| <b>Carga horaria total:</b>  | <b>Año de cursado:</b>       | <b>Cuatrimestre de cursado:</b> |                         |  |  |
| - 70   | - Segundo                    | - Primero                       |                         |  |  |
| <b>Equipo de cátedra</b>   |                              |                                 |                         |  |  |
| - Titular: Mgtr. lic. econ. Germán Eduardo Herrera<br>- JTP: Lic. econ. Walter Félix Mósquez |                              |                                 |                         |  |  |

|   |
|---|
| <b>Fundamentación</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> </ul> |

|                                    |
|------------------------------------|
| <b>Aportes al perfil de egreso</b> |
|------------------------------------|



### 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**

- **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.
- **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.



- **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.
- **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.
- **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, acuerdos entre empresas.
- **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.

## Propuesta metodológica

### Introducción

- La asignatura es teórico-aplicada y se dicta en cinco horas semanales, combinando aspectos teóricos con actividades prácticas, de aplicación de los contenidos dictados.
- El 20% de la asignatura se desarrolla en la plataforma virtual, que dispone de toda la información referida al curso, material de apoyo y la bibliografía obligatoria, guías y notas de clase, 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.
- Se induce a los estudiantes a participar de las consultas 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 que se fomentan 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.

### **Propuesta de evaluación**

#### Criterios de evaluación

- Se toma un examen parcial, un recuperatorio del examen parcial y 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 el examen parcial o su recuperatorio y tres de los cinco trabajos prácticos, con al menos el 60% del puntaje total.

#### Acreditación

- Alumno regular: es aquel que aprobó el examen parcial o su recuperatorio y tres 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 eliminatorio (oral o escrito) 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%     |



## Bibliografía

### Obligatoria por unidad

- **Unidad 1 – Tendencias y características de la demanda de turismo**
  - **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Comunicado de Prensa Panorama OMT del Turismo Internacional 2021.* Publicado en <http://www.e-unwto.org> año 2022.
  - **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Panorama OMT del Turismo Internacional 2018.* Publicado en <http://www.e-unwto.org> año 2019.  
Páginas 1 a 24 inclusive.
  - **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Turismo internacional 2019 y perspectivas 2020.* Publicado en <http://www.e-unwto.org> año 2020.  
Páginas 1 a 13 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.
  - **HERRERA, GERMAN.** Apuntes de clases de la Unidad 1.
- **Unidad 2 – Estructuras 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.
  - **HERRERA, Germán.** Apuntes de clases de la Unidad 2.
- **Unidad 3 – El comportamiento de las empresas en el 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**
  - **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.*
  - **INDEC.** *Cuenta satélite de turismo de Argentina. 2016 – 2019. Vol. 6 N° 18.* CABA, 2022
  - **HERRERA, Germán.** *Apuntes de clases de la Unidad 4.*
- **Unidad 5 – El turismo en el territorio y su impacto en la sostenibilidad**
- **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**
- **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.*

### **Recursos de la cátedra en red**

- <https://www.virtual.ffyl.uncu.edu.ar/course/view.php?id=639>

**Firmas:**



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
FILOSOFÍA Y LETRAS

**ACADÉMICA**  
SECRETARÍA  
ACADÉMICA

Germán Eduardo Herrera

Licenciado en economía

Esp. en docencia universitaria

Mgtr. Planificación y Gestión Sostenible del Turismo

Prof. Mgtr. María Antonella DIBLASI  
Directora a/c Departamento de Turismo  
Facultad de Filosofía y Letras - UnCuyo

FIRMA DIRECTOR/RESPONSABLE DE DEPARTAMENTO



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
FILOSOFÍA Y LETRAS

**ACADÉMICA**  
SECRETARÍA  
ACADÉMICA