

EXTERNALIDADES

EXISTENCIA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

INDICE:

- **Introducción:**

1.1 Definición externalidad.

1.2 Alcance del estudio.

1.2.1 Eficiencia del mercado y definición de externalidades.

1.2.2 Tipos de externalidades.

1.2.3 Soluciones públicas y privadas.

- **Problemática.**
- **Cuantificación y clasificación de la oferta complementaria.**
- **Oferta deportiva.**
- **Oferta cultural.**

2.1.3 Oferta Natural.

2.1.4 Oferta de congresos y convenciones.

2.1.5 Otra Oferta complementaria.

- **Análisis externalidades provocadas por la oferta complementaria en un destino turístico.**

3.1 Comportamiento económico:

3.2 Problema de la cuantificación económica de la existencia de oferta complementaria.

3.3 Efectos: ¿qué aporta la existencia de los servicios complementarios a la economía?

- **Conclusiones.**

1.1 Definición: *Una externalidad se produce siempre que una persona o empresa realice una actividad que afecta al bienestar de otros que no participan en la misma, sin pagar ni recibir compensación por ello.*

1.2 Alcance del estudio.

1.2.1 Eficiencia y fallos de mercado

La mano invisible del mercado (Adam Smith) hace que compradores y vendedores egoístas maximicen el beneficio que la sociedad puede derivar del intercambio.

- **El mercado como mecanismo eficiente de asignación.**

- El mercado como mecanismo que respeta las preferencias.

Fallos de mercado y externalidades:

El objetivo de toda Economía es producir la mejor combinación de productos con los recursos disponibles.

El mecanismo de mercado puede ayudarnos a encontrar esta combinación deseada.

Cuando el mecanismo de mercado genera una combinación de productos diferente de la deseada por la sociedad, decimos que el mercado ha fallado. El mercado ha fallado en cuanto las fuerzas de la oferta y la demanda no llevan a la economía a la combinación mejor (eficiente) en el sentido de la combinación deseada por la sociedad.

Si el mercado no alcanza a lograr lo que la sociedad desea o necesita se requerirá algún tipo de fuerza distinta al mercado para tratar de conseguir las respuestas correctas, los fallos de mercado abren la puerta a la intervención del Estado.

Aparecen fallos de mercado:

- la aparición de externalidades, cuando el comportamiento de determinados individuos o empresas incide directamente sobre el bienestar de los otros.
- La existencia de bienes públicos, bienes para los cuales el consumo de un individuo no necesita que se excluya del consumo de otros individuos.
- Ciertas formas de organización de mercados que hemos calificado como de competencia imperfecta y que se caracteriza porque las empresas tienen poder de mercado.
- La existencia de una distribución de la renta que no es capaz de reflejar nuestro concepto de la equidad (igualdad en el reparto).

Tiene lugar un fallo de mercado cuando las imperfecciones del mercado impiden que los resultados sean los deseados por la sociedad es decir que los resultados sean óptimos.

Existe una externalidad cuando la producción o el consumo de un bien afecta directamente a consumidores o empresas que no participan en su compra ni en su venta y cuando esos efectos se reflejan totalmente en los precios de mercado.

Además del coste de producción que se tiene cuando se fabrica un producto se debería de tener en mente el coste social que implica la producción del mismo.

Lo que no evita que los fallos de mercado existan:

Cuando el resultado de intercambio de un mercado afecta a terceros distintos de los compradores y vendedores, existen externalidades.

Estas externalidades pueden hacer que los mercados sean ineficientes y por lo tanto no logren maximizar el beneficio agregado.

Los tipos de externalidad dependen tanto del impacto en el bienestar de otros y del tipo de actividad que las genera.

1.2 Tipos de externalidades

En función del efecto las externalidades pueden ser:

negativas o positivas.

En función del tipo de actividad las externalidades pueden ser de **producción** o de **consumo**.

Negativas Positivas

Contaminación	Inversión en I+D
Ruido	Formación
Saturación en destino	Investigación
Tabaco	Vacunación
Coches	Educación
Futbol	Centro Histórico

Producción

Consumo

El mercado del aluminio y la economía del bienestar

La cantidad producida y consumida en el equilibrio de mercado es eficiente en el sentido de que maximiza la suma del excedente del productor y del consumidor

Si la empresa que produce el aluminio contamina (produce una externalidad negativa), el coste para la sociedad de producir aluminio es mayor que el coste que soporta el productor de aluminio.

Por cada unidad de aluminio producido, el coste social incluye el coste privado del productor más el coste que soportan los terceros afectados negativamente por la misma

La curva de demanda y la curva de coste social determinan un nivel óptimo de producción inferior al equilibrio de mercado

Externalidades positivas de producción

Cuando una externalidad asociada a la producción beneficia a terceros, existe una externalidad positiva

Un **desbordamiento tecnológico** es un tipo de externalidad positiva que existe siempre que la innovación desarrollada por una empresa no sólo le beneficia a ella, sino a la sociedad en su conjunto.

Crecimiento endógeno

Los costes sociales de producción son menores que los costes privados de productores y consumidores. La intersección de la curva de demanda y de la curva de

coste social determinan el nivel óptimo de producción, superior al equilibrio de mercado.

Las **externalidades negativas** llevan a los mercados a producir cantidades superiores a las socialmente deseables.

Las **externalidades positivas** llevan a los mercados a producir cantidades inferiores a las socialmente deseables

1.3 Soluciones a las externalidades:

1.3.1 Soluciones públicas

El gobierno puede internalizar una externalidad negativa imponiendo un impuesto al productor para reducir la cantidad de equilibrio a la cantidad socialmente deseable

El gobierno puede internalizar una externalidad positiva proporcionando un subsidio al productor para aumentar la cantidad de equilibrio a la cantidad socialmente deseable

La política tecnológica y los impuestos ambientales son dos ejemplos típicos de intervención pública.

Los impuestos ambientales internalizan los costes sociales de la contaminación (gravan)

Las leyes de patentes proporcionan al innovador un derecho de propiedad sobre su invención (subsidian)

1.3.2 Soluciones privadas

La acción pública no siempre es necesaria para resolver el problema de las externalidades

Códigos morales y sanciones sociales

La integración de diferentes tipos de negocios

Contratos como resultado de negociación entre las partes

El teorema de Coase

Si las partes privadas pueden negociar sin costes entre ellas sobre la asignación de los recursos, entonces el mercado privado siempre resolverá el problema de las externalidades y asignará los recursos eficientemente.

Las soluciones privadas no siempre son operativas, debido a los costes de transacción

Costes de transacción: los costes en los que incurren las partes en el proceso de negociación

2. Problemática.

2.1 Cuantificación y clasificación de la oferta complementaria.

Oferta turística básica: Aquellos productos cuyo elemento fundamental es prestar el servicio de alojamiento en sus diferentes Modalidades.

Se divide en:

Hotelería (Hoteles, Hostales, Aparthoteles)

Extrahotelera (Campings, Bungalows, Apartamentos)

Oferta complementaria: Conjunto de actividades que se pueden realizar como complemento a la oferta turística básica y puede constituir en sí misma un atractivo turístico y muchas veces un factor calve para la captación de turistas.

Incluye: Restauración, oferta artístico-cultural, oferta deportiva, oferta, congresos y convenciones, recursos naturales

Matizaciones sobre el concepto de oferta complementaria:

Oferta complementaria consta de de atracciones que se pueden encontrar en una zona determinada y que incitan a su visita: puertos deportivos, campos de golf, parques naturales, parques temáticos, museos.

2.1.1 Oferta deportiva:

Existe una tendencia generalizada en la actualidad de que el turista toma parte activa del viaje y deja de comportarse como mero espectador.

Tipología de la oferta deportiva:

- **Deportes Náuticos:** instalaciones náutico deportivas.

Un número importante de puertos distribuidos a lo largo del litoral, hacen del mismo un extraordinario atractivo para la práctica de los deportes náuticos en unas optimas condiciones tanto climáticas como de seguridad, para cualquier época del año.

Actividades más importantes realizadas en los destinos:

- Vela ligera.
- Charter náutico.
- Moto náutica.
- Buceo.
- Wind surf.
- Kite surf.
- Kayak de mar.

- **El Golf:**

El golf es una de las practicas con más proyección a causa del fuerte incremento de aficionados. El turista de Golf suele tener un poder adquisitivo elevado y permite contrarrestar estacionalidad en el turismo de sol y playa. La existencia de esta oferta tiene un efecto dinamizador en la economía local: empleo directo por el mantenimiento de instalaciones e indirecto por restaurantes hoteles y sector inmobiliario.

Los requerimientos que exige la demanda golfistica se dividen en:

- Clima Benigno.
- Comunicaciones adecuadas.
- Red de alojamientos.
- Amplia oferta de campos de golf
- Otros atractivos artísticos, culturales, gastronómicos, ect.

♦ **Caza y Pesca:**

En ocasiones, atraen a turistas de elevado poder adquisitivo pero es importante tener en cuenta la fuerte estacionalidad que supone esta oferta complementaria gracias a los periodos de veda. Podría ser un atractivo potencial para evitar la estacionalidad, pero encuentra como obstáculos para su desarrollo los problemas medioambientales, un coste alto de su práctica, así como una inexistente infraestructura hostelera de calidad.

• **Deportes de aventura:**

Muchos de estos deportes son de reciente implantación como los deportes denominados de riesgo.

Actividades que desarrolla:

- Aeroestación.
- Rappel.
- Kayak.
- Parapente.
- Paracaidismo.
- Puenting.
- Rafting.
- Senderismo.
- Hípica.

♦ **Estaciones de esquí:**

Surge en Noruega y se propagó a los Alpes hasta ser una de los deportes de invierno y oferta complementaria más explotada. Reune toda unas infraestructuras en la estación: pistas, remontes, cañones de nieve artificial

• **Oferta cultural:**

La demanda de este tipo de oferta esta motivada por conocer manifestaciones artísticas, arqueológicas, monumentales(Enriquecimiento cultural). Es un turista de estancias cortas y flexible, combina esta con otras motivaciones.

Tipología de actividades:

- Visitas a monumentos, museos y exposiciones.
- Asistencia a espectáculos: festivales, cine, teatro, conciertos
- Toma de contacto con manifestaciones culturales típicas (fiestas de interés histórico artístico-artístico, gastronomía, enología, artesanía, arqueología, religión
- Desplazamientos al extranjero para aprender idiomas.

Se debería de tomar medidas para dar a conocer este tipo de lugares que puede visitar el turista dando un simple paseo y sin desembolso monetario alguno. De este modo se puede hacer más atractivo un destino turístico.

• **Oferta Natural:**

Oferta turística que de un modo más o menos directa esta relacionada con la naturaleza. Ecoturismo

- **Parques Naturales:** áreas naturales, poco transformadas por la explotación humana, que poseen unos valores ecológicos, estéticos y científicos cuya conservación merece especial atención, además de

constituir un atractivo turístico (algunos son patrimonio de la humanidad). Poseen una infraestructura tradicional o adaptada a este tipo de turismo.

- **Espacios rurales:** Tiene lugar en localidades rurales: casas de labranza , albergues rurales Es una oferta complementaria a la de Sol y Playa y se encuentra en pleno crecimiento gracias a:

- Estrés de la vida urbana (contacto con la naturaleza y comunidad local)
- Paliar el despoblamiento de zonas rurales (fuente de ingresos adicional a la agrícola y ganadera).

◊ **Áreas de salud:** la motivación principal es la búsqueda del bienestar relacionado con la salud: termalismo, talasoterapia, baños

Oferta de parques temáticos: Atracciones turísticas que se establecen sobre la base animada de uno o varios temas concretos. Esta animación consiste en la participación más activa del visitante por medio de instalaciones. Los temas pueden ser diversos: Dibujos animados (caso Disney), jardines botánicos, mundo del futuro y tecnología, agua y mundo del mar, historia, mundo del cine

2.1.4 Oferta de congresos y convenciones:

Los principales núcleos son las ciudades, se requiere la necesidad de alojamiento, información sobre la ciudad, documentación para congresistas y acompañantes. La característica más importante que complementa la gran estacionalidad que poseen los destinos de Sol y Playa.

2.1.5 Otra Oferta complementaria:

- Centros comerciales (compras de ocio).
- Juegos de azar (casinos y bingos).
- Centros de ocio recreativos.
- Alquiler de vehículos (turismos, motos, todo terreno)
- Zonas de ocio nocturno (Pubs, discotecas)
- Tours temáticos y recorridos turísticos por la ciudad (excursiones en autobús para viajes organizados).

3. Análisis externalidades provocadas por la oferta complementaria en un destino turístico.

3.1 Comportamiento económico:

La existencia de la oferta complementaria provoca una externalidad en la economía del turismo. Cuando a la oferta turística básica (alojamiento) se le añaden otros servicios complementarios ofertados por empresas turísticas distintas a esta decimos que se da una externalidad positiva.

La explicación de esta externalidad positiva se deriva de que el turista, las empresas de alojamiento y los tour-operadores no pagan más por el destino donde se encuentra esta amplia oferta, sino que además se beneficia de la existencia de unos servicios complementarios que puede consumir o no.

En la actualidad muchos destinos están creando **elementos de oferta complementaria** que actúe de factor de diversificación de la oferta actual. Los elementos de oferta complementaria deben ejercer de atractivo en la temporada alta y baja para romper con la estacionalidad de los destinos.

Las líneas de actuación deben dirigirse a complementar la dotación en productos turísticos asociados a altos estándares de calidad que atraigan una tipología de visitante turístico de un menor impacto territorial, pero de un mayor efecto económico inducido por su mayor capacidad de gasto. El proceso de especialización de la

demanda está generando el nacimiento y consolidación de nuevas tipologías de productos turísticos.

- **Problema de la cuantificación económica de la existencia de oferta complementaria.**

Un problema importante es ¿cómo cuantificar el valor añadido que esta oferta complementaria crea en el producto básico?, es decir, ¿en cuantas unidades monetarias aumenta los ingresos de un hotelero al incorporarse estos servicios complementarios al destino?

Lo que esta claro es que estos servicios complementarios crean una renta adicional al destino aumentando el número de turistas y repartiéndolos durante épocas denominadas de temporada baja (ejemplo del golf). Tras el estudio hemos de afirmar que realmente es bien difícil calcular el beneficio adicional que esta oferta complementaria aporta a la básica pero lo que esta claro es que realmente la aporta.

- **Efectos: ¿qué aporta la existencia de los servicios complementarios a la economía?**

Razones para la creciente importancia de oferta complementaria:

- Diversificación que implica.
- Amenazas para el modelo tradicional de sol y playa.
- Creciente demanda de nuevas experiencias
- Interés de organismos públicos de regiones que no han sido destino tradicional
- Tendencia a competir vía diferenciación, conforme se desarrolla el sector

Efectos de la oferta complementaria en el rejuvenecimiento de un destino:

- Atraer nuevos segmentos de elevado gasto.
- Mejorar la imagen del destino.
- Diversificar oferta y diferenciarla.
- Creación de empleo a la población local.

4. Conclusiones:

- **Conceptos.**

Cuando una transacción entre un comprador y un vendedor afecta a un tercero, el efecto se denomina externalidad

Las externalidades negativas hacen que la cantidad óptima socialmente sea superior al equilibrio de mercado

Las externalidades positivas hacen que la cantidad óptima socialmente sea inferior al equilibrio de mercado

- **Soluciones privadas**

Los agentes afectados por las externalidades pueden en ocasiones resolver el problema privadamente

El Teorema de Coase establece que, en ausencia de costes de transacción, los agentes privados alcanzarán siempre una solución eficiente en términos asignativos.

- **Soluciones públicas**

Cuando los agentes privados no pueden resolver el problema, el gobierno puede adoptar una solución:

- ◆ Subsidios e impuestos permiten internalizar las Externalidades.
- ◆ Un mercado de permisos es formalmente equivalente a un Impuesto.
- **Externalidad positiva de la existencia de oferta complementaria en un destino turístico.**
- **Asociacionismo entre Oferta turística básica y Oferta complementaria turística.**