



ISBN: 978-84-92536-84-9

MADAGÁN RIVAS, MARTA  
RIVAS GARCÍA, JESÚS*Estructura, Economía y Política Turística*Septem Ediciones 2012  
320 págs.

España es un referente mundial en materia de turismo. La actividad turística supone para la economía española más de un 10% del Producto Interior Bruto y en torno al 11% del empleo nacional. Sus interrelaciones con el resto de sectores productivos convierten esta actividad en uno de los principales dinamizadores de la economía española, siendo uno de los ejes estratégicos sobre el que diversos planes públicos intentan fundamentar la recuperación económica. La larga experiencia de las principales cadenas hoteleras y agencias de viajes españolas, entre otras actuaciones destacables en materia turística por agentes nacionales, dotan a este sector de una alta capacidad exportadora y de internacionalización. La apertura al exterior experimentada en los últimos años junto al alto dinamismo que presenta el sector demanda profesionales que lideren este proceso. En el actual contexto de crisis económica, una gestión adecuada es imprescindible para mantener al sector turístico a la vanguardia del cambio sirviendo como ejemplo a las recientes economías emergentes. La formación de recursos humanos capaces de desarrollar sus actuaciones en un entorno de alta incertidumbre se convierte así en una pieza fundamental para el éxito empresarial, lo que conlleva la necesidad de incorporar instrumentos específicos de apoyo docente en los actuales planes de estudio que mejoren la calidad de la formación en Turismo.

*Estructura, Economía y Política Turística* de Madagán Rivas (2012) aporta en la docencia una importante herramienta de apoyo centrada en la realidad turística española. El propio título ya anticipa los tres grandes bloques que se encuentran en su interior, un primer bloque dedicado al análisis de la estructura económica del sector, un segundo bloque centrado en el estudio económico de los principales agentes que componen el mismo y un tercer bloque de análisis de la política turística nacional. Esta división, conjuntamente con el planteamiento secuencial de los capítulos, le confiere a la obra una alta flexibilidad en cuanto a posibles usos como material didáctico. Así, el nivel de conocimientos previos requeridos y el área de estudio considerada permiten una adaptación del libro a un amplio abanico de perfiles, que abarca desde

estudiantes de ciclos superiores a profesionales del sector sin olvidarse de los estudios universitarios.

El primer bloque, *Estructura del mercado turístico español*, realiza un recorrido por la realidad turística consiguiendo contextualizar dicha actividad dentro de la economía española. Los dos primeros capítulos conforman la base de aproximación del lector al sector, partiendo de una breve reseña sobre la evolución histórica y ofreciendo una descripción de los principales conceptos que se utilizarán en el resto de la obra. El tercer capítulo se focaliza en la presentación del impacto del turismo en la actividad económica y su descripción general, al tiempo que se cierra este primer bloque con un capítulo dedicado a ofrecer una visión del modelo turístico español desde consideraciones tanto estructurales como propias de la actual coyuntura económica. Este primer bloque ofrece así una visión general y en cierta medida resumida de la realidad turística española, sentando las bases para el desarrollo de los capítulos y bloques posteriores. La utilización de este bloque como herramienta docente resulta idónea para dirigirse a personas desconocedoras de la problemática de la realidad turística que pretendan acercarse a su estudio por primera vez.

El segundo bloque, *Economía turística*, es el más extenso y está compuesto de cuatro capítulos que analizan la actividad turística desde el lado de la oferta, la demanda y la comercialización de productos. *Economía turística* comienza con el capítulo *análisis de la demanda turística*, que ofrece un recorrido por los principales indicadores susceptibles de utilización para la medición de demanda partiendo de los principales factores que afectan a la misma. Posteriormente este capítulo señala qué características son especialmente relevantes en su estudio y finaliza con la exposición de los principales resultados del informe anual de Frontur (2010) elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y con la presentación de los datos coyunturales de Julio, Agosto y Noviembre de 2011. El siguiente capítulo, *análisis de la oferta turística*, ofrece una panorámica de las actividades turísticas clasificada en función de los principales servicios que la componen y señalando las principales empresas que ofertan los mismos. El capítulo *7 taxonomía de la oferta turística* clasifica las principales actividades turísticas en función del fin perseguido por los turistas que las realizan, destacando especialmente las diferencias en las motivaciones que generan el desplazamiento. Este segundo bloque lo cierra el capítulo *la comercialización del producto turístico* que describe el proceso de comercialización de productos en el sector, al tiempo que presenta de forma detallada distintas modalidades de aseguramiento que se ofertan con los productos turísticos.

El tercer y último bloque *política turística* comienza con un capítulo de introducción a la política turística que describe los potenciales fallos de mercados presentes en el sector turístico y contrapone las principales ventajas y desventajas de una política turística centralizada frente a una política descentralizada. Tras este primer capítulo introductorio, el capítulo *la política turística en un contexto de globalización* sintetiza brevemente el papel de la política

turística dentro de las políticas públicas y describe sus aportaciones al crecimiento económico y al bienestar finalizando con los principales retos que debe afrontar en un contexto globalizado. A continuación, el capítulo la *política turística en España* realiza un recorrido por los distintos planes de desarrollo turísticos desde el año 1951, finalizando con la descripción del *Plan del Turismo Español Horizonte 2020* a la que sigue una descripción de determinadas instituciones de fomento de la actividad turística donde destaca una completa descripción de la actividad de Paradores. A continuación el capítulo 12 *planificación turística y ordenación del territorio* profundiza en las características y el procedimiento de la dirección estratégica del sector turístico prestando especial atención al proceso de realización de un Plan de Desarrollo Turístico (PDT). Por otra parte, este capítulo sintetiza las principales características a tener en cuenta en la ordenación del territorio y describe la relación entre el turismo y el medio ambiente destacando el cambio de modelo de los últimos años hacia un modelo de desarrollo turístico sostenible. Este cuarto bloque lo cierra el capítulo *organizaciones turísticas internacionales* que tras presentar el concepto y características que definen a este tipo de organizaciones presenta las más importantes a nivel internacional y español. El libro se cierra con una extensa y rica bibliografía donde se incluye, además de un elevado número de referencias bibliográficas, una webgrafía de alto valor para investigadores y profesionales.

Dada la importancia y el papel dinamizador del sector turístico en la economía española, esta actividad presenta un carácter estratégico para el desarrollo económico. El elevado potencial de internacionalización que presenta el sector lo convierten en especialmente atractivo para numerosos estudiantes y profesionales que ven en el mismo una oportunidad de promoción laboral. Ante esta creciente demanda de formación turística, y dado el papel del turismo en la economía española, se hace imprescindible una formación especializada en este sector, para lo que es imprescindible la disponibilidad de herramientas de apoyo que permitan a los futuros profesionales mantener la actividad a la vanguardia de la creación de valor. Como se ha puesto de manifiesto anteriormente, *Estructura, Economía y Política Turística* permite cubrir las demandas formativas de un sector en alza, y es por tanto un manual recomendable como complemento en la docencia de materias centradas en el ámbito turístico.

*Rubén Lado Sestayo*  
Universidad de Santiago de Compostela





ACEITUNO, PEDRO; BOTE, MARÍA TERESA;  
CASERO, JOSÉ LUIS; DÍEZ, MARÍA TERESA;  
LEZA, MARÍA JOSÉ; TOVAR, JOSÉ

*Creación y gestión de empresas*

Ediciones CEF, Madrid, 2012  
293 páginas

Un nuevo modelo productivo basado en el conocimiento y en la innovación es una condición indispensable para la recuperación económica, tan necesaria en la actualidad. De esta forma, un elemento clave para su consecución se basa en la creación de nuevas empresas, esto es, el emprendimiento. Una economía dinámica en la generación de nuevos entes empresariales gozará de mayor bienestar social, dado que éstas favorecen el crecimiento y la generación de riqueza, dinamizan el tejido industrial en el que se encuentran, estimulando la innovación y la incorporación de nuevas tecnologías.

Ahora bien, un agente clave en todo este proceso es el emprendedor o promotor del nuevo negocio que, para su diseño e implantación en el mercado, deberá realizar un plan de empresa. Por este motivo, *Creación y gestión de empresas* es un manual que ofrece una visión completa de todo el proceso y, en particular, de esta planificación formal y estandarizada de la idea empresarial a través de un plan de negocio.

Con una orientación práctica y alejada de complejidades, se desarrollan ocho unidades didácticas con un hilo conductor lógico y bien estructurado que pretende ser una fuente de referencia básica para cualquier emprendedor y, al mismo tiempo, para cualquier estudiante del área de administración y dirección de empresas y otros profesionales que quieran mejorar y actualizar sus conocimientos sobre esta temática.

En términos generales, todo plan de empresa requiere, al menos, evaluar el proyecto de negocio desde tres ámbitos interconectados: comercial, técnico y económico-financiero. Todos estos aspectos son tratados por los autores y, a mayores, otras dos cuestiones muy relevantes como son: la generación de ideas, que es el germen de todo el proceso, y los rasgos o perfil básico que debería tener un emprendedor.

Así, en la primera unidad didáctica se expone que la creación de una empresa tiene como primer paso identificar una idea de negocio y analizar, con carácter global, su factibilidad en el mercado. Éste es el punto de partida al que habrá de seguir la elaboración del plan de negocio, es decir, un documento que recoge un análisis integral de los diferentes factores con incidencia en

la viabilidad de la nueva empresa. Con buen criterio, los autores permiten que el lector ya tenga una visión global de toda esta labor emprendedora en este primer capítulo del manual y, por tanto, esté preparado para comprender con mayor facilidad y, sobre todo, percibir la interdependencia de todo el proceso, en las siguientes unidades didácticas que ya tratan aspectos más particulares.

De hecho, las unidades didácticas segunda y tercera se focalizan en la exposición de los conceptos y herramientas básicas para efectuar los análisis económico-financiero y comercial. Asimismo, en las unidades cuarta y quinta, los autores se refieren a los procesos jurídicos asociados al emprendimiento, esto es, exponen las formas jurídicas que ésta puede adoptar bajo la legislación española vigente en la actualidad. Concretamente, se presentan sus características básicas y trámites asociados, así como, en el caso de la franquicia que es objeto de un análisis más profuso, sus ventajas e inconvenientes para los diferentes agentes implicados (franquiciador y franquiciado).

Las unidades didácticas sexta y séptima se refieren a las obligaciones en materia tributaria y sociolaboral. Cabe destacar con respecto a la fiscalidad, que los autores explican cómo realizar una adecuada planificación en esta materia con el objetivo de maximizar el ahorro asociado a la tributación de los rendimientos. Asimismo, resuelven un caso práctico que pone de relieve la diferente tributación generada por una actividad empresarial en función de que su titular sea una persona física o jurídica. Por su parte, en relación con el marco laboral, se hace hincapié en la descripción de las diferentes obligaciones que ligan al emprendedor con la Seguridad Social, no sólo en el momento de la constitución formal del negocio sino también en momentos posteriores que, básicamente, se corresponden con el desarrollo de la actividad.

El manual concluye con la presentación de casos prácticos, los cuales permiten conectar la teoría con la realidad empresarial, esto es, su plasmación en el mercado a través de experiencias personales, en algunos casos, contadas en primera persona por el propio emprendedor. De hecho, este capítulo ofrece una guía de los aspectos básicos que deben caracterizar el espíritu emprendedor como, por ejemplo, los conocimientos, la capacidad de liderazgo y toma de decisiones, la motivación, el carácter innovador, entre otros.

En definitiva, *Creación y gestión de empresas* configura un manual básico que presenta de una forma detallada el proceso emprendedor. Para cumplir con este propósito, los autores recurren no sólo a la presentación pormenorizada de esquemas previos al desarrollo de cada unidad didáctica, sino también a la inserción de cuadros explicativos en el propio texto que ponen de relieve ideas fundamentales o realizan oportunas matizaciones. Todo ello redundará en un afianzamiento de los conceptos expuestos en el texto, objetivo al que también contribuye la bibliografía específica que se proporciona a la conclusión de

cada unidad. En conclusión, esta obra constituye una buena referencia académica para aquellos que deseen conocer en detalle cómo articular la creación de una empresa, sobre todo, a través del planteamiento de un adecuado plan de negocio.

*María Milagros Vivel Búa*  
Universidad de Santiago de Compostela