

# EL TURISMO DENTRO DE LA TEORIA DEL COMERCIO EXTERIOR

## UN ANALISIS ECONOMETRICO

Por  
Javier F. Lalcona

El presente trabajo es un intento de considerar el fenómeno turístico dentro del comercio internacional, asimilable a la exportación de servicios. Tradicionalmente el análisis de los factores condicionantes del turismo viene realizándose de un modo un tanto independiente de la teoría general del Comercio Exterior. A esto ha favorecido, sin duda, la peculiaridad del fenómeno turístico que está condicionado en gran medida por factores sociológicos tales como el ocio, la curiosidad en descubrir nuevos lugares, la expansión del horizonte geográfico, la revolución de los transportes, etc. Hasta el presente, los estudios empíricos realizados en el análisis del Comercio Exterior se han centrado exclusivamente en el movimiento de bienes, dejando fuera de consideración el análisis del movimiento de servicios. Como más tarde veremos, son muchas las dificultades que se encuentran para tratar de expresar los factores que inciden en las transacciones de servicios en términos cuantitativos unitarios en el interior del país de origen en relación con el coste en el país de destino, y de otra comparación de costes entre distintos países de posible destino, a igualdad de "calidad" en el servicio turístico considerado.

El estudio que sigue, intenta ser una aportación a la meta de situar la mecánica del intercambio turístico en el contexto más amplio del comercio internacional de servicios. Inicialmente se parte de un análisis de los factores que inciden, al menos teóricamente, en las transacciones turísticas. En segundo lugar, se trata de expresar en términos cuantitativos (variables) aquellos factores, de modo que sea posible manejarlos en un modelo econométrico. Finalmente, se contrasta la calidad de las variables empíricas seleccionadas para expresar adecuadamente el flujo de intercambios turísticos en el caso español. El ámbito de la aplicación del modelo es el que se ciñe a

la década de los sesenta, período histórico suficientemente homogéneo para poder realizar el análisis de regresión en sección temporal con suficiente rigor. El lector debe considerar, sobre todo, que la aportación más importante de este estudio es el replanteamiento de la teoría del turismo desde un nuevo enfoque metodológico más que la aportación de unos modelos ajustados a unas circunstancias espacio-temporales.

Los ajustes realizados, que deben ser considerados como muy satisfactorios, deben ser tomados como la verificación de la viabilidad del enfoque que propugnamos.

El turista se desplaza a un país extranjero para obtener un servicio determinado que se compone de las actividades normales que integra el ocio. Los distintos servicios que se le ofrecen a un turista son las distintas posibilidades alternativas que dispone la oferta internacional. Cada uno de los servicios turísticos que componen la oferta están caracterizados por una serie de notas que determinan su peculiaridad. Así, por ejemplo, playas, calidad en los paisajes, atractivo cultural o étnico, novedad, etc.

Para obtener estos bienes el turista debe de pagar en contrapartida un precio, que para él es *coste*, que en una parte se realiza en el interior del propio país de origen (tal como el costo de transporte, equipo, etc.) y otro coste que se vierte en el país receptor.

Uno de los mayores obstáculos con los que cuenta la determinación de los costes comparativos de los servicios turísticos internacionales es la posibilidad de tipificación de los mismos, condición previa para la comparación de los costes turísticos internacionales.

Las "calidades" de los productos turísticos que ofrece el mercado internacional son muy diversas y, por consiguiente, su comparación se hace especialmente difícil. De otra parte, la valoración de los distintos aspectos que componen el turismo son muy diferentes según los grupos poblacionales que componen la demanda. Así los atractivos paisajísticos o culturales de un país son juzgados de manera muy diversa, según se trate de un turismo netamente masificado o de mayores exigencias estéticas y culturales.

Factores psicológicos que inciden en la valoración de los servicios turísticos, elementos tales como la moda o hábitos internacionales, tienen gran importancia en cuanto a la selección de los lugares en los que se hace turismo. Esta variedad de servicios turísticos

y su valoración final por los usuarios termina por crear una gran exigencia estadística para su cuantificación, que excede con mucho el repertorio de estadísticas existentes, que sólo podrían completarse a través de una amplia batería de cuestionarios y tests de valoración subjetiva. La tipificación homogénea de los distintos servicios turísticos podría ser detectada a través de métodos de muestreo, una vez que se hubieran definido los elementos subjetivos básicos que vienen a componer cada uno de los servicios turísticos (incluidos, naturalmente, los factores climáticos, ambientales, dotación, gastos de población, motivaciones, etc., etc.). La ausencia de tipificación en los servicios tangibles e intangibles provoca, naturalmente, una gran dificultad a la hora de evaluar los costes de los servicios turísticos ofrecidos, por lo que la estimación de los costes comparativos es muy difícil de establecer con todo rigor; ya que no es posible afirmar que existe la misma "calidad" en los servicios turísticos comparados.

No obstante, la ausencia de una exactitud total en la estimación de los costos de los servicios no invalida el empleo de indicadores que permitan conocer los precios comparativos de ciertos servicios turísticos. Y esto, fundamentalmente, porque si bien es cierto que el coste de los bienes turísticos juega un papel importante en el comercio turístico, la percepción de los costes y de las calidades de los servicios por el turista es siempre un tanto imprecisa y se fundamenta en un margen no pequeño de variación.

El factor coste incide en la elección de la importación turística a través de una doble consideración subjetiva que orienta la elección. De un lado, la comparación del coste unitario en el interior del país de origen con el coste en el país de destino y de otra la comparación de costes entre distintos países de posible destino, a igualdad de "calidad" en el servicio turístico considerado.

Junto a la consideración del coste en la dinámica del proceso turístico, debe tenerse en cuenta el factor renta, que conjuntamente con el coste determina el poder adquisitivo real del turista del país visitante respecto al país visitado.

Otros factores también forman parte fundamental en la teoría del comercio exterior, pueden ser tomados en cuenta, tales como el coste de transporte, que debe ser considerado como un "item" importante en la estructura del coste total del turismo.

Por último, debe tenerse en cuenta un indicador que juega un papel muy importante en la explicación de la dinámica del turismo internacional, el índice de turismo mundial, que expresa el movimiento de la masa turística, bien respecto al año anterior, bien respecto a la tendencia de la evolución turística internacional.

Finalmente, se debe tener en cuenta la situación de la balanza de pagos de los países que importan servicios turísticos extranjeros, en la medida que la salud de la misma incide en las barreras de tipo administrativo que los países importadores pueden eventualmente tomar en el supuesto de que la balanza de pagos atraviese una crisis. La experiencia de estos últimos años nos ofrece a este respecto el caso francés, que en la crisis monetaria de 1967-68 inició una política de control de divisas llevadas por los turistas en sus viajes. La balanza de pagos nacional no parece "a priori", guardar una estrecha relación con el movimiento turístico, ya que aquélla no suele actuar, al menos de un modo fuertemente restrictivo, más que en ciertas ocasiones en las que la situación se agrava extraordinariamente.

En resumen, los elementos que habría que tomar en consideración en una teoría pura del comercio exterior de los servicios turísticos que pudiera ser estadísticamente cuantificable, dados los medios actuales disponibles, son:

1. Determinación de los servicios tangibles e intangibles sobre los que se realiza el comercio turístico. Por ejemplo:

*Servicios tangibles:*

- calidad,
- infraestructura,
- alimentación,
- diversiones.

*Servicios intangibles:*

- interés cultural,
- interés artístico,
- interés como novedad.

2. Estimación de los costos de los servicios turísticos antes desglosados, distinguiendo entre los servicios tangibles e intangibles. Análisis comparativo.

3. Poder adquisitivo turístico. Este análisis entraña la consideración simultánea del factor renta y del factor coste.

4. Evolución del movimiento turístico internacional. Evolución de los medios de transporte.

5. Medidas adoptadas en función de la posición de la balanza de pagos.

Con un criterio más especulativo pueden ser incluidas otras variables, citadas ya por otros autores.

En general, todas ellas se centran en los aspectos intangibles que hemos señalado con anterioridad. Sobre este particular hemos de subrayar como tales aspectos no sólo tienen importancia capital en cuanto a la conformación de la estructura de la demanda, sino en la determinación del valor concedido a cada uno de los bienes y servicios (tangibles e intangibles) que componen el mercado turístico.

Por lo que respecta a los ingresos turísticos, éstos dependen, como es evidente, de alguno de estos factores:

- 1.º El número de turistas llegados a España.
- 2.º De los factores explicativos del turismo receptivo español.
- 3.º De otras variables, tales como:

— los ingresos medios por turista recibidos en el período.

La inclusión de una variable como la citada en último lugar (ingresos medios por turista llegado) supone, como es evidente, el conocimiento de la variable endógena que se trata de predecir. Teniendo en cuenta que esta variable es relativamente estable, puede ser estimada exógenamente al modelo e introducida como un dato a la hora de realizar las previsiones.

Una vez señalados los factores que intervienen en el mercado turístico, es preciso pasar al análisis de las variables que expresan dichos factores, y de los indicadores disponibles para su representación cuantitativa.

## 1. *Definición de variables.*

### 1.1. *Variables dependientes.*

Las variables dependientes que son estimadas a través de los distintos modelos propuestos son:

#### *Turismo total (T):*

Número de turistas entrados en España. Expresado en miles de turistas.

#### *Turismo extranjero ( $T_x$ ):*

Número de turistas extranjeros entrados en España provistos de pasaportes. Expresado en miles de turistas.

#### *Ingresos por turismo receptivo total (I):*

Expresado en millones de dólares.

#### *Ingresos por turismo extranjero ( $I_x$ ):*

Expresado en millones de dólares.

### 1.2. *Variables independientes.*

#### a) *Determinación de los servicios tangibles e intangibles objeto del comercio turístico.*

Esta primera fase del análisis es posiblemente la que más fragilidad posee bajo el punto de vista de su estimación estadística.

Los únicos servicios que han podido ser tipificados hasta el presente han sido los referentes a alojamiento y a los bienes de consumo más usuales, tales como la comida, cena, desayuno, etc., y aunque, como es evidente, a primera vista ofrecen ciertas diferencias cualitativas, pueden ser tomados en consideración.

La tipificación de los servicios hoteleros se ha venido haciendo a partir de la distinción entre hoteles de lujo y de categorías supe-

riores, y de categoría media. Los menús contenidos en las comidas servidas por los hoteles no ha sido tipificada, sin embargo, no parecen ser excesivas las diferencias que pudieran encontrarse a este respecto.

b) *Estimación de los costes de los servicios turísticos (tangibles o intangibles).*

La estimación de los costes se realiza sobre la base de tipificación de los servicios antes realizada. Como es sabido, la única serie estadística existente sobre costos turísticos está constituida por el "Pronuario económico del turista" (Firenze). Las limitaciones de este trabajo hacen del mismo un instrumento de dudosa validez que ha sido ya impugnado estadísticamente por diversos autores; en función de la selección de las áreas de muestreo, la escasa muestra tomada antes del año 1970 y la estructura de la ponderación. Junto a esto se ha observado que la estimación de los costes turísticos elaborados para España son notablemente elevados respecto a los costos calculados sobre la misma base teórica, pero con un universo muestral más amplio.

No obstante, estas limitaciones esenciales es necesario afirmar que es la única fuente disponible sobre los costos turísticos comparados.

Con objeto de estimar la evolución y correspondencia entre los costes turísticos internacionales comparados y la evolución entre el costo de la vida de los países tomados en cuenta, se ha procedido a:

1. Convertir los valores absolutos referentes a costos del citado trabajo dirigido por el profesor Livio Livi en números índices.
2. Rehacer sobre la misma base metodológica que el estudio anterior los costes turísticos en España y convertirlos en números índices.
3. Analizar el grado de correspondencia entre la evolución de los índices de costo de la vida con los índices de costo turístico antes señalado.

La distribución de los costos de la vida turística de los países "testados" por Livi es de tipo normal en lo que se refiere al nivel medio, ofreciendo algunas anomalías la distribución del nivel superior. En gráfico número 1 se han representado ambas distribuciones

para los años 1964 y 1971. Como puede verse, se produce un desplazamiento hacia la derecha en las dos categorías. En la superior el crecimiento de los costos produce una ruptura estructural importante entre dos niveles de precios, como si existiesen dos grandes subgrupos dentro de esta categoría media y se observa una mayor dispersión en los precios, que tiende a hacer más indefinida esta categoría, observándose en cualquier caso una suave transición entre los valores más elevados hacia los menores.

La correlación entre los costos turísticos y hoteleros, categoría superior y media ofrecido por el "Prontuario" es muy elevada entre sí y con el índice de costos de vida de cada país. Esta correlación en algunos casos es sorprendentemente alta. Citemos casos de los países más importantes desde el punto de vista del turismo receptivo.

COEFICIENTES DE CORRELACION ENTRE LOS LOGARITMOS DE LAS VARIABLES

	Francia	Alemania	Inglaterra	Italia
Costo turístico categoría superior y costo turístico categoría media ... .. .	0,998	0,991	0,992	0,994
Costo turístico categoría superior e índice de costo de vida ... .. .	0,981	0,982	0,987	0,998
Costo turístico categoría media e índice de costo de vida ...	0,987	0,985	0,976	0,986

Debido a la estrechísima correlación entre el costo de vida turístico, costo hotelero e índice del costo de la vida, en muchos casos se ha preferido emplear éste como un buen indicador de costos internacionales. Variable, por lo demás, de la que se cuenta con una serie estadística más amplia y de mayor fiabilidad que los costos definidos en el "Prontuario" anterior a 1970.

*El costo turístico español.*

Debido a la escasa fiabilidad de las estimaciones del "Prontuario" ya citado de los costos turísticos u hoteleros españoles se ha procedido a la elaboración de dichos costos para el período 1964-1969,



siguiendo la misma metodología empleada por el Instituto de Estudios Turísticos en el cálculo de estos costes para España, a partir de 1970, tomando igualmente el *censo* de los hoteles de Madrid y Barcelona.

El coste hotelero así estimado supone, pues, los gastos de alojamiento (habitaciones simples con baño completo), desayuno, comida y cena (incluidos impuestos).

La evolución de estos costes se recoge a continuación:

COSTO HOTELERO EN ESPAÑA 1964-1969 (EN PESETAS DÍA)

Años	Categoría superior	Categoría media
1964 ... ..	427	389
1965 ... ..	467	407
1966 ... ..	472	406
1967 ... ..	544	444
1968 ... ..	586	488
1969 ... ..	611	517

CONVIENE RETENER ALGUNAS CORRELACIONES IMPORTANTES  
(Correlación entre logaritmos)

Costo hotelero categoría superior y costo hotelero categoría media ...	0,9795
Costo hotelero categoría superior y P. I. B. "per cápita" ... ..	0,9581
Costo hotelero categoría media y P. I. B. "per cápita" ... ..	0,9269
Costo hotelero categoría superior e índice costo de vida ... ..	0,9570
Costo hotelero categoría media e índice costo de vida ... ..	0,9009

La evolución del costo hotelero P. I. B. "per cápita" y costo de vida en los últimos años se recoge en el gráfico número 2 para el caso español.

Como puede observarse, la evolución del costo hotelero español en las dos categorías reseñadas ha sufrido un crecimiento mucho más reducido que el índice del costo de la vida y del P. I. B. "per cápita" entre los años 1964 y 1966. Entre 1964 y 1965 el costo hotelero español (categoría superior o media) crece el 9 y 5 por 100, respectivamente, mientras que el costo de la vida y la renta "per cápita" crecen el 13 y el 20 por 100, respectivamente.

En el año 1965 y 1966 el desequilibrio es aún más acusado. El costo hotelero permanece invariante, mientras se acusan incrementos

del 6 por 100 en el índice de costo de vida y de 13 por 100 en la renta "per cápita".

INCREMENTOS INTERANUALES POR CIENTO DEL COSTO HOTELERO, COSTE DE VIDA Y RENTA "PER CAPITA" EN ESPAÑA

Años	Costo hotelero Cat. superior	Costo hotelero Cat. media	Costo de vida	Renta "per cápita"
1965 ... ..	9	5	13	20
1966 ... ..	1	—	6	13
1967 ... ..	15	9	6	6
1968 ... ..	8	10	5	10
1969 ... ..	4	6	2	11

c) *El costo de transporte turístico.*

El costo de transporte debe ser considerado como un elemento importante dentro de la estructura del coste medio del turista.

A partir de la información suministrada por la encuesta de turismo receptivo de 1970 se puede disponer de la estructura básica del coste medio de estancia en España.

Sin embargo, el coste de transporte realizado en España es un tipo de gasto que debe ser considerado variable y que depende en gran medida de los aspectos subjetivos del propio viaje y de la elasticidad del gasto en transporte-renta.

El gasto de viaje de acceso al lugar visitado es, por el contrario, un gasto fijo que debe jugar un papel importante en la elección del lugar del acceso al lugar visitado.

La estimación de este gasto puede ser hecha a partir del producto de la distancia por un coeficiente de costo kilométrico que es variable según el tipo de medio utilizado para el transporte de acceso.

La estimación de la distancia real recorrida en el transporte de acceso es, en rigor, de muy difícil evaluación, y únicamente podría hacerse cuantificación apropiada a partir de una encuesta de orígenes y destinos.

Dadas estas limitaciones puede, sin embargo, estimarse la distancia recorrida, tomando como hipótesis de trabajo que la distancia media de acceso turístico, definida como "la distancia que el turista

recorre desde el lugar de origen al punto de destino previsto, si se trata de un turismo estable o del centro de viajes previsto o primer punto estable del viaje", es la existente entre el centro de mayor población y poder de compra del país de origen y el análogo centro del país de destino. En la práctica, se trata, pues, de la distancia entre capitales de las nacionalidades de origen y destino. Esta hipótesis, no resulta muy distante de la realidad si se toma en cuenta que las capitales están localizadas, generalmente, en posiciones céntricas en la geografía nacional, tanto en lo que se refiere a la distribución poblacional como a la mera posición geográfica. Asimismo, las capitales también suelen constituir un foco de atracción turística notable, especialmente en lo que se refiere al turismo con mayor poder adquisitivo.

La estimación del coste unitario del transporte entraña grandes dificultades estadísticas puesto que depende de:

- El medio de transporte empleado: (avión, turismo, autocar, etcétera).
- El grado de ocupación del medio de transporte, en el caso de realizarse en vehículos de turismo.
- La duración del viaje.
- El grado de utilización de estos medios según la nacionalidad de origen de los turistas.

La complejidad de estos estudios que exigen un detallado estudio monográfico obligan a un tratamiento empírico del coste de transporte, basado tan sólo en la distancia, e introducido como variable experimental.

Hemos de añadir, sin embargo, que los ensayos realizados con esta variable no han dado buenos resultados en relación a los obtenidos con otras introducidas en los modelos globales de turismo receptivo.

#### d) *Poder adquisitivo del turista.*

El poder adquisitivo del turista es medido en la práctica a través de la renta "per cápita" del mismo. Si bien teóricamente este indicador ha sido criticado por algunos autores, abogando por un con-

cepto de mayor significación económica como el de renta permanente, relativa o disponible.

En el terreno práctico, los datos estadísticos disponibles de la renta "per cápita" de los distintos países son, con frecuencia, más escasos y de dudosa estimación que el P.I.B. nacional, por lo que puede resultar más útil tomar el P.I.B. como variable explicativa. Con objeto de contrastar la hipótesis de que el P.I.B. y la renta "per cápita" se encuentran correlacionadas estrechamente, para elegir en caso afirmativo el P.I.B. como único indicador del poder de compra del turista extranjero (variable de la que se disponen datos más fiables, y desechan el uso de la renta "per cápita", se han representado algunos gráficos de correlación entre ambas magnitudes, para los países más importantes desde el punto de vista del turismo receptivo.

Solamente en los casos de Suiza, Inglaterra, Italia y Alemania, parece justificado emplear indistintamente como variables de poder de compra el P.I.B. o la renta "per cápita", ya que se encuentran muy correlacionados. En los restantes países, a pesar de que las correlaciones son muy elevadas, se aprecian algunas diferencias significativas entre la evolución de una y otra magnitud.

A nuestro juicio, el indicador de poder adquisitivo del turista debe tomar en cuenta, de una parte, la renta "per cápita" (en sus distintas clasificaciones antes mencionadas, si se encuentra estadísticamente disponible), y de otra, el costo turístico unitario, sea del país de origen, sea del país de destino.

Así definida la variable, tendremos:

$$P_o = \frac{R_p}{C_o}$$

$$P_i = \frac{R_p}{C_i}$$

Siendo:

$R_p$  = Renta "per cápita" del turista en el país de origen.

$P_o$  = Poder adquisitivo del turista en su país de origen.

$P_i$  = Poder adquisitivo del turista en su país de destino.

$C_o$  = Coste turístico unitario en el país de origen.

$C_i$  = Coste turístico en el país de destino.

El tratamiento riguroso del tema obliga a establecer una "relación real de intercambio turístico" (respecto al poder adquisitivo), que puede ser definida del modo siguiente, haciendo intervenir el tipo de cambio oficial:

$$R_i = \frac{P_o}{C_i(t)}$$

Siendo,  $R$  la relación real de intercambio turístico y  $(t)$  el tipo de cambio entre el país de destino y el país de origen.

La relación entre el poder adquisitivo turístico en el país de origen ( $P_o$ ) y el análogo en el país de destino ( $R_i$ ) es un adecuado indicador de la utilidad o desutilidad económica que supondría el viaje turístico desde un país ( $o$ ) a un país ( $i$ ), que puede jugar un papel importante en la elección del destino de un turista, a igualdad de otros elementos,

al comparar los distintos *ratios*  $\frac{P_o}{R_i}$ , entre diversos países.

Otro indicador de costos comparados puede ser adoptado  $\frac{C_o}{C_i(t)}$ ,

que expresa la relación de costos turísticos entre países al tipo de cambio vigente.

Conocidas las limitaciones de los indicadores de costos turísticos internacionales, la estimación de los indicadores de poder adquisitivo

turístico  $R_i$ , puede arrastrar los defectos en la estimación del indicador  $C_i$ . Sin desechar por completo el uso de los costos en valores ab-

solutos, en la medida que sirven para formar parte de un indicador de poder adquisitivo relativo, y teniendo en cuenta las consideraciones hechas anteriormente a propósito de la utilidad de los mismos, cabe ensayar otros procedimientos que eludan en lo posible el tratamiento en valores absolutos.

Las variables empleadas en los modelos que expresan el factor considerando y la nomenclatura correspondiente es la siguiente:

**RP** Renta "per cápita" en moneda extranjera. Cuando se utiliza en modelos bilaterales (país extranjero-España) el símbolo es el mismo que cuando se emplea en modelos globales. Sin embargo, en este último caso RP es el resultado de una media ponderada, donde los pesos de ponderación son el número de turistas llegados a España de cada nacionalidad más importante desde el punto de vista del turismo receptivo.

**RP<sub>p</sub>** Renta "per cápita" expresada en pesetas. Debe hacerse aquí la misma distinción que la que se ha descrito anteriormente.

$\frac{\text{PIB}}{C_{HE}}$  Poder de compra hotelero. Expresa la relación entre el P.I.B. con pesetas y el coste hotelero en España.

$\frac{R_p}{C'}$  Poder de compra hotelero extranjero "per cápita" respecto al coste hotelero en España. Se obtiene mediante el siguiente cociente:

<b>RP</b>	P.I.B. "per cápita" en moneda del país de origen
$\frac{C_{Hx}}{C_{HE}}$	Coste hotelero país de origen en moneda nacional
$\frac{C_{HE}}$	Coste hotelero en España en moneda nacional de cada país.

$\frac{R}{C}$  Poder de compra hotelero nacional respecto al coste hotelero en España.

Se define, 
$$\frac{\text{PIB}_x}{\frac{C_{Hx}}{C_{HE}}}$$

Siendo  $\text{PIB}_x$  = al PIB de cada país extranjero  $x$ .

$\frac{C_{Hx}}{C_{HE}}$  Relación entre costos hoteleros extranjeros y de España en pesetas.

$\frac{PO_x}{V_{E-t}}$  Índice de precios comparados. Relación de precios al consumo en el extranjero (considerado conjuntamente) respecto al índice de precios en España desfasado.

La variable  $PC_x$  se define del modo siguiente:

Siendo  $PC_i$  el índice de precios al consumo (según la O.C.D.E.) en los países:

Alemania  
Austria  
Bélgica  
Francia  
Inglaterra  
Italia  
Holanda  
Canadá  
Estados Unidos

y  $P_i$  el número de turistas llegados de cada uno de estos países, para

cada uno de los años considerados.

$$PC_x = \frac{\sum PC_i P_i}{\sum P_i}$$

e) *Movimiento turístico internacional.*

La evolución de la masa turística que se desplaza internacionalmente, debe ser considerada simultáneamente como una variable endógena y exógena. Endógena en cuanto que el movimiento turístico internacional está integrado en alguna de sus partes por el turismo que entra en el país, cuyas entradas se tratan de predecir. Exógena en la medida que la masa turística internacional, y su evolución expresa la tendencia internacional de los movimientos turísticos, influida, a su vez, por el desarrollo de los medios de transporte y comunicación y por el incremento del poder adquisitivo internacional, entre otras variables.

Para los fines concretos que se destina este análisis métrico del turismo, que son meramente de previsión, interesa de forma especial la inclusión de esta variable, en cuanto que es posible conocer con cierta anterioridad la evolución de esta magnitud.

En primer lugar, se puede definir como índice turístico mundial, el número de turistas internacionales que han salido de sus respectivos países de residencia en un año dado, en una zona geográfica dada, acotada previamente, según un criterio en el que se define el área donde se encuentra el país cuyas entradas de turismo se desean prever. El análisis de la evolución del turismo en zonas acotadas con un criterio de determinación de áreas potenciales de mercado puede, evidentemente, perfeccionarse, acotando cada uno de los tipos de turismo potencial no solamente con un criterio geográfico, sino *personal*, una vez que se han acotado y tipificado las distintas clases de turistas que son recibidos por el país en cuestión.

Para el presente estudio se define como área geográfica que integra el mercado turístico español, el conjunto de los nueve países antes señalados, de los que procede en su mayor parte el turismo receptivo español.



Se define como índice de "Quantum" turístico internacional, la media ponderada del turismo receptivo (según la O.C.D.E.), empleando como "peso" de ponderación el número de turistas que procedan de cada uno de los países, llegados a España, en el año.

Este grupo de países pertenecen a la O.C.D.E., para los cuales se cuenta con una estadística más uniforme en una serie de años y para los que la O.C.D.E. ofrece periódicamente una previsión y análisis de la evolución en el tiempo.

Aunque el conjunto de países que pertenecen a este Organismo internacional es parcial, estimamos que es suficientemente significativa para ser empleada como un indicador del movimiento turístico, ya que se recogen los países más importantes. El símbolo de esta variable es Q.

Podemos señalar cómo la inclusión de esta variable supone, en alguna medida, la incorporación de la participación relativa del turismo español en el turismo internacional de un área determinada, en la que gravita. De este modo se recoge:

1. La participación relativa del turismo receptivo español en el turismo del área de orden superior.
2. La evolución general del área de procedencia.

f) *Indicadores de liquidez internacional.*

Los medios de pagos internacionales disponibles por los países de origen de los turistas pueden desempeñar un papel restrictivo o de aceleración en la tendencia de cada uno de los países. El indicador más simple, fácilmente conocido a través de las estadísticas internacionales es el nivel de reservas internacionales de cada país. Expresan la disponibilidad de medios de pago internacionales.

Los efectos que en el nivel de reservas puedan producirse se producen a través de un desfase de un año, pues la reacción o las medidas restrictivas que toma la administración necesitan de unos meses para que surjan sus efectos.

Esta variable de símbolo  $Q_D$  se define como la media aritmé-

tica de divisas recibidas por: Austria, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Inglaterra, Estados Unidos, Suiza y España, según el "Anuario Estadístico de la O.N.U.", expresado en millones de dólares.

g) *Factores estructurales.*

Como es conocido, el desarrollo del fenómeno turístico reciente tiene una de sus principales causas en el desarrollo de los medios de comunicación. Ha parecido, por consiguiente, interesante introducir, a título de ensayo, dos variables que son indicadores de estos factores estructurales:

1. Parque de vehículos del país de procedencia ( $V_{eh}$ ).
2. Números de vuelos internacionales de estos países, A.

El parque de vehículos de turismo se expresa en miles de unidades, en los principales países ya citados. Fuente "Anuario Estadístico O.N.U."

Los vuelos internacionales (A), referidos al mismo ámbito, se expresan en millones de pasajeros por Km. recorrido, según el "Anuario Estadístico de la O.N.U."

2. *Representación de algunos modelos seleccionados.*

La última fase de estos estudios consiste en la contrastación empírica de las hipótesis de explicación del fenómeno del intercambio turístico internacional. Para ello se han expresado los "factores" antes considerados en indicadores, que tratan de expresar de forma cuantitativa la evolución de los mismos en el período considerado.

Las variables-indicadores que son objeto de estudio son cuatro variables dependientes y 18 variables independientes. Las variables independientes seleccionadas han sido, como era de esperar, de número inferior a las inicialmente expuestas.

El ámbito de aplicación de los ajustes es la década del sesenta en España. Los modelos se presentan en el cuadro adjunto, todos según un ajuste del tipo potencial.

2. *Símbolos de las variables empleadas en los modelos.*

## VARIABLES DEPENDIENTES

Símbolos	Denominación	Definición y fuente de procedencia
I	Ingresos por turismo receptivo total.	I.N.E.
$I_x$	Ingresos por turismo receptivo extranjero.	I.N.E.
T	Turismo receptivo total.	I.N.E.
$T_x$	Turismo receptivo extranjero.	I.N.E.

## VARIABLES INDEPENDIENTES

## INDICADORES DE LOS COSTOS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Símbolos	Denominación	Definición y fuente de procedencia
$C_{HE}$	Costo hotelero de España.	Elaboración propia e I.E.T. (1970) Expresado en pesetas.
$C_{Hx}$	Costo hotelero extranjero (x).	"Prontuario turístico" Livi Firenze. Expresado en distintas monedas.
$V_E$	Costo de vida en España.	I.N.E.
$V_x$	Costo de vida en el país extranjero.	O.C.D.E. (Estadísticas retrospectivas.)

## INDICADORES DEL PODER ADQUISITIVO DEL TURISTA

Símbolos	Denominación	Definición y fuente de procedencia
RP	Renta "per cápita", expresada en moneda nacional.	Informe Económico. Banco de Bilbao.
RP <sub>p</sub>	Renta "per cápita", de cada país expresada en pesetas.	Informe Económico. Banco de Bilbao.
$\frac{\text{PIB}}{C_{\text{HE}}}$	Poder de compra hotelero.	Relación entre el PIB expresado en pesetas y el costo hotelero en España, expresado en pesetas.  Fuente PIB: Informe Económico del Banco de Bilbao.
$\frac{R_P}{C^1}$	Poder de compra hotelero extranjero "per cápita" respecto al coste hotelero en España.	PIB "per cápita" en moneda nacional del país de origen  Coste hotelero país de origen en moneda nacional.  Costo hotelero en España en moneda nacional de cada país.

Símbolos	Denominación	Definición y fuente de procedencia
$\frac{R}{C^i}$	Poder de compra hotelero nacional respecto al coste hotelero en España.	<p>PIB en moneda nacional del país de origen.</p> <hr/> <p>Coste hotelero país de origen en moneda nacional.</p> <hr/> <p>Costo hotelero en España en moneda nacional de cada país.</p>
$\frac{C_{Hx}}{C_{HE}}$	Relación entre costos hoteleros extranjero y de España en pesetas.	Relación entre el costo hotelero del país de origen y de España en pesetas.
$\frac{PC_x}{V_{E-1}}$	Índice de precios comparado.	Relación del índice de precios de consumo en el extranjero (considerado conjuntamente) respecto al índice de precios en España.

## INDICADORES INTERNACIONALES DE TURISMO Y DE LIQUIDEZ

Q	Índice de "Quantum" de turismo internacional.	Media ponderada del turismo receptivo en los principales países, según el número de turistas recibido en España en el año t.
---	---	--

## FACTORES ESTRUCTURALES

Símbolos	Denominación	Definición y fuente de procedencia
$Q_D$	Indice de "Quantum" de liquidez internacional.	Media aritmética de las divisas recibidas por algunos países. Expresado en millones de dólares. Según el Anuario Estadístico de la O.N.U.
D	Divisas recibidas.	Millones de dólares Anuario Estadístico O.N.U.
$V_{eh}$	Parque de vehículos de los distintos países considerados.	Idem. denominación. Expresado en miles de unidades. Anuario Estadístico O.N.U.
A	Vuelos internacionales de los distintos países considerados.	Millones de pasajeros por kilómetro. Anuario Estadístico O.N.U.

## VARIABLES AUXILIARES

$i$	Ingresos por turista (turismo total).	I.N.E.
$i_x$	Ingresos por turista extranjero.	I.N.E.

Variables dependientes	Coeficientes de los modelos potenciales según las variables que se especifican									Coef. Corr. multiple	F. de significación
	$a_0$	$a_1$ $1 = RP$	$a_2$ $2 = Q$	$a_3$ $3 = i$	$a_4$ $4 = V$ $E-1$	$a_5$ $5 = T$	$a_6$ $6 = Q_d$	$a_7$ $7 = i_x$	$a_8$ $8 = T_{-1}$		
I	0,00027	0,4366	0,7788	1,1716	—	—	—	—	—	0,998	485
I	0,0068	—	1,0268	1,0727	-0,2881	—	—	—	—	0,998	497
I	0,0110	—	-1,16667	—	—	2,7321	-0,5890	—	—	0,990	79
I <sub>x</sub>	0,0002	0,6143	0,8327	—	—	—	—	1,3446	—	0,997	358
I <sub>x</sub>	0,0026	—	1,2207	—	-0,4947	—	—	1,1759	—	0,998	417
T	0,2337	0,9957	1,0384	—	-0,7698	—	—	—	—	0,998	719
T	15,0255	—	0,9867	—	-0,5238	—	—	—	0,1624	0,998	507
T <sub>x</sub>	0,0605	1,2447	1,0715	—	-0,8811	—	—	—	—	0,998	707

CUADRO RESUMEN DE LOS PRINCIPALES MODELOS SELECCIONADOS

### 3. Cuadro de modelos seleccionados.

En el cuadro adjunto se recogen los modelos seleccionados, el coeficiente de correlación múltiple y la F. de Snédecor. Algunas de las conclusiones que se desprenden de los mismos son las siguientes:

1. De las 18 variables independientes ensayadas, tan sólo han dado resultados satisfactorios ocho de ellas, quedando excluidas las restantes. Tanto los coeficientes de correlación múltiple como las F de Snédecor permiten concluir que los ajustes han sido muy significativos. El análisis de las desviaciones típicas de los coeficientes de regresión constata que éstos son significativamente distintos de cero.

2. Las variables de costo hotelero y costo turístico comparado no se han mostrado suficientemente explicativas del fenómeno turístico, al menos empleando los tipos de funciones que aquí se han manejado. No es posible conocer de un modo definitivo las causas de este hecho. Sin embargo, es posible que obedezcan al hecho de que el coste hotelero no es una variable que juega un papel de elección y motivación del turismo tan importante como el de las restantes variables seleccionadas. Al margen de la dudosa calidad de los datos estadísticos de base.

3. La variable  $i$  e  $i_x$  no constituye en sí mismas variables independientes, ya que, implícitamente contienen la variable endógena, o ingresos totales.

Sin embargo, al no aparecer en los modelos donde estas variables intervienen el número de turistas entrados, esta variable puede ser utilizada en el ajuste histórico y, tomando en cuenta que es muy rígida como cifra, empleada en las aplicaciones del modelo para un tiempo  $t$  para el que se realicen las extrapolaciones.

Se ha ensayado también introducir la variable  $i$  e  $i_x$  desfasadas, sin resultados positivos.

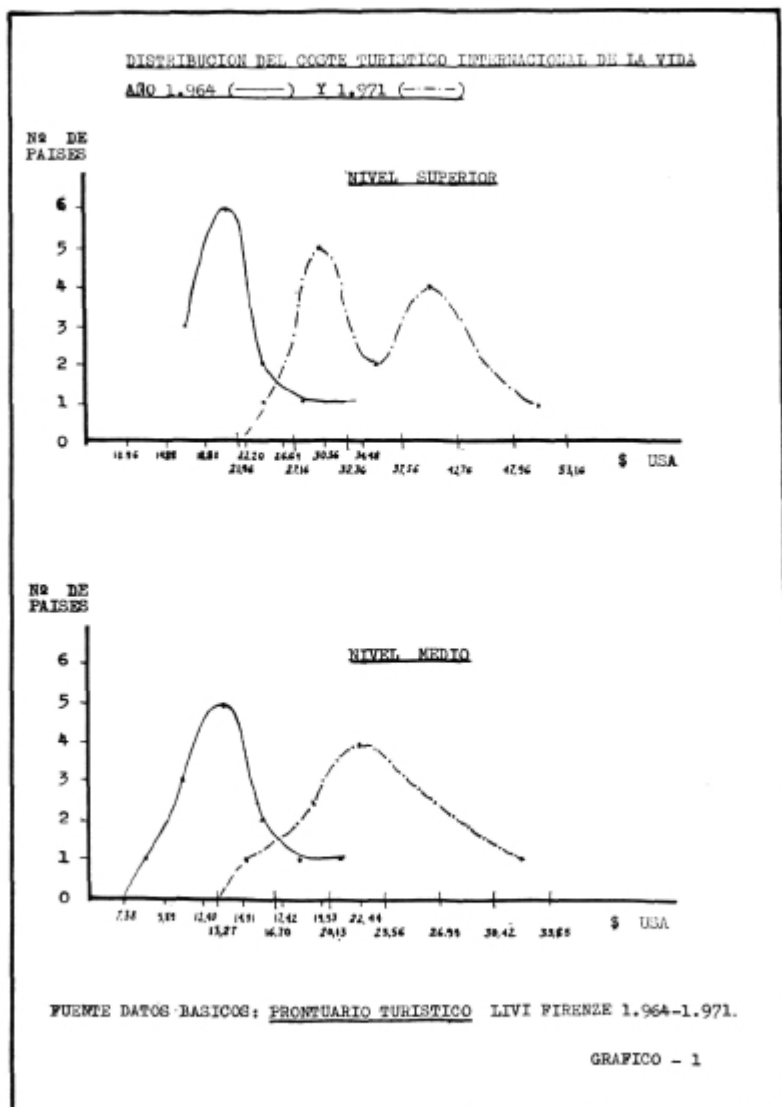
4. Los coeficientes de las variables explicativas en los modelos recogidos parecen variar fuertemente según la estructura de dependencia. Lo cual obliga a manejar con prudencia estos resultados, que al no incluir todos los factores que inciden en la formación de los

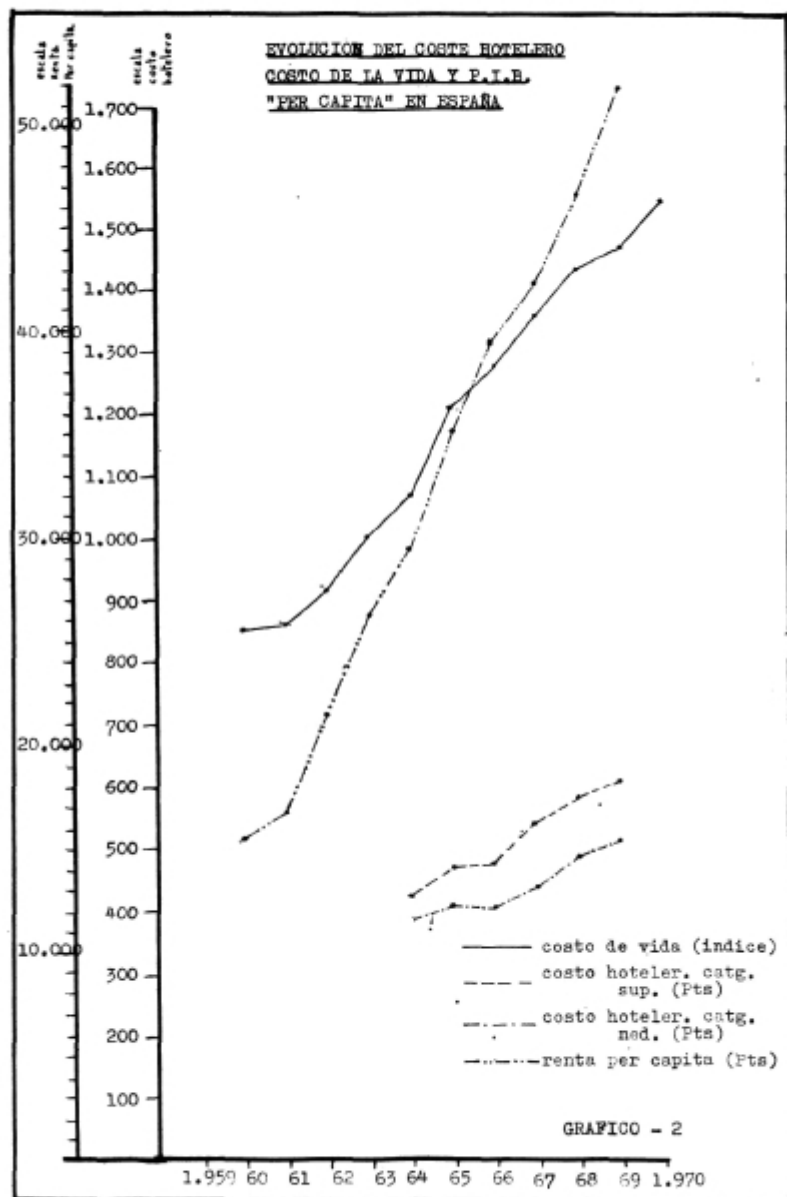


ingresos turísticos —que son de muy diversa índole— pueden variar sustancialmente según la naturaleza y número de las variables independientes.

5. La variedad de factores que inciden en la evolución de los ingresos turísticos totales se hace evidente si se tiene en cuenta que junto a las variables que intervienen en los determinantes de los ingresos por turismo extranjero se añaden las que inciden en los ingresos por turismo español, no muy diferenciado de las remesas de emigrantes.

6. En la variación de los ingresos turísticos extranjeros ha incidido fuertemente el proceso de capitalización e inversión que caracterizó a los primeros años del "boom" turístico español, y que se vio bruscamente frenado en 1966.





## RESUME

JAVIER F. LALCONA: *Le tourisme dans la théorie du commerce extérieur. Une analyse économétrique.*

Cet étude est un essai pour considérer le phénomène touristique dans le commerce international, assimilable à l'exportation de services. Initialement on part d'une analyse des facteurs qui incident, au moins théoriquement, dans les transactions touristiques. En second lieu, on essaye d'exprimer en termes quantitatifs (variables) ces facteurs, de façon qu'il soit possible de les manier dans un modèle économétrique. Finalement on compare la qualité des variables empiriques sélectionnées pour exprimer d'une façon adéquate le flux d'interchanges touristiques dans le cas espagnol.

Le lecteur doit considérer, surtout, que l'apportation plus importante de cet ouvrage est le retracement de la théorie du tourisme dans une nouvelle mise au point méthodologique. Les ajustements réalisés qui doivent être considérés comme très satisfaisants, doivent être pris comme la vérification de la viabilité de la mise au point demandée.

## SUMMARY

JAVIER F. LALCONA: *Tourism within the theory of foreign commerce. An econometrical analysis.*

This study intends the consideration of the touristic phenomena within the frame of foreign commerce from the angle of exportation of services. Initially it starts from an analysis of the factors which at least theoretically fall into touristic transactions. Afterwards, the author tries to express in quantitative terms (variables) such factors so as to be able to handle them in an econometrical model. Finally the quality of the selected empirical variables is contrasted so as to properly express the flow of touristic interchanges as regards the spanish case.

The reader ought above all to take into consideration that the most important contribution of this work is the new restatement of the theory of tourism from a modern methodological approach. The adjustments made up, which should be considered as very satisfactory, should be taken as the checking of the viability of the proposed approach.

## ZUSAMMENFASSUNG

JAVIER F. LALCONA: *Der Fremdenverkehr im Rahmen der Theorie des ausserhandels. Eine ökonomische Analyse.*

Diese Studie unternimmt den Versuch, das Phänomen des Fremdenverkehrs im Rahmen des internationalen Handels zu betrachten, als eine Art Export von Dienstleistungen. Grundlegen wird von einer Analyse derjenigen Faktoren ausgegangen, die wenigstens theoretisch Fremdenverkehrstransaktionen bedeuten. Zweitens handelt es sich darum, in Quantitativ (variablen) Begriffen diese Fak-

toren zum Ausdruck zu bringen, um sie ökonomisch zu handhaben. Und letzten Endes wird die Qualität der empirischen Variablen, die für die Darlegung des Fremdenverkehrsaustausches im Falle Spaniens als geeignet betrachtet werden, gegenübergestellt.

Der Leser muss sich vor allem vor Augen halten, dass der wichtigste Beitrag ideser Arbeit in der Darlegung der Fremdenverkehrstheorie von einem neuen methodologischen Standpunkt aus gesehen zu finden ist. Die durchgeführten Angleichungen, die als äusserst zufriedenstellend betrachtet werden können, sind als die Durchführbarkeitsmöglichkeit der vorgeschlagenen Richtlinie anzusehen.