

ESTADISTICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA

ANALISIS TURISTICO REGIONAL. - ANALISIS ECONOMETRICO DEL TURISMO (*)

Por
M. G. Labeau

INDICE DE MATERIAS

INTRODUCCION

1. *La medida estadística del fenómeno turístico.*

1.1. El turismo en la actividad económica: Problemas de definición y de estadística.

Características: movilidad, heterogeneidad, motivación.

1.2. Determinación macroeconómica del turismo en el cuadro de la Contabilidad Nacional.

1.3. Las estadísticas del turismo en España. Lo que existe.

1.3.1. Las estadísticas de fronteras.

→ 1.3.2. La partida "Turismo y Viajes" de la Balanza de Pagos.

1.3.3. Otros datos estadísticos existentes:

Transporte de personas.

Estadísticas postales.

Estadísticas de venta de gasolina.

✓ — Estadísticas de empleo.

— Estadísticas de alojamiento.

— Output y valor añadido del sector Hostelería.

— Análisis input-output del sector Hostelería.

Encuestas existentes.

1.3.4. Conclusiones.

(*) El presente estudio de M. G. Labeau fue llevado a cabo por comisión de la O. C. D. E. (Departamento de Desarrollo, Cooperación Técnica), en Madrid, dentro del cuadro del Programa de Asistencia Técnica 1963 (Proyecto números 17-18), de fin de noviembre a fin de diciembre de 1963, habiendo mantenido su autor estrecha relación con el Instituto de Estudios Turísticos.

- 1.4. Lo que sería conveniente crear en materia de estadística turística en España.
 - 1.4.1. El consumo turístico.
 - 1.4.2. La producción turística.
 - 1.4.3. Los factores de producción turística.
 - 1.4.4. Los precios turísticos.
 - 1.4.5. La circulación turística.
 - 1.4.6. Estudio estadístico del turismo social.
 - 1.4.7. Estadísticas meteorológicas y climáticas detalladas.
- 1.5. Las encuestas por sondeo en materia de turismo.
2. *El análisis turístico regional, la clasificación funcional de las zonas y centros turísticos.*
 - 2.1. Métodos y técnicas de análisis turístico regional:
 - Determinación de zonas.
 - Método general de análisis.
 - 2.2. Técnicas del análisis turístico regional:
 - Tasa de intensidad turística.
 - Procedimientos de clasificación de las estaciones.
 - Características sociales de las estaciones.
 - Régimen estacional de frecuentación.
 - Formas de acceso.
 - Tipología de las estaciones o de las zonas.
 - 2.3. Técnica del análisis input-output aplicado al turismo.
 - 2.4. Algunas conclusiones concernientes al análisis y la programación turística regional.
 - 2.5. Clasificación funcional de los centros y zonas turísticas.
3. *Análisis econométrico en materia de turismo.*
 - 3.1. Los métodos de crecimiento de la demanda turística.
 - Métodos de previsión utilizados por la Comisión de Turismo del Plan Español.
 - Elasticidad-renta y elasticidad-precio del gasto turístico.
 - 3.2. El análisis de las inversiones y el efecto acelerador del turismo.
 - Función de la inversión.
 - Modelo estático de la inversión.
 - Función del acelerador.

- 3.3. El multiplicador turístico.
- 3.4. Explotación econométrica de los datos de una encuesta por sondeo en materia turística.
 - Influencia de la tasa de urbanización. ✓
 - Influencia de la edad. ✓
 - Propensión del turismo al extranjero. ✓
 - Análisis estacional. ✓
 - Duración de las vacaciones. ✓
 - Modo de alojamiento y de transporte. ✓
 - Gasto turístico: ley de distribución, demanda marginal. ✓

Anexo I. Observaciones acerca de la duración media de la estancia, calculada por el sistema de fichas en la frontera (1963).

INTRODUCCION

El presente informe constará de tres partes.

La primera se referirá a la medición estadística del turismo, medición considerada esencialmente desde el ángulo de la incorporación a los flujos de la contabilidad nacional.

La segunda tratará de las técnicas de análisis turístico regional y de una clasificación funcional de centros y zonas turísticos.

La tercera nos aportará algunas indicaciones concernientes a las posibilidades de análisis econométrico de los datos estadísticos en el campo del turismo.

Un anexo nos facilita los elementos complementarios y especialmente algunas consideraciones relativas a la duración media de la estancia, tal y como fue calculada en 1963 en España.

Quisiéramos, desde aquí, expresar nuestra gratitud y nuestro reconocimiento a todas las personas que han tenido a bien ayudarnos para la realización de nuestra tarea, tanto por medio de sus consejos como por la cesión de documentación e informaciones útiles. Esta ayuda ha sido efectuada por funcionarios de la O. C. D. E., por los del Gobierno español, así como por numerosos técnicos de Organismos semi-oficiales o privados, situados en España. Quede constancia de nuestro agradecimiento por su amable y fructífera colaboración.

1. *La medida estadística del fenómeno turístico.*

Esta sección examinará en primer lugar lo que debería ser el conocimiento óptimo del fenómeno turístico, habida cuenta de las dificultades debidas a la movilidad, heterogeneidad y motivaciones del turismo. A continuación se presenta una propuesta de definición del turismo en el cuadro de las magnitudes macro-económicas clásicas de la contabilidad nacional.

Este conocimiento nos llevará a determinar lo que convendría idealmente saber para estimar el valor del turismo en el conjunto de la actividad económica.

En tercer lugar serán analizadas las estadísticas existentes en el caso del turismo español.

Por último, el cuarto punto examinará en qué manera sería deseable extender el conocimiento estadístico del fenómeno turístico español, con el fin de aproximarnos, dentro de lo posible, a la medida normativa propuesta por el primero y segundo párrafos.

1.1. *El turismo en la actividad económica. Problema de definición y de medición estadística.*

Es conveniente, en primer lugar, hacer notar que si bien por una parte las definiciones normativas propuestas más adelante son válidas para todos los países y parecidas entre ellos, la calidad y la abundancia de las informaciones realmente disponibles varía mucho según dichos países. Sin duda, el total de investigaciones deseables no existirá en ningún sitio, y los caminos estadísticos para aproximarnos al conocimiento óptimo del fenómeno podrán ser muy diferentes según las estructuras existentes de la información estadística, según la naturaleza geográfica (pueden contarse más fácilmente las llegadas de extranjeros a una isla que a los países de largas fronteras terrestres), e incluso según otros factores.

Pero lo que importa subrayar es que el esfuerzo estadístico real en un país determinado debe de estar en relación con la importancia relativa del turismo en la actividad económica general de ese país. Esto es particularmente válido para un país como España, donde el turismo tiene una gran importancia relativa por numerosas y diversas razones.

El turismo reúne tres características que lo convierten estadísticamente en una materia difícil e ingrata, tanto respecto a su medición como a su definición. Se trata de su *movilidad*, de su *heterogeneidad*, de su *motivación*. Por movilidad debemos entender la noción de "desplazamiento del consumo", la noción de "flujo geográfico". Los problemas presentados por esta primera característica son: la medida de las corrientes de migración turística en su aspecto especial, los fenómenos de punta (congestión de circuitos de transportes determinados: carreteras, ferrocarriles). Un objeto que se desplaza es más difícil de censar que un objeto que permanece fijo, sobre todo cuando el movimiento es en cierto modo la característica esencial de ese objeto. Este es, sin duda alguna, uno de los aspectos menos conocidos del fenómeno turístico, el que aparece ligado estrechamente al desplazamiento en sí mismo. Aún no ha sido estimado estadísticamente. Tan sólo una técnica nos permitirá una medición válida: la de las *iters-cards* (véase más adelante en el tercer párrafo para lo que se refiere a la descripción y utilización).

La segunda característica, la *heterogeneidad*, significa que el turismo cubre un consumo cuya naturaleza es heterogénea, y así puede caracterizarse a partir de tres grandes categorías: el transporte, el alojamiento, los diversos. Tengamos en cuenta que se trata de una esquematización muy simplificada de la realidad. En efecto, los medios de transporte son numerosos, las formas de alojamiento no lo son menos, y en cuanto a los diversos, tanto su naturaleza como su importancia relativa en el gasto turístico total pueden ser muy variables.

La tercera característica, la *motivación*, es importante por razones de definición. En efecto, nos plantea el problema clásico en la teoría de la economía turística: la distinción entre el viaje de placer y el viaje de negocios. Aunque esta distinción es bien clara en sí misma no deja de ser muy difícil de demostrar estadísticamente, ya que el comportamiento del viajero y el tipo de consumo son, desde cualquier punto de vista, parecidos en los dos casos.

Una descripción estadística exhaustiva del fenómeno turístico debe, pues, tender a una disección correcta de estas tres nociones complejas para darnos después por síntesis una visión cuantificada del turismo en todos sus aspectos.

De hecho, el aparato exhaustivo de la estadística turística apela a cuatro técnicas:

- el recuento de turistas en las fronteras,
- el censo permanente y exhaustivo de las pernoctaciones,
- la distribución de las *iters-cards*,
- la realización de encuestas por muestreo.

Estas cuatro técnicas son *complementarias* y no supletorias una de otra. Constituyen, en cierto modo, cuatro dimensiones del fenómeno, y querer atenerse a una o varias de entre ellas solamente no nos llevaría sino a obtener un conocimiento imperfecto del fenómeno. Es preciso insistir muy vivamente sobre ese carácter complementario, ya que muy a menudo asistimos a polémicas que oponen estas técnicas las unas a las otras.

Estos cuatro procedimientos de medición serán objeto ya de un examen crítico, en el segundo párrafo (técnica de recuento de los turistas en las fronteras), ya de una descripción más detallada en el procedimiento de aplicación, en el tercer párrafo (pernoctaciones, *iters-cards*, encuestas por muestreo).

Pero antes del examen detallado de esas técnicas de medición se estudiará la posibilidad de definir el turismo en el cuadro de la Contabilidad Nacional. De hecho, esto trae consigo serias dificultades, porque las transacciones económicas no están clasificadas en las cuentas nacionales de acuerdo con sus motivaciones, pero esta visión puede revelarse útil cuando el turismo es considerado como elemento creador de actividades económicas y se convierte, en el espíritu de una

política voluntarista, en uno de los motores de expansión que precisa en consecuencia de la toma de decisiones económicas, ya respecto a la importancia de las inversiones, ya por lo que hace a la prioridad de las mismas) o al establecimiento de un programa social (política de turismo social).

En otros términos, la estadística turística debe de ser elaborada en función de ciertas finalidades y especialmente con vistas a su incorporación al plan de desarrollo económico. Esta incorporación debe de hacerse a dos niveles: la calidad del ajuste del fenómeno turístico el conjunto del plan; la cualidad del ajuste de las regiones turísticas en el conjunto turístico nacional. El primer nivel corresponde precisamente al problema de definición macro-económica del turismo, y será examinado inmediatamente en las líneas siguientes. El segundo nivel hace referencia a los problemas del análisis turístico regional, y será estudiado en la segunda parte, titulada: "El análisis turístico regional."

1.2. *Determinación macro-económica del turismo en el cuadro de la Contabilidad Nacional.*

Las definiciones existentes de la noción de turista y de turismo son numerosas. La confrontación de las definiciones ha sido objeto de estudios bien matizados, sin que haya podido dominar un acuerdo universal.

Estas definiciones existentes están inspiradas en motivaciones sociológicas, económicas, psicológicas. Divergen a la vez sobre la noción de turismo y de la noción de turista.

De una manera general, las diversas definiciones existentes admiten que el turismo se refiere tanto a los extranjeros como a los nacionales, a excepción de la definición de la O. N. U. (que recoge la de la S. D. N.). Precisamente es esta última la que constituye la principal fuente de informaciones a nivel internacional. En los anuarios estadísticos de la O. N. U., en los de la O. C. D. E., el único turismo es el de los extranjeros.

Esta definición de la S. D. N. data de 1936; establece una nomenclatura casi exhaustiva de las categorías de personas que puedan clasificarse como turistas:

1. Las personas que efectúan un viaje de placer, o por razones de familia, de salud, etc.
2. Las personas que se trasladan a reuniones o en misiones de cualquier clase (científicas, administrativas, diplomáticas, religiosas, deportivas, etc.).
3. Las personas en viajes de negocios.
4. Los visitantes en crucero marítimo, incluso cuando la duración de su estancia sea inferior a veinticuatro horas. Estos últimos deben de ser contados en grupo aparte, en caso necesario, sin distinción, según el domicilio habitual.

No pueden considerarse como turistas:

1. Las personas que llegan con o sin contrato de trabajo para ocupar un empleo en el país o ejercer en él una actividad profesional.
2. Otras personas que vienen para fijar su domicilio en el país.
3. Los estudiantes, jóvenes en las residencias o colegios.
4. Los provistos de pase de frontera, personas domiciliadas en un país y que trabajan en otro.
5. Los viajeros en tránsito, sin detenerse en el país, incluso cuando el tránsito o travesía del mismo dure más de veinticuatro horas.

En 1954 fue añadido por la O. N. U. un criterio de duración: "Turista es, en general, cualquier persona que permanece en un país extranjero de veinticuatro horas a seis meses, sin distinción de raza o religión."

Esta definición presenta tres inconvenientes:

1. Es incompleta. La omisión del turismo nacional es muy importante puesto que representa, en la mayor parte de los casos, el principal componente del movimiento turístico. La comparación de los datos entre sí podrá no alcanzar mucho sentido. Liechtenstein será relativamente un gran consumidor de turismo, ya que en razón de la exigüedad del territorio la casi totalidad de los ciudadanos iran al extranjero.
2. Su carácter incompleto resulta también de que no tiene por fin sino el censar los turistas, sin proponerse determinar el valor del nivel del consumo turístico.
3. Incluye a las personas en viajes de negocios.

En relación con este asunto, podríamos señalar aquí que la cuestión de esa inclusión es objeto de controversia por parte de las diversas definiciones existentes. La tendencia dominante parece ser la de Hunziker y Krapf: "El turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos que se derivan de la estancia en lugares turísticos en tanto en cuanto esa estancia no suponga establecer domicilio personal ni se oriente a la instalación de cualquier tipo de industria (1). La justificación es generalmente la siguiente: el viaje de negocios es origen de un gasto asimilado al gasto turístico (se trata del mismo tipo de consumo), pero también se encuentra en el origen de una contrapartida, la detracción de una demanda, por ejemplo. Este tipo de consumo turístico no sería, pues, puro; no se trataría de un gasto neto, sino más bien de una especie de inversión momentánea, generadora

(1) W. HUNZIKER y KRAPF: *Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, p. 12, Zürich, 1942.

de detracción y desembolsos futuros. Este matiz parece bastante sutil, diríamos falaz, pero su finalidad puede justificarse.

Los mantenedores de la incorporación del viaje de negocios entre las modalidades del turismo se apoyan sobre todo en la absoluta identidad de comportamiento, sobre el hecho de que para el productor de servicios turísticos no hay diferencia alguna y sobre la gran dificultad que se presenta en esas condiciones para aislar las dos categorías: viaje de placer y viaje de negocios.

Numerosos debates y Congresos de la A. I. E. S. T. (2) han opuesto estas dos tendencias.

Parece, sin embargo, que el punto de vista de la Contabilidad Nacional permite resolver este problema teóricamente o, al menos, plantearlo en forma más precisa.

La "producción de bienes y servicios turísticos" vende a la demanda final (consumo privado, consumo público, exportaciones) y a la demanda intermediaria (a las empresas para los viajes de negocios). Es el proceso de financiación el que sirve de determinante, la empresa o el particular. En el caso de viaje de negocios, el consumo turístico es un coste de la empresa, y este apartado no será de nuevo mencionado en el total del consumo privado de servicios turísticos.

Esta observación nos lleva a la noción del contenido de la "demanda final turística"; es decir, ¿qué representa el consumo interior de los bienes y servicios turísticos de los residentes y no residentes en el consumo de bienes y servicios sobre el mercado interior?

El sistema normalizado de Contabilidad Nacional (1) no puede dar una respuesta a esta cuestión, puesto que la motivación no figura, por razones evidentes, entre los principios de clasificación utilizados. Solamente los flujos "gastos de los residentes en el extranjero" y "gastos de los no residentes", definidos en el sistema (2), que podría ser el punto de partida para una definición macro-económica del turismo.

Una de las preocupaciones de este estudio será la de determinar a quién corresponde la demanda turística final. Hay en efecto, desde el punto de vista de la demanda turística, una tendencia a la unidad de motivación que sobre entiende a la vez la importancia del importe de esta demanda, su estructura y evolución en el tiempo.

Definición macro-económica de la demanda turística.

La contabilización deberá de distinguir diversos casos: los nacionales en sus países, los nacionales en el extranjero, los extranjeros en el país.

(2) *Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo*, fundada en 1948, radicada en Berna.

(1) O. E. C. E., París, 1958.

(2) O. E. C. E. Sistema normalizado de Contabilidad Nacional, p. 64.

La demanda turística consta esencialmente de tres partes: el transporte, el alojamiento, los diversos (espectáculos, artículos de recuerdo, etc.). Su cálculo será diferente, según se trate de nacionales o de extranjeros:

Primer caso. Los nacionales en el país: el consumo turístico comprende los gastos de transporte, el consumo "Horeca"; es decir, "los gastos efectuados en los hoteles, restaurantes, etc...., en la medida en que éstos sobrepasen el precio de detall de los productos alimenticios, de las bebidas y del tabaco consumido (las propinas se incluyen en esta partida)", el consumo de la partida "diversos" (diversiones, visitas, recuerdos, etc.).

Segundo caso. Los extranjeros en el país: su consumo turístico representa la totalidad de los gastos de todos los extranjeros, cualquiera que sea el motivo del viaje (negocios o turismo). Es la partida VII 18 y X 2 del sistema normalizado.

Tercer caso. Los nacionales en el extranjero: aquí, la distinción no recae sobre el objeto consumido como en el primer caso, donde se distingue dentro del consumo alimenticio:

- 1.º El coste a precios de detall.
- 2.º El coste del servicio "Horeca".

Tendremos que discriminar, según la motivación del viaje. Los viajes de negocios son gastos de las empresas. Los "gastos personales en el extranjero" (3) representan el conjunto de gastos hechos por los particulares. El total de los dos: viajes de negocios y gastos personales, constituye la partida pasiva de la balanza turística.

La combinación de las cantidades que intervienen en la descripción de estos tres casos expresados anteriormente se compendian en las siete ecuaciones siguientes:

La producción de los servicios turísticos en Bélgica [Pt(B)] es la suma del consumo de los extranjeros en Bélgica, cualquiera que sea el motivo de su viaje [CtE(B)], del consumo turístico de las empresas belgas en Bélgica —viajes de negocios de los belgas en Bélgica [CteB(B)]— y del consumo turístico privado de los belgas en Bélgica [CtpB(B)] (1). Esta última partida no corresponde del todo al total de los gastos de consumo: es igual a este total disminuido en el valor del consumo alimenticio calculado al precio de detall:

$$Pt(B) = CtE(B) + CteB(B) + CtpB(B)$$

(3) Apartado VII, 17 del Sistema Normalizado.

(1) Por "consumo turístico de las empresas belgas" hay que entender la compra del servicio "Horeca" únicamente, no del transporte. "Horeca" es fundamentalmente un producto turístico. El sector de transportes lo es sólo accesoriamente.

El consumo turístico de los belgas en Bélgica [$CrB(B)$] es igual a la suma del consumo turístico de las empresas [$CteB(B)$] y de los particulares [$CtpB(B)$].

$$CrB(B) = CteB(B) + CtpB(B)$$

El consumo turístico de los belgas en el extranjero [$CrB(E)$] es igual a la suma de los gastos turísticos de las empresas [$CteB(E)$] y de los particulares [$CtpB(E)$].

$$CrB(E) = CteB(E) + CtpB(E)$$

El consumo turístico belga [CrB] es igual a la suma del consumo turístico de los belgas en Bélgica [$CrB(B)$] y en el extranjero [$CrB(E)$].

$$CrB = CrB(B) + CrB(E)$$

Desde el punto de vista de la balanza de pagos, la partida activa correspondiente a una exportación es igual al importe total de los gastos efectuados por los extranjeros en Bélgica:

$$Ex.t = CrE(B)$$

La partida pasiva correspondiente a una importación viene representada por el conjunto de los gastos de los belgas en el extranjero (cualquiera que sea el motivo: negocios o turismo):

$$Im.t = CrB(E)$$

Una partida muy importante la constituye el importe total del consumo turístico privado [$CtpB$], que es igual a la suma del consumo turístico privado en Bélgica [$CtpB(B)$], y en el extranjero [$CtpB(E)$].

$$CtpB = CtpB(B) + CtpB(E)$$

Esta partida constituirá el principal objeto de nuestro estudio porque corresponde mejor que nada a la motivación que actúa como impulsor del consumo turístico. Es a ella a quien deben de atribuirse otras magnitudes macro-económicas, tales como el conjunto de los gastos de consumo y la renta nacional.

En el caso de España será más bien la partida "Gastos efectuados por los extranjeros en España", la que debería tener la prioridad en las estimaciones estadísticas.

1.3. *Las estadísticas de turismo en España. Lo que existe.*

Las estadísticas de turismo en España están compuestas fundamentalmente por dos fuentes de datos: la primera, el recuento de las

entradas de viajeros extranjeros por los diversos puestos fronterizos; la segunda, basada sobre la medida de los flujos financieros correspondientes a los gastos turísticos efectuados por los extranjeros en España. Examinaremos sucesivamente estas dos fuentes. Por otra parte, existen una serie de informaciones accesorias que pueden ilustrar el fenómeno turístico de una u otra manera. Serán consideradas en un tercer punto.

1.3.1. *Las estadísticas de fronteras.*

Las estadísticas están establecidas desde hace ya mucho tiempo; existen cifras relativas a ciertos años anteriores a la guerra civil (1931-1934). Desde 1951 la técnica no ha cambiado prácticamente, y las informaciones disponibles por este concepto son muy completas.

Las entradas de turistas extranjeros son establecidas:

- Por meses.
- Por tipo de transporte de entrada en España (ferrocarril, mar, aire, carretera).
- Por nacionalidad.
- Por tipo de documento (con pasaporte, con autorización de veinticuatro horas, en tránsito).

La combinación de los diversos elementos de información permite obtener cierto número de informaciones muy útiles a la política turística: fluctuaciones estacionales, mercado según las nacionalidades, evolución a largo plazo, importancia relativa de los medios de transporte con evolución de esta estructura.

Parece, no obstante, que a pesar de estos datos subsisten graves lagunas de información. En efecto, la llegada del turista extranjero no es ciertamente la mejor unidad estadística para la medición del flujo turístico. Por ello, en 1963, el Ministerio de Información y Turismo, en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística, ha tratado de conocer igualmente la *duración media de la estancia* de los turistas extranjeros, distribuyendo a este efecto un cierto número de tarjetas que mencionan el puesto fronterizo de entrada, de salida, las fechas de entrada y de salida y la nacionalidad del viajero.

Esta documentación, que no ha sido publicada, presenta igualmente un gran interés a pesar de las imperfecciones anejas a su técnica de realización. Para no recargar el texto ha parecido preferible reunir en el Anexo I la nota técnica que se refiere a algunas consideraciones críticas relativas a esta técnica de investigación.

Esta fuente de información, particularmente prometedora aun cuando pueda mejorarse, completa notablemente los cuadros de entradas de turistas extranjeros. Puede proporcionar toda la gama de curvas de duración según las nacionalidades, según los meses, según los modos de transporte, y el análisis de algunos ejemplos (ver Ane-

xo I) muestra todo el interés de estos datos para un buen conocimiento del mercado turístico extranjero.

1.3.2. La partida "Turismo y viajes" de la Balanza de Pagos.

Mientras que las estadísticas de fronteras emanan del Ministerio de Información y Turismo, la estimación de que ahora tratamos es establecida por el Servicio de Estudios del Ministerio de Comercio, al que corresponde la tarea de elaborar la Balanza de Pagos.

La partida "Turismo y viajes" en el dato "ingresos turísticos" es obtenida por la suma de tres rúbricas:

Los importes de divisas extranjeras cambiadas a intermediarios autorizados por los extranjeros en territorio español, las ventas de pesetas en Zurich que proveen de esta divisa a la demanda del mercado internacional (se considera que se trata de una demanda turística, lo cual parece, en efecto, muy plausible), y una parte de los totales en cuentas a la vista de pesetas convertibles detentados por los extranjeros en los Bancos españoles (estas cuentas presentan fluctuaciones estacionales muy acusadas y parecen, pues, sobre todo afectadas a fines turísticos).

Estos datos no tienen valor sino a partir de 1960 (año de la estabilización financiera, devaluación de la peseta) y parecen de un considerable valor, sobre todo desde el punto de vista de los ingresos.

No hay, sin embargo, por qué pasar desapercibidos diversos factores de imprecisión (que a mi juicio no pueden solucionarse). Recogeremos cuatro:

1) Los particulares españoles pueden exportar pesetas, cambiarlas por medio de agentes de cambio en el extranjero, que vuelven a venderlas a clientes turistas hacia España. Esto no aparece en la demanda internacional de pesetas.

2) Las compensaciones privadas en el interior de grandes sociedades de Agencias de Viajes o de Hostelería son a veces muy importantes: Cook, Amexco, etc.

3) La apreciación de la parte turística en las cuentas de pesetas convertibles puede ser errónea.

4) La evolución ulterior del turismo de los españoles en el extranjero (que irá sin duda aumentando) acentuará ciertamente las compensaciones privadas y, por consecuencia, hará más difícil el cálculo de la partida "gastos turísticos de los españoles en el extranjero"; por tanto, la estimación del saldo turístico será más aleatoria. Todo esto no será, bien entendido, más que el resultado de una liberalización creciente y de una mayor importancia del turismo internacional, de donde debe admitirse que la menor calidad de las cifras disponibles queda ventajosamente compensada por una realidad mejor y más rica del turismo en sí.

1.3.3. *Otros datos estadísticos existentes susceptibles de proveer informaciones útiles al conocimiento del turismo en España.*

Estadísticas del transporte de personas:

Si bien estos datos no guardan relación únicamente con el turismo, pueden constituir en ciertos casos indicaciones útiles y serán normalmente objeto de gran validez en un cálculo tal como el análisis "input-output" del turismo, que será preconizado más adelante.

He aquí los principales datos disponibles:

- Tráfico de las líneas regulares de transporte de viajeros por carretera.
- Tráfico de viajeros por ferrocarril: kilómetro-viajero, recaudación por mes
- Transporte marítimo: entradas y salidas por mes, por puerto.
- Transporte aéreo: entradas y salidas por mes, por aeródromo.
- Vehículos automóviles en circulación por provincia.

Estadísticas postales: fuente (Ministerio de la Gobernación. Dirección General de Correos y Telecomunicación).

El número de tarjetas postales enviadas es disponible por mes y por lugar, con distinción entre correo nacional e internacional. Esto constituye, ciertamente, una posibilidad que se debe utilizar. No ha sido publicado, pero los elementos disponibles en el Servicio de Estudios de la Dirección General de Correos permiten establecerlo.

He aquí, a título de ejemplo, algunas constataciones resultantes de un análisis que se basaba en cifras de 1962.

En las provincias turísticas, la proporción de tarjetas postales nacionales es muy netamente inferior a la de las tarjetas postales internacionales, pero en grados a pesar de todo muy diversos. Ejemplo: para el conjunto de 1962, la proporción de nacionales en relación a los internacionales equivale al 20 por 100 en Madrid, 25 por 100 en Barcelona, 11 por 100 en Palma, 19 por 100 en San Sebastián, 11 por 100 en Málaga, 6 por 100 en Gerona. Esto subraya el hecho de la vocación particularmente internacional de regiones como la Costa Brava, Mallorca y la Costa del Sol, por oposición a San Sebastián, por ejemplo, donde la proporción española parece claramente más importante.

La evolución estacional es también particularmente significativa. Para 1962 el índice del mes de agosto (con relación a enero = 100) se sitúa para las tarjetas postales internacionales en 840 en Madrid, 1.400 en Barcelona, 181 en Palma, 252 en San Sebastián, 178 en Málaga, 421 en Gerona. Es probable que los grandes centros, tales como Madrid y Barcelona, constituyan en la opinión de los turistas extranjeros un excelente punto de partida para el envío de colecciones de tarjetas postales y que así habría forma de evitar el ad-

mitir alguna proporcionalidad entre la densidad de turistas en España y la del lugar de emisión de las tarjetas. No pidamos a las estadísticas más de lo que pueden proporcionarnos, pero no por ello deja esta fuente de presentar cierto interés, ya que el turismo parece influenciar muy visiblemente el ritmo de actividad de correos

Estadística de las ventas de gasolina

La existencia en España de un monopolio de venta de gasolina (CAMPSA) hace posible el establecimiento de excelentes estadísticas en este sector, por mes y por región. Como el número de llegadas de turistas extranjeros por carretera es en gran proporción mayoritario, hay también motivo para encontrar una referencia interesante para su explotación.

Los mismos índices estacionales podrán elaborarse. Señalemos, por ejemplo, que en Madrid este índice estacional es prácticamente estable. Se registra, incluso, un vacío en el mes de agosto revelador sin duda alguna de que el número de madrileños de vacaciones sobrepasa con mucho el número de turistas extranjeros presentes. Por lo contrario, en San Sebastián, agosto tiene un índice de 346 (con relación a enero = 100), en Málaga, 262; en Barcelona, 159; en Palma, 256; en Gerona, 575.

Estadísticas de empleo en el sector turismo

El Sindicato de Hostelería posee igualmente, sin haber sido aún publicado en esta fecha, el detalle de la mano de obra empleado: según el sexo, según la categoría; empresario o asalariado, según el sector de actividad; hotel, pensión, restaurante, café, bar, taberna, sala de fiestas, casino, estación termal, agencia de viajes. Se trata de una situación en 31 de diciembre de 1962, pero existen ciertas informaciones relativas a años anteriores.

Estadísticas de alojamiento turístico

Tienen éstas un gran detalle, existen con posterioridad a la posguerra y son reunidas por el Servicio de Estadística del Sindicato Nacional de Hostelería.

Cada año, el 31 de diciembre se dispone de una situación exhaustiva del número de hoteles por categoría: lujo, 1.ª A, 1.ª B, 2.ª, 3.ª, pensiones, casas de huéspedes; del número de habitaciones, del número de plazas disponibles.

Esta clasificación existe igualmente por provincias; por otra parte, esta información ha permitido fijar más o menos las ideas sobre la localización regional del turismo en España, dada la falta de estadísticas de pernотaciones.

Se trata, pues, de un conjunto de referencias muy completo y cuya precisión parece ser muy buena.

Sin embargo, durante los últimos años sobre todo, las formas de alojamiento complementarias (principalmente camping y apartamentos) han tomado una extensión considerable, y es cada vez más peligroso el querer extrapolar la densidad turística en ayuda del equipo hotelero instalado.

Desde el punto de vista del "camping", el número de terrenos es conocido, por lo que se refiere a los últimos años, pero no se sabe ni la superficie del terreno, ni el número de personas albergables.

El Sindicato Nacional de Hostelería se propone reunir estos elementos de información en un próximo futuro.

Lo mismo sucede con los "apartamentos", que son la gran incógnita del problema del alojamiento turístico. Se encuentran estimaciones varias del simple al triple en cuanto al número de plazas disponibles. Esto constituye uno de los puntos neurálgicos de la información estadística, tanto más cuanto una construcción desenfrenada de este género de alojamientos turísticos hace estragos en ciertas regiones de España (Baleares, Costa Brava, Costa del Sol sobre todo), con todos los inconvenientes de la especulación que la acompañan. También aquí el Sindicato Nacional de Hostelería se propone desde ahora censar los apartamentos cada año, así como el número de plazas disponibles para los turistas.

Cuando estos últimos objetivos (camping y apartamentos) sean cubiertos, con certeza la información de conjunto sobre la oferta de alojamiento turístico será muy satisfactoria.

Es útil precisar que ya en la actualidad las estadísticas que conciernen a ciertas industrias anejas al turismo son muy completas: número de restaurantes, bares, cafeterías, salas de fiesta, casinos, estaciones termales.

Existe igualmente una estadística precisa de agencias de viajes por categorías.

Determinación del output y del valor añadido del sector hoteles, restaurantes y cafés (Horeca)

El "Consejo de Economía Nacional" y el grupo de Contabilidad Nacional, dos Organismos distintos que establecen los datos de Contabilidad Nacional, han publicado por separado las estimaciones en valor de la partida titulada "Servicios varios", que comprende sobre todo el sector de Hostelería. Estas estimaciones se basan en datos que provienen del Sindicato Nacional de Hostelería; pero, a juicio de estos Organismos, su calidad es muy débil.

Análisis input-output del sector Hostelería

Una Tabla input-output de la Economía española relativo al año 1958 fue publicado en 1962 por la Organización Sindical Española; comprende 207 sectores productivos.

Incluye un sector, "Hostelería y similares", a propósito del cual formularemos algunas observaciones.

Se ha considerado, en la presentación de la Tabla, que el total del output "Hostelería" va a consumo privado. En nuestra opinión, hay una parte no despreciable de este output que se destina a la demanda intermedia. En otros países europeos, esta parte representa aproximadamente un 25 por 100. La existencia de esta demanda intermedia modificaría algo los coeficientes técnicos de la Tabla.

Por otra parte, quizá sería útil clasificar el output según sus diversas finalidades: no solamente consumo privado, sino también consumo público (financiación de los servicios hosteleros por el Estado para los funcionarios que se desplazan) y exportación (demanda del turismo internacional). Esto no influenciará los coeficientes técnicos, pero será útil, por ejemplo, en un trabajo de previsión. En efecto, las demandas diversas: consumo privado, consumo público, exportación, demanda intermedia (empresas), tienen ritmos de evolución diferentes, y sería útil despejar la media ponderada de sus tasas de crecimiento para fijarse una tasa de expansión posible para el output hotelero.

Encuestas existentes

Antes de cerrar este inventario de fuentes disponibles debemos señalar la existencia de dos encuestas. Una de ellas ha sido realizada por el Instituto de Estudios Turísticos, y se refiere al Camping. Los resultados no parecen haber respondido a lo que se esperaba. Por ello no ha sido publicada. La causa esencial de este resultado negativo no es sino el escaso número de respuestas, así como el grado de crédito relativo que pudiera atribuírselas.

Finalmente mencionaremos la existencia de otro estudio en curso, que ha sido confiado por el Instituto al Padre J. M. Vázquez, miembro del Instituto de Estudios Políticos. Este estudio tiene como tema "Aspectos socio religiosos y económicos de la Costa Brava en relación con el turismo". El plan que se propone realizar es muy completo y constituirá, sin duda, un documento particularmente interesante, estando ya anunciada su próxima publicación.

1.3.4. Conclusiones.

En este punto formularemos algunas primeras conclusiones, a propósito del panorama de las informaciones estadísticas existentes.

En primer lugar, lo que ahora se tiene nos parece representar aproximadamente la mitad de lo que sería deseable tener. De manera especial faltan todos los datos referentes a las pernoctaciones, que constituyen una fuente absolutamente indispensable para mejorar los conocimientos sobre la naturaleza del turismo en España. En efecto, estos datos aclararían el aspecto cualitativo de la clientela turística, así como el aspecto regional.

En segundo lugar, lo que existe proviene de fuentes muy diferentes y sería, según parece, muy útil proceder *regular y sistemáticamente* a la recopilación de los datos e informaciones susceptibles de arrojar luz sobre el fenómeno turístico. Parece que el Instituto de Estudios Turísticos estará perfectamente calificado para este trabajo, que podrá proseguir mediante la puesta al día de informaciones disponibles bajo la forma de estudios estadísticos o econométricos.

1.4. *Lo que sería conveniente crear en materia de estadística turística en España.*

Este párrafo no tratará nada más que de los datos estadísticos censados en forma permanente o a intervalos regulares. El examen de las posibilidades de encuestas será objeto del párrafo siguiente.

Siete categorías serán examinadas sucesivamente:

1. El consumo turístico.
2. La producción turística.
3. Los factores de producción en el turismo.
4. Los precios turísticos.
5. La circulación turística.
6. El turismo social.
7. Las características meteorológicas.

1.4.1. *El consumo turístico.*

Dos informaciones estadísticas son capitales en este sector: las pernoctaciones y las llegadas de turistas. Nunca sabríamos encarecer lo bastante su realización.

Ya en 1954 J. Plaza Prieto, en una obra titulada *Turismo y Balanza de Pagos* (Madrid 1954, p. 69), abogaba por el establecimiento de una estadística de pernoctaciones para todas las formas de alojamiento, así como por una serie de encuestas destinadas a conocer los gastos.

E. Escorihuela, en *Turismo, Hostelería y Estadística* (Madrid 1955), formula el mismo deseo.

K. Krapf, en su *Informe del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento* (Madrid 1962, pág. 542), expresa igualmente lo deseable que sería la aplicación de las estadísticas de pernoctaciones.

No podemos sino unir nuestra esperanza a la lista reseñada, y si hubiera que hacer una recomendación primordial, se trataría no ya de crear una estadística de pernотaciones, sino de su aplicación. Se trata de un dato absolutamente indispensable.

Las pernотaciones y las llegadas deberían ser reseñadas por todos los establecimientos de alojamiento de carácter comercial: hoteles y pensiones de todas las categorías, casas de vacaciones, poblados o colonias de vacaciones, albergues de juventud, establecimientos de turismo social, establecimientos balnearios y de reposo, terrenos de camping. Una categoría especial puede estar constituida por las personas que viven en villas, en bungalows o apartamentos porque esta forma de alojamiento se caracteriza generalmente por una gestión menos comercializada o menos industrializada. Su censo es, sin embargo, indispensable, particularmente en España, donde es tan importante.

Por ello preconizamos el método siguiente:

Para la primera categoría; es decir, la totalidad excepto villas y apartamentos:

La Administración del Turismo hace imprimir cuadros de doble entrada: horizontalmente, el número de días; verticalmente, las nacionalidades de los turistas. El establecimiento lo diligencia dos veces por mes, uno relativo a las pernотaciones, el otro a las llegadas. Estos documentos son enviados a la Administración municipal antes del día 5 del mes siguiente; son después centralizados y objeto de explotación por máquinas estadísticas.

Para la categoría "villas apartamentos":

Podría sugerirse otra clase de formulario, y ello por dos razones: siendo la gestión menos comercializada, los propietarios de apartamentos no tienen, por regla general, conciencia de actuar como jefes de empresas de alojamiento.

La duración media de la estancia, mucho más prolongada que en las otras formas de alojamiento, tales como la hostelería y el camping.

Proponemos el siguiente documento:

Personas que viven en villas, bungalows, apartamentos o huéspedes de pago

Nombre y apellidos	Lugar de residencia		F e c h a		Reservado al Instituto de Estadística
	Municipio	País	de llegada	de salida	

Este documento debe ser remitido a la Administración municipal antes del día 5 del mes siguiente a aquel al que se refieran las informaciones.

He aquí, a título indicativo, algunas clases de informaciones que estos cuadros pueden proporcionar: la variación estacional, la localización regional, la calidad de la pernoctación (según la categoría del alojamiento), la duración media de la estancia, el turismo de los nacionales, el de los extranjeros según la nacionalidad. Todos estos elementos pueden ser combinados muy juiciosamente con las estadísticas de llegadas a las fronteras para todo lo que concierne al turismo internacional. Otra fuente de información está constituida por las tarjetas de la policía (asimilables a las estadísticas de llegadas). Ciertos municipios españoles publican, por otra parte, estadísticas de turistas nacionales y extranjeros sobre la base de estas tarjetas (ejemplo: en Madrid, en una publicación estadística relativa a la capital). La clasificación regional podrá hacerse por provincias o por zonas turísticas, y las informaciones estarían disponibles a nivel del municipio.

El ejemplo de la estadística de pernoctaciones italiano, suizo, belga o austríaco es de gran utilidad para hacer un análisis en esta materia, ya que en estos cuatro países la estadística de pernoctaciones es exhaustiva y comprende todas las formas de alojamiento.

1.4.2. *La producción turística.*

Distinguiremos las tres categorías tradicionales: el transporte, el alojamiento y los servicios complementarios.

En el caso de los *transportes*, las estadísticas son, en general, completas y precisas y se trata en mucha mayor medida de un problema de clasificaciones y de análisis de estadísticas existentes, si se desea que sirvan para el turismo. En efecto, el turista inscribe su forma de consumo en las actividades de transporte existentes. Ahora bien, lo que interesa disociar es la ambivalencia turística o no turística. Esto interesa directamente al productor de transporte porque la acción de móviles diferentes sobre la demanda puede llevar consigo discriminación en los precios, mejoras de rendimiento, adecuaciones más juiciosas de la oferta a la demanda. El porcentaje de ventas a los turistas puede ir de 0 a 100, según las líneas o el momento. Es precisamente este porcentaje lo que será muy interesante tratar de determinar analizando detalladamente las informaciones de la Renfe, de las compañías de aviación: Iberia y Aviaco, así como de las compañías marítimas. Puede decirse con casi total certidumbre que la elasticidad-precio de la demanda de transporte es diferente según se trate de demanda turística o no turística. Se trata de datos de utilidad manifiesta, datos que el Instituto de Estudios Turísticos podría tratar de obtener con la colaboración de las grandes compañías de transportes.

En el caso del *alojamiento* ya ha sido señalado que el inventario muy detallado y preciso de la hostelería debería ciertamente comple-

tarse con el del *camping* (superficie de terrenos y número de plazas disponibles) y con el de los *apartamentos* (número de camas disponibles). El inventario de alojamientos de tipo de turismo social podría ser también efectuado. En este sector sólo se conocen los datos relativos a la Asociación "Educación y Descanso", si bien numerosas empresas parecen haber dado realidad con sus inversiones sociales a las posibilidades de alojamiento turístico para buena parte de su personal.

En el caso de *servicios complementarios*, sería también necesario intentar la estimación por imputación de la parte de actividad debida al turismo: estas nociones en las que la enumeración estricta es mucho más difícil que en el caso del recuento de pernoctaciones, deberían, sin embargo, de ser estimadas a fin de que pueda realizarse lo que nos parece un instrumento fructuoso para el análisis del turismo y de sus futuras repercusiones en España, a saber: un análisis input-output del turismo. Tal análisis no ha sido nunca intentado, y ello es causa de muchos problemas tanto en el establecimiento de los inputs como de los outputs. No hay duda de que el establecimiento de un cuadro general de relaciones inter-industriales permitiría un análisis particularmente rico en un caso como el de España, en donde el turismo desempeña un papel relativo no despreciable en el conjunto de la actividad económica. Una matriz inversa podría, en efecto, proporcionar, en este caso, todas las indicaciones útiles a las repercusiones del turismo en las diversas hipótesis de expansión posible.

Para ello, bien entendido, serían precisos diversos elementos de información con el propósito de determinar exactamente las clasificaciones del turismo según los transportes, los alojamientos y una categoría que designaremos por la rama: Servicios diversos para particulares.

Se trata entonces de la demanda turística como de la suma de diversas demandas finales (que, en total, constituyen la demanda turística) sobre la producción, aplicando los coeficientes obtenidos por la matriz inversa del sistema general de relaciones inter-industriales.

Convendría distinguir entre turismo de los nacionales y de los extranjeros puesto que, en principio, el crecimiento del primero no influirá en la demanda de productos alimenticios, por ejemplo (se trata simplemente de desplazamientos geográficos), mientras que la repercusión del segundo lo influenciará. La regionalización de tal análisis aparece inmediatamente revestida de un interés particular.

1.4.3. *Los factores de producción turística.*

El capital: el inventario tanto de alojamiento como de transporte, se realiza en unidades físicas. Sería conveniente definirlo en valor teniendo en cuenta la antigüedad de los bienes y las leyes de amortización. Estas estimaciones podrían hacerse en valor actual o en valor de reemplazamiento.

Las inversiones anuales: las informaciones disponibles permiten calcular estas inversiones en valor. Estos elementos permitirían la estimación de un coeficiente de capital en el sector turismo. Tal noción es de gran utilidad a la política económica en cualquier país donde el desarrollo turístico sea llamado a desempeñar un papel no secundario en la expansión general.

El trabajo: las estadísticas de personal son muy completas. Sería, sin embargo, útil analizarlas en su aspecto cualitativo: personal según el grado de calificación. La fluctuación estacional igualmente no es conocida, ni en sus consecuencias de paro ni en sus consecuencias migratorias.

Por último, las previsiones del Plan de Desarrollo deberían de ser complementadas por un análisis del equilibrio oferta-demanda en los futuros empleos, con la importante consecuencia de una política de formación profesional en consonancia con aquél. Aquí también serían necesarias estimaciones cuantitativas bastante numerosas, con distinción de los niveles según las calidades de la mano de obra necesaria.

1.4.4. *Los precios turísticos.*

Este sector es más importante para España que para otros numerosos países, porque el "boom" turístico español puede deberse, entre otros factores, al carácter particularmente competitivo de los precios turísticos.

Un índice de precios turísticos será en este caso un dato precioso. Se trata de un índice complejo, donde las ponderaciones de los componentes son bastante difíciles de determinar. En primer lugar, haría falta calcular un índice más simple, el índice de los precios hoteleros. En el pasado, hasta 1962, los precios eran fijados por los poderes públicos. Sin embargo, parece que la realidad de los precios en la práctica, sobre todo durante los últimos años, difería de los precios fijados, sin que fuera posible determinar esta realidad. Desde 1963 los precios se han liberado mediante la publicación de la "Guía de Hoteles" a principios de año. Esta "Guía" permite calcular un índice de precios hoteleros según la categoría.

El establecimiento de un índice de precios turísticos podría inspirarse en el ejemplo proporcionado por los cálculos del profesor Livi, de la Universidad de Florencia, que publica desde hace varios años índices de precios turísticos para numerosos países. En cualquier caso, a nuestro parecer, este índice presenta dos defectos, a los que no sería difícil encontrar solución.

1.º La ponderación acordada a la hostelería es muy fuerte (alojamiento). Estos precios hoteleros son obtenidos sólo en las grandes poblaciones, mientras que, generalmente, el fenómeno turístico se desarrolla en otros lugares.

2.º El precio de la gasolina (representativo del turismo automovil) no figura en ella.

En el caso del turismo español, donde el turismo en coche es tan preponderante, esto sería una laguna imperdonable.

La ponderación que debe ser retenida: adojamiento, transporte, diversos, es difícil de establecer. Los distintos elementos disponibles en ciertos países muestran que es muy variable, según la categoría social del turista y según su nacionalidad. Es cierto que en el caso de España la parte "diversos" podrá ser muy elevada, en razón a la marcada tendencia de muchos turistas por aprovisionarse de artículos cuyos precios son más ventajosos que en su propio país (en textiles principalmente).

Solamente un estudio muy documentado podría llegar a la determinación de la composición óptima de este índice.

Las fluctuaciones del costo de la vida podrían igualmente ser analizadas en las regiones turísticas por comparación también con las regiones turísticas. Sería interesante el comprobar en qué medida el turismo puede ser factor de inflación.

1.4.5. *La circulación turística.*

Una de las características esenciales del turismo es su movilidad. Esa misma movilidad debe de ser muy tenida en cuenta, ya que este fenómeno condiciona los problemas de funcionamiento corriente de vías de circulación (estrangulamientos, fenómenos de punta) y los problemas de inversión en materia de infraestructura. Este fenómeno influye sobre todo en la circulación por carretera.

Existen dos técnicas de medición. La primera, el recuento en carretera, se aplica en España y ha sido objeto de publicaciones. Su aplicación, que incumbe al Ministerio de Obras Públicas, no implica, en la intención de sus autores, una preocupación por el aspecto turístico. Puede, sin embargo, señalarse que esos recuentos proporcionan igualmente informaciones útiles al turismo (tales como la motivación en el empleo del vehículo: placer o trabajo, o la parte que corresponde a los vehículos extranjeros registrados). Estos dos últimos criterios generalizados para el conjunto del territorio español proporcionarían una cartografía vial particularmente expresiva desde el punto de vista de las corrientes turísticas.

La segunda técnica se denominará "itercards" (tarjetas de tráfico turístico): ha sido descrita en un artículo de la *Revue de Tourisme* (Berna) por J. Pasini, y consiste en la entrega a cierto número de turistas (muestra aleatoria o estratificada según ciertas claves de distribución) de una tarjeta que es taladrada diariamente con la mención de fecha y lugar de residencia. Este método, que nosotros sepamos, no ha sido nunca aplicado, pero parece presentar gran interés, y ciertamente merece ser ensayado. Puede proporcionar: el

tipo de alojamiento, el kilometraje diario, el ritmo de desplazamiento, el grado de movilidad.

1.4.6. *Estudio estadístico del turismo social.*

Además del inventario de equipo, de que se ha tratado más arriba, sería conveniente determinar las bases estadísticas de una política del turismo social, según las líneas de métodos siguientes:

- Clasificación de la población española en clases de renta (estadísticas financieras) y en categorías socio-profesionales.
- Calcular los costos de vacaciones tipo; variables a considerar: costos de transporte (según el tipo y la distancia), coste de alojamiento (según el tipo y la duración); clasificación de los diversos tipos de vacaciones según sus costos; determinación de los escalones mínimos de consumo turístico.
- Confrontar los dos elementos anteriormente mencionados y deducir los términos de una política del turismo social (montante global de intervención, selectividad, según ciertos criterios, tales como la localización geográfica de origen, por ejemplo: ciudad industrial, profesión ejercida, dimensión de célula familiar, renta, etc.).

1.4.7. *Estadísticas meteorológicas y climáticas detalladas.*

Gran utilidad puede obtenerse en esta materia de las publicaciones estadísticas del E. N. I. T. (Italia) que con relación a numerosos lugares turísticos nos dan los elementos siguientes: altitud, temperatura (mínimo, máximo, media), humedad relativa, viento dominante, nebulosidad, estado del cielo (sereno, brumoso, cubierto), precipitaciones (mm., duración de la lluvia: noche o día), horas de sol, temperatura del agua del mar o del lago, al mediodía, temperatura de la arena al mediodía (en superficie, a 20 cm.), altura de la nieve, calidad: polvo, dura, fresca, corteza de superficie, helada.

Estos diferentes elementos deben de permitir la elaboración de índices óptimos del tiempo turístico; combinando las ventajas y los inconvenientes. Ejemplos: una hora de lluvia (influencia nefasta) anula cuatro horas de sol (influencia benéfica); si la temperatura óptima es de 20 grados, se podrá imaginar una función de bienestar pasando por un máximo para un valor de 20 grados.

1.5. *Las encuestas por muestreo en materia de turismo.*

Podemos permitirnos la brevedad en este párrafo en razón de la abundante literatura sobre el tema.

Bastará con hacer algunas observaciones.

En primer lugar, la encuesta por muestreo es quizá la técnica que aporta los complementos de información más ricos para el conocimiento del turismo. Ella, y solamente ella, consigue posibilidades de estimación en valor monetario.

Existen dos tipos posibles: uno corresponde al análisis del turismo de los nacionales en su país y en el extranjero. Conviene proceder de la manera siguiente, sobre todo en un país como España, donde la tasa de actividad turística de los nacionales no es aún muy elevada y en donde la posibilidad de hallar elementos activos no es aún muy grande. Al hacer una gran encuesta presupuestaría o una encuesta relativa a productos de gran difusión podrá útilmente encajarse la pregunta: ¿Ha pasado usted las vacaciones fuera de su domicilio este año? Respuesta: "Sí" - "No". Esta simple respuesta nos da el análisis de tasas de partida: según la edad, la profesión, la renta, el origen geográfico o cualquier otra variable explicativa retenida en el muestreo de la gran encuesta. Más adelante, en el curso de una segunda encuesta, podemos limitarnos a someter a todos los "sí" (los que salieron) una lista de preguntas relativas a sus vacaciones: alojamiento, transporte, gastos, etc. Entonces el cuestionario "vacaciones", ya muy completo, será de una gran utilidad. Si se procede una sola vez, el porcentaje de preguntas sin respuesta es muy grande (todos los que no han salido), y el costo de la encuesta es mucho más elevado.

Se proyecta en España una vasta encuesta presupuestaría basada en la cartilla de ingresos y gastos en el transcurso de un año entero. La muestra sería realizada sobre 20.000 familias.

A pesar del importante tamaño de la muestra, será, sin embargo, necesario, si quieren extraerse informaciones útiles para el consumo turístico, tener en cuenta el hecho de que son principalmente las rentas altas las que corresponden a los más importantes consumidores de turismo. Así, pues, será preciso asegurarse de que dichas rentas figuren en número suficiente para constituir una fuente de información suficientemente abundante. En caso contrario, el error típico de las observaciones pudiera, a pesar de todo, ser muy importante. Se sabe, en efecto, que la variación del gasto turístico es muy grande.

Un segundo tipo de encuestas por muestreo tiene por fin estudiar el turismo de los extranjeros en un país determinado. Es probable que en las condiciones actuales este tipo de estadísticas tenga mayor utilidad para España. Por ello propondremos una solución práctica que nos parece tener dos ventajas: podría constituir la proyección y extrapolación de un ensayo en curso en las fronteras españolas durante 1963; no costaría prácticamente nada. Este último argumento nos parece muy importante, ya que se sabe que, en general, las encuestas por muestreo representan a menudo gastos importantes y que su carácter episódico hace de ellas partidas presupuestarias más difíciles de obtener que los gastos permanentes.

Ya ha sido señalado que en el curso del año 1963 fue llevada a cabo una tentativa para medir la duración media de estancia de los turistas extranjeros mediante la entrega a cierto número de turistas extranjeros que entran de una ficha en la que se menciona la fecha de entrada y la nacionalidad. A la salida, el agente de aduanas recupera la tarjeta, a la que se agrega la fecha de salida. Esta idea, que estimamos notable, se ha visto perjudicada por un inconveniente en cuanto a su ejecución; la distribución de las tarjetas no era aleatoria y la estimación de la duración media sufría un sesgo sistemático (véase el Anexo primero para el análisis de este problema). A este respecto, formularíamos dos deseos:

El primero consiste en que los funcionarios de aduanas adopten un sistema de selección que asegure el carácter aleatorio de la selección de los turistas que reciben las fichas: por ejemplo, todos los pasaportes terminados en 9 (selección del 10 por 100), o bien tomar uno de cada 20 (selección del 5 por 100).

El segundo consiste en la proposición de exornar muy ligeramente las necesidades de información que figuran en la ficha. No se debe de pasar de más de 4 ó 5 preguntas, de manera que no se llegue a obstaculizar el tráfico. Proponemos las siguientes preguntas:

Nacionalidad.

Duración de la estancia.

Forma principal de alojamiento: hotel, apartamento o villa, camping, otros.

Gastos totales en España (en pesetas por una persona. Si, por ejemplo, son ustedes cuatro, dividen sus gastos totales por cuatro, y perdonen el esfuerzo que les pedimos después de su viaje".)

Si se trata de un viaje colectivo organizado, indiquen:

- El gasto por persona en su país (en la Agencia) y la moneda del mismo.
- El gasto complementario por persona en España: en pesetas.

Kilometraje aproximado recorrido en España (sobre todo por lo que afecta a los automovilistas).

Estas informaciones no serían muy difíciles de obtener, y su análisis nos proveería de la respuesta a la casi totalidad de las preguntas económicas que pueden formularse en materia de turismo internacional en España: duración media, porcentaje de alojamiento, gasto medio por estancia, por día; el total, según los meses, las nacionalidades, los lugares de entrada, de salida, los modos de transporte, etc.

El problema de la motivación turística no aparece claro, pero podría ser estudiado en encuestas de carácter local.

2. *El análisis turístico regional, la clasificación funcional de las zonas y de los centros turísticos.*

Por análisis turístico regional entenderemos esencialmente un conjunto de métodos, basados principalmente en el análisis geográfico, cartográfico, estadístico y económico-social destinados a obtener las grandes características de la estructura turística, de su evolución en el pasado y de sus posibilidades futuras, en una región bien delimitada. El análisis regional se basa, pues, en la confluencia de diversas disciplinas explicativas aplicadas a un mismo lugar.

Pasamos a exponer, en primer lugar, esos diversos métodos tomados de técnicas diversas, pero cuya complementariedad es absolutamente necesaria. Esta rama de estudio, la economía espacial en sus aspectos regionales, posee hoy algunos años de experiencia tanto en el plano teórico como en el de las realizaciones. Este hacer parece autorizar de manera clara perspectivas muy valiosas de aplicación sistemática.

La clasificación funcional de zonas y de centros turísticos constituye uno de los resultados prácticos del análisis turístico regional, y de ella se tratará después de la exposición de los métodos. Será presentada bajo la forma de diversas sugerencias en los criterios de clasificación.

Por último, más que en cualquiera otra clase de trabajo, la metodología del análisis regional se hace sobre el terreno y en función del mismo. Es decir, que en nuestra opinión, es difícil y delicado hablar de análisis turístico regional en general, y que el compendio breve de técnicas que se insertan a continuación no tiene sino un valor indicativo, que quizá no escapará a la crítica de consideración abstracta y sin objeto preciso. Por esta razón hemos creído útil el sugerir más adelante las posibilidades de aplicación práctica que parecerán a la vez interesantes y merecedoras de un estudio concreto, de forma que pueda llegarse a un proyecto susceptible de realizaciones concretas en el futuro: caso éste al que se refiere la programación regional.

2.1. *Métodos y técnicas de análisis turístico regional.*

Son relativamente numerosos e incluso dispares. Algunas de esas técnicas conducen, además, igualmente a la clasificación funcional de centros.

Uno de los fines principales de la puesta en práctica de esos métodos consiste, entendiéndose bien, en la delimitación geográfica. Hay en ello, por lo demás, como una especie de círculo vicioso, entre el

método que permite determinar la zona y la elección preliminar de la zona en la que se trata de aplicar los métodos.

En cualquier caso concreto, y en el de España en particular, es ciertamente útil resolver este dilema, proponiéndose de manera formal una primera hipótesis para el diseño de zonas. Esta fijación "a priori" es tanto más necesaria cuanto que en el estado actual de la información estadística falta todavía uno de los elementos esenciales para la localización turística; nos referimos a la estadística de pernoctaciones.

La determinación de las zonas: puede ser efectuada por las razones principales:

Una de ellas, la preocupación de los poderes públicos por asegurar una planificación regional, una localización geográfica de la política económica, inversiones, trabajos de infraestructura que ayuden a una desconcentración de decisiones que hayan de tomarse.

Otra, el deseo de un análisis científico guiado por la preocupación de obtener ciertas homogeneidades geográficas o económicas.

La primera motivación tendrá un interés evidente en hacer co-responder su elección de zonas con ciertas entidades administrativas de poderes subordinados (provincias, municipios). Esto no es necesario por lo que afecta a la segunda motivación.

Desde el punto de vista turístico, existen las dos clasificaciones. En efecto, la propuesta en la obra "Anuario español de la industria turística" (editorial Editur, Barcelona), en su parte dedicada a geografía turística, es una clasificación del segundo tipo, basada esencialmente en la homogeneidad geográfica. Comprende doce zonas.

Otra clasificación retenida por E. Escorihuela en "La hostelería ante la coyuntura turística española" (artículo aparecido en *Información Comercial Española*, noviembre de 1963), reagrupa a las cincuenta provincias españolas en diez zonas, desde el punto de vista turístico, y esta concepción corresponde así más bien al primer tipo, es decir, a una posibilidad de desconcentración administrativa en la política turística.

Estas zonas son las siguientes: 1) Baleares. 2) Cataluña, con sus cuatro provincias. 3) Levante: provincias de Castellón, Valencia, Alicante y Murcia. 4) Costa Sur: provincias de Almería, Granada, Málaga, Cádiz y Huelva. 5) Canarias. 6) Galicia, con sus cuatro provincias. 7) Región cantábrica: provincias de Guipúzcoa, Vizcaya, Santander y Asturias. 8) Madrid. 9) Andalucía interior: Sevilla, Córdoba y Jaén. 10) Las otras provincias, en número de veintitrés.

Personalmente creemos que los apartados 9) y 10) podrán, sin gran inconveniente, agruparse, puesto que la Andalucía interior representa apenas algo más del 3 por 100 del alojamiento turístico, lo cual es una proporción muy débil y, además, es probable que su importancia relativa disminuya aún en el futuro.

El método general de análisis comprende dos objetos:

- El estudio del fenómeno turístico en sí, en una región seleccionada de antemano.
- El estudio de la influencia del turismo sobre su medio ambiente, con las repercusiones que su evolución puede tener sobre la región.

Podría, a primera vista, parecer más lógico el determinar en primer término el lugar relativo del turismo en el conjunto económico, y después analizar la "célula" turismo en sí mismo.

Sin embargo, la experiencia demuestra que es necesario estudiar antes el sector turismo en sí sin referencia a los otros elementos económicos.

Sin embargo, la experiencia demuestra que es necesario estudiar antes el sector turismo en sí, sin referencia a los otros elementos económicos.

En efecto, se trata de un sector de muy difícil conocimiento para tratarlo estadísticamente y para definirlo. Hace falta, primero, saber lo que representa de modo exacto, antes de insertarlo en el conjunto de la economía regional. Lo cual, por el momento, no es precisamente fácil.

De esta forma nos encontramos en presencia de dos grupos de técnicas:

- El primero, que analiza el fenómeno turístico.
- El segundo, que inserta el turismo en su ambiente.

El primero será denominado técnica del análisis turístico regional; el segundo, análisis "input-output" del turismo regional.

2.2. Técnicas de análisis turístico regional.

Estas técnicas incluyen generalmente tres fases:

- *El análisis descriptivo:* geográfico y estadístico, con ayuda de índices, de tasas, de funciones, de representaciones cartográficas.
- *La interpretación:* por análisis de correlación, de regresión, de superposición de mapas por calcos transparentes en los que cada mapa representa un elemento: carreteras, alojamiento, equipo complementario, etc., reconstitución de situaciones homogéneas por comparación, estudio de incompatibilidades (caso de concurrencia intempestiva), análisis de complementariedades posibles o deseables, detección de desequilibrios.

- *La programación*: es de hecho, la cartografía de la región tal como debiera de ser. Se trata del inventario de la acción futura: equipo suplementario que haya de ser construido, estimación de gastos, el estudio de técnicas de financiación, las necesidades de crédito.

Una cuarta fase, olvidada con harta frecuencia y que a nuestro paracer es importante, consiste en la eficaz vigilancia o control del desarrollo y realización del plan de puesta en valor.

Pasamos a examinar algunos ejemplos de valores característicos que pueden ser calculados, así como de las técnicas a emplear. Esta lista aparece a título de enumeración temática, la literatura turística existente en la actualidad proporciona numerosas aplicaciones concretas de estas técnicas.

Las diversas tasas de intensidad turística

Podrá encontrarse la relación entre el número de personas que pueden ser alojadas y el de habitantes en una superficie determinada. Una tasa de este estilo se calcula generalmente a nivel municipal. Los geógrafos franceses R. Defert y R. Balsainte han utilizado con frecuencia esta magnitud.

En lugar del número de camas puede adoptarse el número de habitaciones (si este es el dato de que se dispone). Puede también tomarse como numerador el número de turistas presentes en los diversos momentos de la temporada de más afluencia: se trata de la noción de densidad turística que ha sido sobre todo utilizada por G. Anderla en su interesante estudio sobre el movimiento turístico desde América latina hacia Europa.

Puede también compararse el máximo de personas en el momento de la temporada punta con el número de naturales (habitantes) del municipio. Este criterio con relación a las variaciones de la población ha sido tenido en cuenta en el estudio preparatorio para la Ley sobre zonas y centros turísticos en España.

Dicho criterio puede, en efecto, constituir una apreciación objetiva del grado de urgencia en materia de trabajos de infraestructura, por ejemplo: los Ayuntamientos que cuentan en temporada con más de cinco veces, con más de tres veces, de dos veces, su propia población. También pudiera colocarse en el denominador una superficie de terreno en lugar de un número de habitantes.

Estas tasas de intensidad turística, objeto de un cálculo muy sencillo, deben, sin embargo, ser interpretadas con toda la prudencia científica precisa, ya que las deducciones rápidas son en algunos casos abusivas.

Señalemos primero que al nivel de una gran región esta tasa no alcanza ya gran significación, como consecuencia de las compensaciones posibles entre las densidades locales, que pueden ser muy

diversas. A continuación hay que subrayar el hecho de que el encontrar un valor bajo en estas tasas no es sinónimo de una débil presencia turística. Centros como Madrid y Barcelona tendrían necesariamente valores muy bajos; no por ello dejan de ser grandes centros turísticos. A la inversa, se podrían encontrar muy altos valores de tasas de función turística para Ayuntamientos situados en lugares considerados como absolutamente no turísticos. Por otra parte se encontrarán ejemplos en: "Zonas y centros de interés turístico nacional", en la página 11, donde figura la lista de Ayuntamientos cuya relación: *número de habitaciones respecto a población local* es superior al 10 por 100.

Los procedimientos de clasificación de las estaciones

Puede imaginarse un buen número de criterios para apreciar la calidad de una estación turística determinada. Ejemplo: en Suiza, las estaciones de deportes de invierno son clasificadas de 1 a 12, según su equipo. Puede procederse con arreglo a criterios de agrupación: la facilidad de acceso, la abundancia y la calidad del alojamiento, el óptimum climático, el equipo complementario, el aire, las facilidades para el baño, etc., y ponderarlas a la vista de una estimación sintética expresada por una puntuación global de satisfacción turística. En este orden de ideas pudiera también pensarse en obtener diversas funciones de bienestar turístico. Una apreciación de este orden ha sido aplicada en las playas de la costa belga.

Los índices climáticos

Son numerosos los existentes. Mencionaremos el índice turístico climático balneario definido por un geógrafo francés, M. Burnet, en su obra *Veraneo en las costas francesas* (París. Hachette 1961); el índice de nivopluviosidad puesto al día por R. Balsainte para las regiones alpinas (*Revista de geografía alpina* núm. XLVI).

Las características sociales de las estaciones turísticas

La distribución en porcentaje de las formas de alojamiento turístico podrá dar una imagen del nivel social de una estación: de lujo, de clases burguesas, populares. Igualmente será interesante el análisis de los cambios en la estructura social. Este análisis puede ser hecho muy fácilmente por la hostelería española en la que los datos estadísticos son precisos en esta materia. Puede procederse como sigue: repartición de los hoteles en tres categorías: lujo, clase media y modestos; determinación para cada estación de los porcentajes de plazas ofrecidas por categorías (siendo el total del alojamiento igual a 100) y comparar las estructuras de las distintas es-

taciones en un mismo momento o en momentos diferentes en una misma estación.

Régimen estacional de frecuentación

Tal análisis es particularmente importante en el caso español, donde la casi totalidad de los regímenes meteorológicos posibles aparecen en su territorio: temporada de verano corta en el Atlántico, temporada de verano en la Costa Brava, temporada de verano prolongada en la Costa del Sol, que va acompañada de una estación de invierno y de primavera; estación de invierno dominante en Canarias (mientras no se decida la promoción de la de verano), temporada de invierno posible en los Pirineos españoles, en Sierra Nevada, fines de semana en Navacerrada, etc. Este análisis no será posible sino después de una puesta a punto de una estadística de pernoctaciones, pero es de indudable interés, de manera especial en lo que se refiere al equilibrio estacional, a la propaganda, al rendimiento financiero de las empresas turísticas, a la política turística.

Las formas de acceso

Este sector puede analizarse según dos puntos de vista: los medios de circulación en la región y la conexión con los diferentes mercados emisores de turistas.

En el primer caso se efectuarán, sobre todo, los diversos trabajos cartográficos de perfil altimétrico de localización (esto en particular para las regiones de montaña), así como las fluctuaciones estacionales de la circulación por carretera. Este último punto nos parece de gran importancia; M. González Paz, Jefe del Gabinete Técnico de la Subsecretaría de Turismo, ya lo ha destacado en varias publicaciones. En efecto, generalmente la importancia relativa de una carretera es estimada por la intensidad media del tráfico diario que la anima; se desprecia casi siempre otro parámetro, el de la forma de distribución de densidades de tráfico en el tiempo. Si la variación diaria permanece parecida en el tiempo, caso general en el tráfico corriente, la cifra media puede ser considerada como representativa, pero en el caso de un tráfico predominantemente turístico, el tráfico diario medio no tiene gran significación y no será representativo del tipo de flujo de vehículos. En un país tal como España creemos que los criterios de una política de infraestructura vial y de jerarquía de las inversiones debería de prestar atención al parámetro de las fluctuaciones estacionales y tomar en consideración el hecho de que en la temporada el tráfico diario medio de una ruta turística se presentara muy alejado de la cifra de tráfico medio anual.

En el segundo caso hay que orientarse hacia ecuaciones de relación oferta-demanda. Los tres parámetros, tiempo, precio, confort,

deberían de ser introducidos en una función. En una primera fase se podrán analizar las curvas de iso-costo, de iso-tiempo, de iso-confor (aunque la unidad estadística a anotar en este tercer caso pudiera ser muy poco objetiva).

Podría también ensayarse la transposición de fórmulas de física (la ley de atracción de Newton), en la que el tráfico está en función directa de la potencia de los mercados emisores y receptores y en función inversa de la distancia que los separa. Varias investigaciones en este sentido han sido efectuadas por la Air Research Bureau en Bruselas:

$$\text{Tipo de fórmula: Tráfico} = \frac{Me \times Mr}{D}$$

Me = Mercado emisor.

Mr = Mercado receptor.

O = Distancia.

= Parámetro que indica el exponente de *D* y caracterizan el grado de potencia del obstáculo constituido por la distancia a franquear.

La tipología de las estaciones o zonas

Se trata aquí, quede sentado, de la fase final y del resultado de los análisis precedentes. Entra en juego la parte segunda que sigue al inventario y que va a consistir en correlaciones y comparar con el propósito de obtener los puntos comunes, las diferencias, las incompatibilidades, etc.

Son varios los criterios que pueden sugerirse:

- Según el aspecto social: lujo, medio, pobre.
- Según el uso: estación termal, ciudad de arte balneario, deportes de invierno, etc.
- Según el ritmo estacional: estival corto, estival largo, invernal, anual, de dos temporadas.
- Según ciertos criterios geográficos: ejemplo, para las estaciones de deportes de invierno, de puerto de montaña, de valle, de llanura.
- Según el grado de especificación turística.
- Según el grado de internacionalización.

Tras el estudio de la tipología se tiene ya un conocimiento substancial de las formas y de la importancia regional del turismo, y puede pensarse en la programación turística; tercera etapa, que consistirá esta vez, con la ayuda del conocimiento del pasado y del presente, en ensayar la implantación del porvenir. Sin embargo, antes de proceder a la realización de esta etapa nos parece indispensable el estu-

dio de las repercusiones posibles de un programa sobre el ambiente económico general con el fin de ver si los programas previsibles son a la vez realizables y benéficos para el interés general. La programación turística no puede concebirse ni construirse sin referencia al conjunto teniendo en cuenta que pueden producirse "embotellamientos" inesperados. La mejor técnica de análisis de este problema es, a nuestro parecer, el conocimiento exacto de la importancia relativa turística en el ámbito de la economía regional, su grado de dependencia respecto del exterior, su papel motor, demanda de empleo y de productor de servicios. Parece que el *input-output* regional, descomponiendo el turismo en sus diversos sectores de producción, pudiera aportar indicaciones particularmente preciosas en este asunto. Esta materia será desarrollada en el apartado siguiente.

2.3. *Técnica del análisis "input-output" aplicado al turismo.*

Las ideas generalmente admitidas en materia de análisis *input-output* encuentran dos particularidades: una relativa a la regionalización del cuadro de las relaciones inter-industriales, la otra se refiere a la descomposición del sector turismo en el cuadro.

Diversas experiencias en el establecimiento de cuadros *input-output* regionales parecen haber demostrado las dificultades estadísticas con frecuencia muy considerables cuando se trata de regiones poco diferenciadas geográficamente, por ejemplo, las provincias en el interior de un mismo país. En efecto, el censo de los movimientos comerciales inter-regionales es, en general, de muy difícil fijación. Por el contrario, en ciertos casos en que la distinción geográfica queda netamente establecida, este análisis es mucho más fácil; ejemplos de lo cual tenemos en Sicilia y en ciertas islas del Japón para las que los cuadros regionales de *input-output* son muy satisfactorios.

Precisamente por ello nos ha parecido que un análisis de esa índole sería particularmente realizable en los casos de las islas Baleares o de las Canarias. Incluso mejor en lo que se refiere a las Canarias, pues aunque no haya fronteras (puesto que se trata de un territorio íntegramente nacional), no deja de existir un control aduanero (que no existe en Baleares). Añadamos que la importancia relativa del turismo no es despreciable en Canarias, y que esta importancia relativa podría crecer en grandes proporciones. Todo parece indicar que se trata de un campo ideal de experimentación reuniendo en alto grado condiciones para un estudio de esta índole: *input-output* regional con descomposición del sector turismo (tanto del sector producción como del lado de la demanda). Un trabajo de este tipo sería único en su género: no existe ningún precedente con la perspectiva de poder llegar a deducir la repercusión real de una expansión turística sobre el conjunto de la economía. Este análisis sería tanto más útil cuanto lo sean las posibilidades turísticas en estas islas, que están aún poco explotadas, por cuya razón existe

bastante libertad en lo que se refiere a las opciones relativas y a las formas y proyectos de implantación turística futura.

La utilidad de este análisis será referida aquí muy sumariamente en este lugar bajo la forma de algunas preguntas a las cuales el análisis *input-output* puede aportar una respuesta. Antes de plantear estas preguntas se supone que los tres elementos siguientes han sido calculados y establecidos: cuadro de las relaciones inter-industriales en las islas Canarias; los métodos detallados pueden ya ser puestos a punto; estudio del mercado potencial turístico para las islas Canarias, con sus tasas de expansión anual esperada (en todo caso podrán adoptarse diversas hipótesis de desarrollo), puesto que también a este respecto existen varios métodos: estudio de la descomposición de los gastos turísticos realizados en las islas Canarias.

Llegados a este punto, pasamos ahora a exponer los diversos problemas susceptibles de ser resuelto por la teoría *input-output*.

Cuáles serán los efectos sobre la producción de las diversas ramas de actividades de un aumento del X por 100 (o X millones de pesetas) de las llegadas turísticas a las islas Canarias (1).

De esta manera podrán verse las repercusiones netas sobre las diferentes ramas agricultura, construcción, servicios bancarios) y también apercibirse de si se encuentran en estado de suministrar el suplemento de producción a que hayan dado lugar (verificación de los embotellamientos).

¿Qué efectos se producirán sobre las importaciones de las diversas ramas? Esta pregunta no es solamente importante para conseguir la fijación de ideas acerca de algunos obstáculos posibles en materia de pagos al exterior en el cuadro regional. Creemos que, al menos, tiene la misma importancia en cuanto al conjunto de España, en donde, por otra parte, existen tablas *input-output* muy prolijas, pero en las que habría que insertar el turismo con vistas a un análisis de las repercusiones del desarrollo turístico.

¿Cuáles son las repercusiones de un crecimiento turístico en Canarias sobre el valor añadido de las diversas ramas de actividad y sobre la remuneración de los salarios?

¿Cuáles habrán de ser los efectos sobre el empleo de un crecimiento turístico determinado? Esta pregunta podría igualmente ser resuelta mediante un estudio de la estructura del empleo. Atención; no se trata solamente de nuevos empleos estrictamente turísticos, sino igualmente del número de empleos inducidos en razón del hecho de la interdependencia sectorial?

¿Cuál es la repercusión de la expansión turística sobre los impues-

(1) Nos limitamos a señalar, para el lector familiarizado con el análisis *input-output*, que la respuesta a esta pregunta estriba en el empleo de la matriz inversa. Notación matricial: sea A la matriz cuadrada constituida por el cuadro *input-output*, cuyos elementos son los coeficientes técnicos A_{ij} . La matriz inversa B se obtiene calculando $B = [-A]^{-1}$.

tos indirectos? He aquí una pregunta de evidente interés para la política financiera a la que el análisis *input-output* puede proporcionar respuesta.

En las preguntas que anteceden se ha considerado que los análisis eran efectuados a partir de precios constantes, y que solamente las cantidades (es decir, el volumen de los factores y el del producto) variaban. Pero también puede admitirse la hipótesis inversa y construir un modelo abierto en el que se considere conocida la estructura real de la producción y se varíen los precios. Puede tomarse entonces como variables independientes los precios de importación y los diversos elementos del valor añadido, y como independientes, los precios de materias utilizadas y de los productos salientes. Así podrán evaluarse las variaciones de precios, las cuales, permaneciendo constantes todas las demás cosas, darán lugar a variaciones dadas de los determinantes de los precios (precio de importación, precio de los factores e impuestos indirectos). Podrá también verse cómo un aumento de salarios o una modificación de impuestos indirectos influye sobre los precios turísticos.

En conclusión, se pone de manifiesto cómo los problemas cruciales para el turismo son susceptibles de resolución o, al menos, de ser esclarecidos por este método. En el punto siguiente pasamos a algunas conclusiones más generales en materia de análisis turístico regional.

2.4. *Algunas conclusiones que conciernen al análisis y la programación turística regional.*

La decisión de implantación del turismo en una región determina las siguientes razones:

Las inversiones a realizar son importantes: los reacondicionamientos (si fueran necesarios) son difíciles; desde una consideración eminentemente social, se trata de una evolución de carácter irreversible; por ejemplo, el pescador que se dedica al alquiler de cabinas o bien a pilotar motoras no volverá a las actividades de su antiguo oficio en caso de modificaciones de la coyuntura o de deserción de la nueva estación turística; el turismo trae consigo profundas modificaciones en la manera de pensar de los naturales del país, y ello en forma más acusada sobre el aspecto social.

Por el contrario, la evolución general de Europa, el crecimiento incesante de su nivel de vida, la estructura de las corrientes turísticas internacionales (norte-sur) son motivos para un optimismo positivo y durable (al menos durante los próximos quince años) en materia de desarrollo turístico en las zonas mediterráneas. Por consecuencia, es muy natural el que se valoricen al máximo las posibilidades turísticas de esas regiones.

En general, el turismo conocerá fases de expansión rápida, y esta rapidez puede en cierto modo contrastar la validez de los métodos *input-output* o de programación lineal, los cuales suponen normalmente condiciones tecnológicas, relativamente estables, mejor adaptadas a las regiones donde se producen pocas modificaciones de estructura. De ello se deduce la necesidad de vigilancia en la concepción de esos modelos y tenerla bien presente de manera que puedan permitir igualmente el análisis de situaciones en rápida evolución.

A menudo asistimos en las programaciones de desarrollo regional a dualismos que oponen la prioridad de las infraestructuras o de los establecimientos privados. ¿Es preciso, antes que nada, establecer la planificación y la evaluación de las nuevas posibilidades de una región? Se tiene un poco la impresión de que en España, en todo caso, el segundo cuidado ha marchado más aprisa que el primero. Conviene concebir la solución de tal debate dentro de un cuadro muy comprensivo en el que la totalidad de la situación pueda ser analizada. La nueva Ley sobre zonas y centros turísticos, en esta línea, parece haber alcanzado condiciones muy favorables de solución con el fin de programar simultáneamente la infraestructura y los establecimientos.

Otro problema que se plantea consiste en la prelación que haya de darse a la elección geográfica que haya sido hecha en cuanto a las regiones a desarrollar. ¿Convendría esparcir los recursos a todo lo ancho del país exponiéndose a que los esfuerzos sean demasiado marginales en numerosos puntos? O bien, ¿hay que escoger algunos polos de atracción sobre los cuales pueda centrarse un esfuerzo más sustancial? Podemos responder que evidentemente se trata de uno de los dilemas más difíciles de resolver y en el que no aparece tan sólo implicada la economía. Con toda certeza habrán de ser tenidas en cuenta las posibilidades políticas. Parece ser que la idea general del informe llevado a cabo por la Comisión del Plan de Desarrollo en el sector Turismo ha sido la de evaluar los proyectos casi proporcionalmente con arreglo a la importancia turística actual.

Creemos que, debido a razones de índole económica (y hemos de reconocer con justicia que en modo alguno son las únicas influyentes en las decisiones), sería deseable en las actuales condiciones de la economía española centrar las posibilidades sobre los proyectos que comporten mayor valorización y rentabilidad. Ejemplo: desarrollo intensivo de toda la costa Mediterránea, aeródromos, Gerona, Almería, autopista de Levante, y prosecución de la comunicación por carretera hasta Algeciras. He aquí los motivos que hacen optar por estas inversiones: los recursos que se derivan del turismo en España constituirán un medio eficaz e importante para la financiación de las importaciones; éstas serán, sin duda, uno de los elementos indispensables a una evolución más rápida del desarrollo general para lograr un crecimiento de la industrialización. Esto en cuanto a las exigencias inmediatas. Después, la elevación de la renta dará lugar

al desarrollo de una naciente demanda turística nacional más sustancial, y sólo entonces podrá pensarse en una atomización más acusada de la actividad turística que sería sostenida fundamentalmente por la demanda local. Pero esta fase supone, entre otras cosas, un crecimiento y difusión muy importantes en cuanto a los automóviles de propiedad particular, y en España no los vemos generalizados en forma suficiente antes de diez años.

2.5. *La clasificación funcional de los centros y zonas turísticas.*

La casi totalidad de las técnicas al uso han sido descritas en los dos puntos precedentes. Bastará con algunas sugerencias complementarias.

El análisis de las zonas y centros turísticos puede hacerse desde dos perspectivas: análisis espacial para los que vayan a ser creados y análisis funcional para los que ya existen.

Igualmente, y a muy justo título, otra gran línea directriz ha sido tomada en consideración por M. González Paz, expuesta en un artículo titulado "El Turismo en el Desarrollo Regional", aparecido en *Estudios Turísticos* (diciembre 1963; págs. 37 a 60).

Distingue dos grupos de objetivos: la *preparación* del desarrollo turístico en las regiones en donde la acción espontánea de los agentes económicos ha creado evoluciones muy rápidas, a veces incluso algo anárquicas y desordenadas en ciertos lugares de la costa mediterránea española, y la *expansión* del fenómeno turístico en las regiones provistas de dotes naturales necesarias pero no suficientes al despliegue de actividad turística. Suponen ambos objetivos una acción voluntarista por parte de los poderes públicos que en primer caso se trata de un freno mientras que en el segundo, de un acelerador.

Volvamos al estudio de algunos detalles acerca del análisis espacial y análisis funcional.

El análisis espacial para las zonas y centros turísticos a crear examina tres criterios que constituyen las condiciones necesarias y suficientes para el desarrollo del turismo: las condiciones naturales; el equipo, el alojamiento y los medios complementarios; los medios de transporte: facilidad de acceso y de circulación interior, posibilidades de explotación. Las condiciones naturales examinadas serán: el relieve, el emplazamiento natural, el mar, el clima (temperatura, viento, lluvia), el sol de que disfruta, los bosques, los planes de abastecimientos de aguas, las posibilidades de caza, de pesca, las curiosidades naturales (grutas, cascadas, etc.). Las condiciones con relación a la geografía humana o al interés histórico serán: estaciones termales, notoriedad de su antigüedad (castillos, ruinas) o modernidad (núcleos urbanos nuevos, fábricas, estaglecimientos agrícolas experimentales, grandes obras de ingeniería), el folklore, las ferias más pintorescas, los deportes. Por lo que atañe al capítulo alojamiento y equipo, deberán, además, ser incluidas en el análisis del mismo:

agencias, información, caminos, estaciones de servicio, comercios, campos de deportes. Las condiciones de transporte por ferrocarril, carretera, puertos, aródromos, navegación en pantanos. Será también muy conveniente el estudio detenido de los eventuales factores negativos, aguas poluladas, atmósfera contaminada, terrenos devastados, proximidad a fábricas con emanaciones tóxicas o actividad que ocasiona grandes ruidos y agitación, etc.

Después de estos estudios que serán llevados a la práctica, con la ayuda de las técnicas descritas en los puntos precedentes, podrá pasarse a las diversas clasificaciones. Hagamos una observación sobre el método: desde el punto de vista administrativo, la definición de las zonas, ya sea para su preparación o para su expansión podrá hacerse a nivel de la Administración central; por lo contrario, el estudio de los centros será realizado con una mayor utilidad por los poderes locales que presentarán sus proposiciones en la materia.

En el estado actual de la información estadística en España, toda la parte geográfica, así como la que analiza el transporte y el alojamiento podrían ser efectuadas. Este último punto, sin embargo, mediante el previo análisis de los apartamientos de destinación turística. De este modo se contará con todas las bases objetivas que permiten la clasificación según la naturaleza y las frecuentaciones sociales. Todos los lugares de tipo estacional o de atracción internacional más o menos importantes deberán ser tenidos en cuenta para la elaboración de pernотaciones.

Una clasificación basada sobre los tipos de turismo podrá abordarse con la ayuda de informaciones sobre la motivación turística que será obtenida a través de encuestas regionales: estancias de reposo para adultos, turismo cultural, caza, pesca, turismo deportivo, alpinismo, carácter internacional, nacional, regional o local de la estación.

Podrán así analizarse las poblaciones, tanto las emisoras como las receptoras. Distinguiremos tres grandes categorías:

- 1) Las grandes ciudades emisoras, grandes depósitos potenciales de turistas, con sus grandes masas de población.
- 2) Las estaciones de acceso hacia las zonas turísticas: son en cierto modo los puntos de distribución hacia los diversos centros de la zona.
- 3) Los lugares y puntos terminales.

Para cerrar este apartado conviene hacer mención de un problema que no habiendo sido aún objeto de investigaciones sistemáticas, merecería serlo. Seguramente se trata del estudio de las *dimensiones óptimas de un centro turístico* con relación a los costos de infraestructura. Este problema podría revestir un gran interés para todas las técnicas de preparación para el futuro de centros turísticos proyectados en determinadas regiones naturales.

Por último, en resumen, existe una regla cuya importancia es capital: las diversas modalidades de clasificación pueden pensarse en el Gabinete de trabajo, pero la ejecución de las mismas sólo podrá ser hecha sobre el terreno.

3. *Análisis econométrico en materia de turismo.*

El análisis econométrico sólo puede comenzarse cuando se han terminado los inventarios estadísticos. Por este motivo será breve y se limitará a algunas sugerencias o indicaciones para la investigación, que podrían revelarse fructuosas.

Consideramos cuatro categorías de problemas:

- Los modelos de crecimiento de la demanda turística.
- El análisis de las inversiones y del efecto acelerador del turismo.
- El multiplicador turístico.
- El análisis econométrico de una encuesta por muestreo.

3.1. *Los modelos de crecimiento de la demanda turística.*

Volvemos ahora a ocuparnos de los rasgos esenciales de un método de previsión que será aplicable al turismo de los extranjeros hacia España (1).

1) Relacionar los gastos turísticos de los principales clientes extranjeros de España con el futuro desarrollo de sus rentas "per capita".

2) Calcular el desarrollo que de ello resultase, teniendo en cuenta la evolución prevista de la renta nacional y de la población en los diversos países.

3) Anotar el porcentaje de cada país extranjero que escoja España como país de estancia turística. Esto supone, primero, cierta regularidad de este porcentaje en el pasado y sobre todo un mantenimiento de esta regularidad en el futuro. Esta previsión resulta difícil, puesto que las características aleatorias son más acusadas. Es necesario no sólo prever el desarrollo de ciertas cantidades, lo cual puede hacerse sin riesgo de encontrar muchos imprevistos si la ley del pasado es bastante regular, pero es necesario, además, determinar en el interior de esta cantidad global el porcentaje de elección que beneficiará a España. Esta elección puede, en parte, estar en relación con elementos extra-racionales y aleatorios.

(1) Referencia: G. Labeau. La Consommation touristique belges: son évolution passée et future. (Cahiers économiques de Bruxelles, número 18, página 266.)

En un documento aún no publicado, el "Programa de Desarrollo Turístico", establecido por la Comisión de Turismo del Plan General de Desarrollo Económico para España, los dos primeros capítulos intentan una estimación de las perspectivas de evolución

El primer método es, en suma, muy parecido al descrito anteriormente, pero el informe ha establecido diversas previsiones por distintos métodos que generalmente son notablemente prudentes. Pasamos a hacer una descripción sumaria y aportaremos algunas observaciones.

Métodos de previsión utilizados por la Comisión de Turismo del Plan Español

En un *primer método* ha sido calculada la elasticidad-renta de los gastos turísticos exteriores de doce países europeos de 1957 a 1961. La proyección ha supuesto esas elasticidades constantes en el futuro. y los ha aplicado a las tasas de expansión previstas para esos doce países. Después se ha examinado la parte española en esta evolución. El informe hace constar de manera especial que en el crecimiento total de los gastos entre 1957 y 1961 la participación de España ha sido del 16 por 100, mientras que la de Italia fue del 24,5 por 100. Lo cual tiende a borrar la convicción que parecía arraigada de que España sustituiría a Italia en el terreno turístico; tal es una de las conclusiones del informe, y nos lleva a hacer la siguiente observación: esta evolución es debida, en nuestra opinión, esencialmente al factor precio. Los precios turísticos italianos han subido notablemente con respecto a los precios españoles. Razonando sobre las cantidades, se llegaría probablemente a resultados muy diferentes.

Un segundo método ha consistido en establecer una correlación entre el nivel de vida por habitante y los gastos turísticos en el extranjero por habitante. El análisis estadístico comprende trece países europeos, y el coeficiente de correlación, sin ser particularmente elevado, es, sin embargo, significativo. De esta manera, sobre la base de una renta prevista para 1967, y multiplicando por el índice de crecimiento de la población, se pueden determinar los gastos turísticos futuros. A propósito de este método quisiéramos hacer constar que supone que el desarrollo de la renta en el interior del país creará el mismo comportamiento que se observa en rentas de países diferentes en el mismo momento. Se trata de modo evidente de todo el problema de la equivalencia de las elasticidades estáticas y dinámicas. Por otra parte, una correlación que hemos calculado para alrededor de treinta países (según las estadísticas de la O. N. U.) se ha revelado como no significativa. Parece sobre todo que la variable "superficie del territorio" desempeña un papel importante.

Un tercer método, que también presente una gran originalidad, consistía en establecer una función entre, de una parte, los gastos turísticos y, de otra, los variables niveles de renta y velocidad de

crecimiento de la misma. Desgraciadamente, el coeficiente de correlación múltiple no se ha revelado significativo.

Un cuarto método ensayado se basaba en la elasticidad entre la afluencia turística (medida en cantidad de turistas) y la renta.

Tras el examen de estos métodos quisiéramos formular algunas observaciones respecto al valor de la elasticidad-renta del gasto turístico. En primer lugar, ¿cuál podrá ser su valor real?

Se trata, en este caso, de un problema nada claro. En efecto, en el caso de que se mida sobre la base de series cronológicas de antes de la guerra, en nuestra opinión, se obtiene un valor mucho más elevado, porque el valor hallado contiene un factor de tendencia que debe de ser bastante importante. En otros términos, una tal elasticidad-renta podría aplicarse sin gran inconveniente a tasas provisionales de desarrollo, pero esta elasticidad no representaría nada, o mucho menos en el caso de una recesión, porque un efecto positivo de tendencia compensaría la fuerte reacción negativa del gasto turístico de la renta en parecida eventualidad.

Por el contrario, si se mide la elasticidad-renta sobre la base de un análisis de sección mixta, se obtiene, en nuestra opinión, una cifra muy baja, porque aquí juega un factor que contribuye a rebajarla. La explicación sería, a nuestro parecer, la siguiente: hay un freno institucional a la duración de las vacaciones que impide a las rentas altas la práctica de un consumo turístico más elevado.

Para resolver este problema podría suponerse un modelo en el cual el gasto turístico sería explicado por la renta y un término de tendencia. Pero, desgraciadamente, no será, generalmente, posible hacer explícitos en forma valedera los parámetros de estas dos variables explicativas, porque estarán casi siempre intercorrelacionadas (multicolinariedad).

En esas condiciones optaríamos, a pesar de todo, por una solución del tipo siguiente: retener como valor real de la elasticidad-renta del gasto turístico un valor intermedio entre los resultantes del análisis cronológico y resultante de un análisis de sección mixta. Introducir este valor en un modelo con dos variables explicativas del tipo siguiente:

C_t = consumo turístico. Y = renta. t = tiempo.

α = elasticidad-renta (estimada entre los dos valores calculados, uno dinámico y otro estático).

B = valor del término de tendencia.

Introduciendo el valor estimado de α en la función, se podrá encontrar B por diferencia, razonando sobre las diferenciales logarítmicas de la manera siguiente:

$$\frac{dC_t}{C_t} = \alpha \frac{dY}{Y} + B dt$$

Pensamos que tal modelo es valedero para cierto número de años futuros hasta un cierto punto de saturación del consumo turístico, saturación que podrá fijarse a un 90 por 100 de la población, por ejemplo. Así, pues, en este momento el efecto de tendencia será sin duda inexistente por lo menos en su parte constituida por el crecimiento del turismo debido a nuevas capas de clientes. Podrá aún subsistir bajo la forma de medidas institucionales de prolongación de la duración de los permisos de vacaciones. Lo que es bien cierto es que en ese momento el papel de la elasticidad-renta se habrá mejorado.

La elasticidad-precio constituye un dato aún menos conocido que el precedente. No deja de tener gran importancia en el caso de España. No es irrazonable el pensar que en el "boom" turístico de este país, los precios particularmente competitivos hayan podido jugar un papel fundamental. Esta elasticidad-precio debería normalmente ser bastante fuerte. ¿Sucede así? Ello supondría una fuerte elasticidad de sustitución. ¿Qué sucede sobre este particular? Desarrollando los índices de precios turísticos a nivel de los diferentes países europeos podrá con certeza conseguirse la promoción del estudio de esas elasticidades-precio. Por lo que concierne a la explicación del turismo español por el factor precio, quisiéramos sugerir la contrastación de una función del tipo siguiente:

$$\frac{T_e}{T_t} = \frac{a}{\frac{P_e}{P_t}} + b$$

T_e = turismo internacional en España.

T_t = turismo internacional en el conjunto de los países europeos.

$\frac{T_e}{T_t}$ da la parte relativa a España.

P_e = precios turísticos españoles; P_t = precios turísticos en el conjunto de los países europeos.

$\frac{P_e}{P_t}$ = precios relativos españoles en materia de turismo:

Bien entendido, este ajuste deberá de ser precedido de investigaciones sobre la correlación entre la actividad turística y los precios considerando diversos países emisores de turistas (Alemania, Escandinavia, Gran Bretaña, Bélgica) y diversos países receptores (Espa-

ña, Italia, Francia, Yugoslavia, Grecia, Austria) para comprobar si la hipótesis de la relación con los precios era fundada.

Una función más completa del fenómeno turístico podrá integrar los tres grandes factores explicativos: renta, precio, tendencia y ser del tipo:

$$C_t = a_0 + \frac{a P_e}{P_t} + a Y + a t$$

En la medida en que se cree que una parte del consumo turístico está financiado por el ahorro a corto plazo (bajo forma de consumo diferido), incluso se podrá dinamizar el modelo adoptando un término que concierne igualmente a la renta del año anterior. Entonces tendremos el siguiente tipo:

$$C_t = a_0 + a \frac{P_e}{P_t} + a Y_t + a Y_{t-1} + a t$$

Y_t = renta del año. Y_{t-1} = renta del año anterior.

Antes de elaborar los modelos ya mencionados, convendría poner particular atención al análisis de la noción C_t (consumo turístico) en sí. Porque en estos modelos anteriores la mejor estimación sería la de valor y obtenida por cálculo directo. Esta se encuentra relacionada con tres elementos: el número de turistas (índice de cantidad), los precios turísticos (índice de precios), la naturaleza del gasto turístico individual. Este tercer elemento podrá ser incluido indiferentemente en el índice de cantidad o en el índice de precios. Preferimos, no obstante, incluirlo como elemento del índice de precios con el fin de mantener en el índice de cantidad toda la cohesión y la precisión de la unidad estadística objetiva que representa la pernoctación. Tenemos que si las cantidades medidas por las pernoctaciones y los precios constituyen magnitudes bastante objetivas, el tercer factor; es decir, el gasto individual varía mucho según el individuo. Por otra parte, hay que pensar que su valor medio puede variar en el tiempo bajo la influencia de varios factores que son probablemente contradictorios. En primer lugar, la influencia del tiempo de que se trate hace acrecer el número absoluto de turistas por un efecto de tendencia. En igualdad de condiciones, esta extensión del número significa una disminución de la renta media de los turistas puesto que los que ahora llegan marginalmente tienen en principio una renta más baja. Por otra parte, el paso del tiempo actúa también y simultáneamente con un alza del nivel de vida para el conjunto de la población.

Así, pues, conviene examinar el efecto neto de estas dos influencias contradictorias, y ello calculando estos tres datos:

1) El efecto de tendencia neta medida en cantidad de turistas que salen. Esto supone que se conoce una función explicativa de tasas de salida de vacaciones.

2) El efecto de un crecimiento marginal del número de turistas que salen. Ello supone un conocimiento de la ley de distribución de las rentas por el conjunto de la población. En principio se obtendrá aquí una disminución de esa renta media.

3) El alza anual de la renta, debida a la elevación del nivel de vida, junto (si ello fuera posible) a la clasificación de esta alza según las categorías de renta.

Haciendo la suma algebraica de los elementos 2) y 3), podrá determinarse el sentido real de la modificación de renta media en el contingente turístico. Sólo entonces le podría ser aplicada una elasticidad-renta.

Concluiremos en lo que toca al examen de estos modelos de crecimiento haciendo constar que la determinación estadística de las magnitudes a utilizar es quizá aún más difícil que la elaboración de los mismos modelos.

3.2. *El análisis de las inversiones y el efecto acelerador del turismo.*

En condiciones normales el efecto acelerador del turismo no debe ser muy importante, ya que el capital turístico no trabaja nunca a pleno rendimiento y, en consecuencia, hay cierta fluctuación de demanda posible antes de la avalancha de nuevas inversiones. Sin embargo, aun de nuevo, este problema nos parece más importante para España que para otros países porque las condiciones son algo anormales, especialmente la tasa de expansión del desarrollo turístico. Esta constatación es de doble filo, ya que de una parte es delicado estimar los parámetros de una función aceleradora en condiciones anormales y, por otra parte, la propia velocidad de las modificaciones en la estructura turística española precisa de un estudio más profundo que en el del sector de las inversiones. Esta oposición debe decidirse en la conciencia de que los parámetros han de calcularse en condiciones anormales, con viniendo inspirarse eventualmente en los modelos de inversión a corto plazo (digamos de hasta cinco años), ya que a largo plazo no podrán constituir referencias útiles.

Una función de inversión turística podría hacerse explícita por los precios practicados en el sector turístico (podrían tomarse los precios relativos), por la cifra de negocios realizada en el turismo durante el año precedente, y en las condiciones españolas nosotros añadiríamos un término de tendencia (para los cinco últimos años y para los próximos cinco años) que representaría el frenesí turístico, véase el carácter algo especulativo de la inversión turística en España.

Se tendría así el modelo siguiente:

$$I_t = a_1 + a_2 \frac{p_t}{p} + a_3 Y_{\text{tur}} + a_4 t$$

I_t = inversión turística,

p_t = precio turístico,

p = nivel general de los precios españoles,

Y_{tur} = cifra de negocios turísticos (podría tomarse ya el *output*, ya el valor añadido del año precedente $t-1$).

t = tiempo, para el efecto de la tendencia especulativa.

Un modelo estático del problema de la inversión turística en el conjunto de la economía española podría analizarse desagregando una ecuación del modelo Keynesiano, según el tipo siguiente:

$$Y = (C_{p-t} + C_{pt} + C_{g-t} + C_{gt}) + (I_n + I_t) + (X_n - M_n) + (X_t - M_t)$$

Y = renta nacional,

C_{p-t} = consumo privado no turístico,

C_{pt} = consumo privado turístico,

C_{g-t} = consumo público no turístico,

C_{gt} = consumo público turístico; por ello es preciso entender los gastos de viaje de los funcionarios en misión,

I_n = inversión no turística,

I_t = inversión turística,

X_n = exportación (a excepción del turismo de extranjeros en España),

M_n = importación (a excepción del turismo de los españoles en el extranjero),

X_t = gastos de los extranjeros en España,

M_t = gastos de los españoles en el extranjero.

Una función de aceleración turística debería estar ligada al crecimiento del *output* turístico, pero nosotros propondríamos retrasarla en un año. En efecto, la decisión de invertir sufre un retroceso no despreciable en relación al conocimiento del mercado. Así es que tendríamos el modelo siguiente:

$$I_t = a_1 \Delta Y_{\text{tur}} + a_2, \text{ que puede escribirse}$$

$$I_t = a_1 (Y_{\text{tur}} - Y_{\text{tur}}) + a_2$$

Sería igualmente interesante el combinar esta función con el análisis del multiplicador turístico a fin de ver la naturaleza de las fluctuaciones coyunturales posibles que la combinación del efecto acelerador y multiplicador pueden engendrar (cf. teoría de Samuelson) en materia turística.

3.3. *El multiplicador turístico.*

El efecto multiplicador de una inversión turística sobre la renta nacional podría analizarse comparándolo particularmente al efecto debido a las inversiones no turísticas, según el siguiente modelo:

$$Y = a_1 + a_2 \text{INT}_{-1} + a_3 \text{It}_{-1}$$

Y = renta nacional,

INT₋₁ = inversión no turística del año precedente,

It₋₁ = inversión turística del año precedente.

Obsérvese que estas inversiones turísticas podrán ser diferenciadas según la categoría (transporte, alojamiento, diversos).

3.4. *Explotación econométrica de los datos de una encuesta por muestreo en materia turística.*

Consideramos a continuación diversos sectores en los que la aplicación econométrica es posible.

La localización geográfica y la distinción entre turismo nacional y turismo en el extranjero: se podrá calcular la elasticidad-renta del turismo de los españoles en España o en el extranjero y comparar estos dos valores. Se podrá así estudiar la propensión al turismo de los españoles en el extranjero en diversas perspectivas de la evolución futura de la renta nacional.

Habrá, particularmente, que estudiar el resultado neto del mercado turístico español tal y como se desprenderá de la suma de dos efectos diferentes creados por el crecimiento de nivel de vida: el crecimiento del turismo de los españoles en extranjero (se trata del hecho de gentes que antes se quedaban a pasar sus vacaciones en España) y que ahora se sustraen del mercado español y la llegada al turismo nacional de nuevas capas de población de los españoles, llegada debida al alza general del nivel de vida.

La influencia de la tasa de urbanización sobre las salidas de vacaciones podrá ser igualmente analizada midiendo una elasticidad de tasas de salidas en relación a la dimensión de la población de origen de los turistas.

La edad y su influencia sobre la actividad turística podrá ser objeto de estudio con ayuda de un cálculo de regresión entre edad y tasa de salidas (medida por la relación entre el número de viajeros y

el número total de interrogados en una categoría de edad determinada). Aquí se presenta otro problema puesto que si, en principio, la tasa de salida disminuye con la edad (prueba verificada en encuestas por muestreo hechas en Francia, Alemania, Bélgica, etc.), en contra de que el gasto turístico medio está en función creciente de la edad. En este caso podemos preguntarnos si una modificación de la estructura de la población, un envejecimiento, por ejemplo (esta noción puede conocerse por medio de un análisis demográfico, daría lugar a un crecimiento o a una reducción del gasto turístico global, teniendo en cuenta las dos influencias adicionadas: la disminución de las tasas de salida y el crecimiento de los gastos. En un caso de esta índole la función de consumo turístico global con relación a la edad es igual al producto de la función de las tasas de salida por la función de los gastos turísticos (expresados ambos con relación a la edad). La elasticidad del consumo turístico global con relación a la edad será en este caso igual a la suma de las elasticidades de tasas de salida y del gasto turístico (elasticidades calculadas con relación a la edad) (1).

La propensión al turismo en el extranjero podrá examinarse con relación a diversas variables: renta, edad, profesión (aunque éstas están en parte correlacionadas con la renta).

En relación con la renta será útil analizar no solamente la tasa de salida, sino también el gasto global y el gasto diario. Así que tendremos tres elasticidades-renta posibles, la de las tasas de salida, la del gasto diario y la del gasto total. Podrá esperarse en principio que esas tres elasticidades tengan valores crecientes. En efecto, el *hecho turístico* está probablemente menos ligado a la renta que a un imperativo psicológico. Por lo contrario, el valor monetario del consumo turístico estará mucho más ligado.

Una encuesta por muestreo permitirá también recortes muy útiles junto con las estadísticas de pernoctaciones, desde el punto de vista del *análisis estacional*, para el estudio del ritmo mensual de actividad. En este caso podrán utilizarse funciones trigonométricas. Se podrá igualmente verificar si la ley de fluctuación estacional es del tipo aditivo o multiplicativo; es decir, de amplitud constante en valor absoluto o en valor relativo. Las funciones de estacionalidad podrán ser descompuestas según los modos de transporte o los modos de alojamiento. El análisis estacional permitirá igualmente corregir las variaciones estacionales de las series cronológicas disponibles.

La duración de las vacaciones podrá ser objeto de una distribución de frecuencias según la edad, la renta y la profesión. Las distribuciones de frecuencias, según el modo de alojamiento, serán particularmente interesantes; permitirán hacerse una idea de la probabilidad de duración según el tipo de alojamiento. Esta noción se utiliza en el análisis del precio de productor en la hostelería, por ejemplo.

(1) La elasticidad de un producto es igual a la suma de las elasticidades.

La forma de alojamiento y de transporte podrán analizarse según la edad, la renta, la dimensión de familia. También las correlaciones y las regresiones serán interesantes.

Por último, el conocimiento del *gasto turístico* será la enseñanza principal de una encuesta por muestreo. Podrá estudiarse su ley de distribución (parece que será probablemente logarítmico-normal, tipo curva de Galton o del efecto proporcional de Gibrat). Diversos coeficientes característicos de distribución puede ser calculados: coeficiente de Pareto, coeficiente de Gini, coeficiente de concentración de Lorenz. Desde el punto de vista de la relación entre dos variables podrán calcularse las regresiones entre gastos y medio de alojamiento, medio de transporte empleado, profesión, renta, edad. Quisiéramos insistir sobre un aspecto particular del análisis del gasto turístico en relación a la renta.

El objetivo final que persigue esta investigación detallada será la determinación del valor de crecimiento según las clases de renta provocado por un alza de cierto porcentaje de renta nacional.

He aquí las etapas a seguir:

1. Determinación gracias a la encuesta de la tasa de salida y del gasto turístico medio por familia. Se supone el conocimiento del número de familias de la población madre.
2. El producto de los tres dará el consumo turístico total por categoría de renta.
3. Calcular las elasticidades-renta por categoría de renta.
4. Multiplicando los consumos totales según las categorías de renta (punto 2) por la elasticidad-renta correspondiente (punto 3) se obtiene la demanda marginal en valor absoluto por categorías de renta. Estas demandas marginales pueden entonces ser convertidas en porcentajes, y así se obtienen los sectores más prometedores (es decir, los que tendrán el mayor porcentaje en crecimiento marginal total (1).

Esta visión panorámica sobre los diversos cálculos econométricos posibles habrá demostrado, sin duda, que la parte de lo que queda por hacer es infinitamente mayor que la que representa lo que ya ha sido realizado. Quisiéramos, sin embargo, subrayar que en esta materia el proceso de avance tiene un aspecto exponencial y que si los comienzos pueden ser largos, ingratos y estériles se alcanza después una época en que la recompensa recae a la vez sobre la investigación científica y su traducción en realizaciones útiles para la evolución social.

A N E J O

Observaciones sobre la duración media de la estancia, calculada por el sistema de fichas en la frontera (año 1963).

1) La duración no es comparable de mes en mes. En efecto, la estimación se hace, según la fecha de entrada, desde el 15 de noviembre de 1963. Lo cual hace que la estimación media del mes de junio de 1963 alcance a 228 días; el del mes de julio, a 259; el de agosto, a 290; el de septiembre, a 320 días. La duración media debe crecer en principio en tales condiciones, ya que la probabilidad de encontrar estancias largas es mayor.

Yo propondría la limitación a tres meses: las duraciones más prolongadas son, sin duda, excepcionales y revelan con frecuencia condiciones extrañas al turismo (trabajo, cura de enfermedades). Esta motivación es muy diferente y, además, la ponderación importante de estas largas estancias contribuye a alzar la media y, en mi opinión, a falsear el juicio sobre el movimiento realmente turístico.

2) El cálculo de la duración media no incluye sino a los viajeros que permanecen más de un día. Si bien la categoría de turistas provistos de pasaporte, pero que permanecen menos de veinticuatro horas, es muy considerable (esta importancia es variable, según que se trate de países limítrofes: Portugal, Francia u otros países).

Nos parece que sería más conveniente dar una cifra de duración media que tuviera en cuenta a esta categoría (los "0 días") porque las estadísticas publicadas dan el número total de extranjeros entrados con pasaporte. Al no tener en cuenta esos "0 días" se llega a un valor medio netamente superior al que resultaría de la división del número de días de estancia por el número de entradas tal como es publicada.

3) Esta duración podría calcularse igualmente según el criterio: medio de transporte. Este dato sería igualmente interesante.

4) El carácter no representativo de la distribución de las fichas trae como consecuencia sesgos sistemáticos (véanse más adelante las técnicas de cálculo).

ANÁLISIS DEL CARACTER REPRESENTATIVO DE LA MUESTRA

FEBRERO 1963

<i>Total censado</i>	57.481	<i>Total real</i>	260.800; ó sea, 22,0 %
De los cuales, Ferrocarril...	10.073	Sobre... ..	39.800; " 25,0 %
Carretera... ..	23.709	"	176.800; " 13,4 %
Marítimo	4.308	"	9.400; " 46,6 %
Aeropuertos	19.391	"	34.800; " 55,6 %

Conclusión: no representativo, pero las proporciones obtenidas son muy elevadas en general y bien suficientes.

(1) Un ejemplo en cifras de tal análisis podrá encontrarse en G. Labeau. *Algunos aspectos del consumo turístico*. Cahiers économiques de Bruxelles n.º 17, 1er. trimestre 1963, p. 148.

CRITERIO DE NACIONALIDAD

<i>Interrogados:</i>	<i>Total:</i>		
Españoles residentes en el extranjero	6.636	Sobre... ..	47.164: ó sea, 14,0 %
Alemanes	3.000	"	7.317: " 41,0 %
Belgas	1.023	"	2.833: " 36,0 %
Franceses	7.783	"	112.259: " 6,9 %
Ingleses	5.903	"	14.016: " 42,0 %
Americanos	6.053	"	17.833: " 34,0 %

Aquí, igualmente, tampoco representativo.

SEPTIEMBRE 1963

<i>Total censado</i>	158.617	<i>Total real</i> ...	1.460.000: ó sea, 10,9 % (Comprendidos los españoles en el extranjero.)
De los cuales: Ferrocarril..	15.289	Sobre... ..	176.000: ó sea, 8,7 %
Carretera	83.857	"	1.095.000: " 7,7 %
Puertos	4.341	"	43.000: " 10,0 %
Aeropuertos	55.130	"	145.700: " 38,0 %

Conclusión: no representativo.

Nacionalidad. Interrogados:

Españoles que residen en el extranjero	2.059	Sobre... ..	106.234: ó sea, 1,9 %
Alemanes	11.443	"	171.000: " 6,7 %
Belgas	4.945	"	77.200: " 6,4 %
Franceses	38.199	"	584.300: " 6,5 %
Ingleses	17.455	"	189.200: " 9,2 %
Americanos	6.585	"	74.300: " 8,9 %

En este caso, igualmente, no representativo.

Observaciones sobre el cálculo de la duración media de estancia

Julio 1963: Total general de personas	158.617	(cuadro VIII)	
De los cuales no consta	1.442	" "	
	157.175		
Número toaal de pernотaciones ...	1.577.756	" "	
Duración media: 10,2 días,			

El comentario que acompaña a los cuadros nos da un valor medio de 11,48 días, que proviene de la división siguiente:

Número de pernотaciones: 1.577.756.

Número de personas: 158.617, de las cuales 1.442 "no consta" y 19.729 con una duración de "cero días", es decir, 137.346 personas que han pasado más de un día.

La duración media de la estancia, tal como es calculada por el Instituto de Estadística, no es valedera sino para los turistas que residen efectivamente más de veinticuatro horas.

Sin embargo, se observa que entre los turistas titulares de pasaportes, 19.729, entre 158.617, tienen una estancia de "cero días", o sea el 13,4 por 100. Incluso parece haber motivos para pensar que este porcentaje es muy bajo (según las cifras del mes de julio de 1963 al menos), porque en el caso de "los españoles residentes

en el extranjero", representa $\frac{318}{2.059}$, o sea 15,5 por 100; en el caso de

los franceses, representa $\frac{9.904}{38.199}$, o sea 26 por 100. Pues bien, estas

tres categorías están netamente subestimadas en la muestra observada con relación a su importancia relativa en la totalidad del movimiento de viajeros con pasaporte censados para el mes de julio de 1963. En efecto, los "españoles residentes en el extranjero" repre-

sentan $\frac{2.059}{158.617}$, ó sea 1,3 por 100 en la muestra, mientras que

ellos representan $\frac{106.234}{1.460.183}$, es decir, 7,3 por 100 en la estadística

total. Para los franceses, 24,1 por 100 en la muestra, pero el 40 por 100 del total.

Estimación de la proporción de excursionistas entre los viajeros provistos de pasaporte

Se entenderá por excursionistas los correspondientes a "cero días" de estancia, tal como aparecen en los cuadros mensuales destinados a medir la duración media de estancia sobre la base de muestreo.

Técnica de cálculo: se considera que el porcentaje de “cero días” es representativo del comportamiento por nacionalidades. Se calcula después el porcentaje medio de “cero días” aplicando a los porcentajes de “cero días” por nacionalidad, la importancia relativa de cada nacionalidad en el ambiente de la estadística total.

Ejemplo para los alemanes: febrero 1963:

$$1. \quad \% \text{ de "cero días"} = \frac{101}{3.000} = 3.36 \%$$

2. Número total de alemanes en el conjunto de viajeros provistos de pasaportes: 7.317.

$$3. \quad \text{Número de excursionistas: } 7.317 \times 0,336 = 244.$$

Procediendo de la misma manera para todas las nacionalidades y sumando, se obtiene la parte total de los excursionistas extranjeros.

Esta parte representa para febrero de 1963: 23,4 por 100.

Este porcentaje, obtenido tras de haber corregido el sesgo sistemático resultante del carácter no representativo de la muestra, es más

elevado que el de la muestra, que es de $\frac{11.548}{158.617}$, ó sea, 20,1 %.

Para julio, 16 % en vez de $\frac{19.729}{158.617}$, ó sea, 12,5 %.

Para agosto, 18,4 % en vez de 14,6 %.

Estimación de la duración media de estancia.

Ejemplo para el mes de julio de 1963.

Cálculo de la duración media de estancia: dividiendo el número de “estancias por el número de entradas”.

(Duración media después de la ponderación para las partes relativas en el total realmente registrado: 7,50 días.)

Duración media de turistas en el mes de julio:

	% en el total de entradas	
<i>Total</i>	10	
Españoles residentes en el extranjero ...	18,1	9,70
Alemania	14,9	8,36
Austria	9,8	0,46
Bélgica	9,8	3,18
Dinamarca	12,2	0,54
Francia	6,4	49,52

% en el total de entradas

Inglaterra	11,8	10,70
Holanda	12,1	2,70
Italia	9,3	2,60
Noruega	13,5	0,18
Portugal	3,8	3,45
Suecia	14,1	0,72
Suiza	13,0	1,66
Otros países	10,6	0,50
Canadá	8,9	0,30
U. S. A.	10,1	2,20
Méjico	20,6	0,33
Otros americanos	21,5	0,55
Asia	9,0	0,16
Africa	5,3	2,00
Oceanía	11,7	0,30
Otros	12,2	0,06

Observaciones: Los cálculos deben ser efectuados de la misma forma para los otros meses.

CONCLUSIONES

1. La técnica es interesante y original. Nos proporciona un dato del mayor interés: la duración media de la estancia en el país.

2. Sin embargo, la duración media debiera calcularse de la manera siguiente:

a) Retener para la estimación de cada mes la misma duración *máxima* de registro de estancias. Por ejemplo, para julio de 1963 no remontarse a comienzos de estancias anteriores al 1 de abril: para agosto, no remontarse más allá del 1 de mayo.

b) El número de pernотaciones ("número total de estancias") debe ser dividido por el total de viajeros provistos de pasaporte, de los cuales se deduce los "no consta". Pero creemos aconsejable no deducir el número de personas que hayan pasado menos de un día (los "cero días").

c) Como la muestra no es representativa, es preciso, para calcular la duración media general, ponderar de nuevo la importancia relativa de los viajeros según el país por el porcentaje real que ellos representan en la estadística total.

Llegaremos así a una media que, a mi parecer, pudiera ser más significativa.

De todas formas, podría calcularse la desviación-tipo de la distribución por nacionalidad y determinar el intervalo de confianza para fijarse una idea completa.

R É S U M É

M. G. LABEAU: *Statistiques du Tourisme en Espagne. Analyse topographique régionale. Analyse économétrique du tourisme.*

Les définitions du tourisme qui ont été les plus divulguées présentent certains inconvénients qui sont ici signalés; l'une des préoccupations de cette étude est de déterminer à qui correspond la demande touristique finale. On la calcule par de simples équations variant selon qu'elle se réfère aux nationaux dans le pays, aux étrangers dans le pays ou aux nationaux à l'étranger.

On étudie la situation actuelle des statistiques de tourisme en Espagne et l'on considère les possibilités de nouvelles statistiques que la mise au point d'indicateurs simples qui permettent de suivre chaque mois l'évolution de notre tourisme.

Dans la seconde partie du travail on se réfère à l'analyse touristique régionale, à ses méthodes et techniques, ainsi qu'à l'application de l'analyse "Input-Output", à la connaissance de l'économie du tourisme, à la programmation touristique régionale et à la classification fonctionnelle des centres et des zones touristiques.

L'économétrie du Tourisme vise les problèmes se référant aux modes de croissance de la demande touristique, à l'analyse des investissements et de l'effet accélérateur du Tourisme, au multiplicateur touristique et à l'analyse économétrique d'une enquête par échantillon.

Finalement, en annexe, on trouve une étude critique de grand intérêt pratique sur les résultats obtenus par l'Institut National de Statistique pour ce qui est de la durée moyenne de séjour des touristes étrangers, grâce à des fiches qu'on leur remet à l'entrée (avec la date et l'indication du poste frontière) et que l'on recueille à la sortie (avec ces mêmes renseignements), ceci en plus de la nationalité et du nombre de personnes inscrites sur le passeport du touriste.

S U M M A R Y

M. G. LABEAU: *Statistics of Tourism in Spain. Regional touristic analysis. Econometrical analysis of tourism.*

The definitions of tourism that have been exposed lay certain drawbacks which are pointed out here: A preoccupation of the study is to discern to whom correspond the final tourist demand; its calculation is specific by means of easy equations according to references at the nationales in the country, foreigners in the country or nationals abroad.

The present state of tourism statistics in Spain is considered and taken into account the possibilities of new statistics as well as the elaboration of easy indicators which will allow to follow on a monthly basis the evolution of our tourism.

The second part of this study deals with the regional tourist analysis, its methods and techniques accompanied of some interesting references at the analysis "input-output" applied to the knowledge of tourism economy, as well

as to the regional touristic planning and functional assortment of tourist areas and resorts.

Econometry of tourism focus the problems dealing with patterns of growth, the analysis of investments, the accelerating effect of tourism and with the econometric analysis of a tourist sample canvassing.

Finally an annex is included with a critical survey of a great practical interest on the results attained by National Institute for Statistics related to the medium standing of the stay for foreign tourists, through cards or records handed at the entrance (with the date and point of entry) and collected at the exit (with similar data) besides nationality and number of people included on the tourist passport.

ZUSAMMENFASSUNG

M. G. LABEAU: *Statistik des Touristenverkehrs in Spanien*. Regionale Analyse des Touristenverkehrs. Wirtschaftliche Analyse des Touristenverkehrs.

Die Definitionen über den Touristenverkehr, die am meisten verbreitet sind, haben gewisse Schwierigkeiten, die hier aufgeführt sind; eine Sorge dieses Studiums ist zu bestimmen, wem die endgültige touristische Nachfrage gilt, die Berechnung wird nach einfachen Gleichungen spezifiziert, je nach dem, ob man sich auf die Einheimischen des Landes, auf die Ausländer in unserem Lande oder auf die Einheimischen, die im Ausland leben, bezieht.

Es wird augenblickliche Situation der Statistiken des Touristenverkehrs in Spanien studiert und man erwägt die Möglichkeiten neuer Statistiken und die Verwertung einfacher Anzeiger, die es erlauben, monatlich die Evolution unseres Touristenverkehrs zu verfolgen.

Im zweiten Teil dieser Arbeit wird auf die regionale Analyse des Touristenverkehrs Bezug genommen. Man betrachtet die Methoden und Techniken mit einigen interessanten Bezugnahmen auf die Anwendung der Analyse "input-output" zur Beurteilung der wirtschaftlichen Seite des Touristenverkehrs, auf die regionale touristische Programmierung und auf die funktionelle Klassifikation der touristischen Zonen und Zentren.

Die wirtschaftliche Seite des Touristenverkehrs beleuchtet die Probleme bezüglich der anwachsenden touristischen Nachfrage, der Analyse der Geldanlage und des Effektes der Antreibung des Touristenverkehrs der touristischen Vielfältigkeit und der wirtschaftlichen Analyse einer öffentlichen Untersuchung.

Schliesslich ist im Anhang ein kritisches Studium von grossem Interesse in praktischer Hinsicht über die erzielten Ergebnisse des Instituto Nacional de Estadística bezüglich der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der ausländischen Touristen dank der Eintragungskarten, die beim Eintritt in Spanien ausgehändigt werden (mit Datum und Grenzübergang) und beim Verlassen (mit den ausgefüllten Daten) wieder abgefordert werden. Hieraus ersieht man auch die Staatsangehörigkeit und die Anzahl der Personen, die auf einen Reisepass gefahren sind.