

UN ANALISIS DE LA DISTRIBUCION ESPACIAL DE LA DEMANDA

Por
Miguel Coya Sanz

1. FACTORES ESPACIALES CONDICIONANTES DE LA DISTRIBUCION DE LA DEMANDA
2. DETERMINACION TEORICA DE ZONAS DE MAYOR Y MENOR PREFERENCIA TURISTICA
3. PROGRAMACION DE LA DISTRIBUCION. SU PROBLEMATICA
4. EL EQUILIBRIO ESTRUCTURAL
5. LA DEMANDA HOTELERA. DISTRIBUCION ESPACIAL POR NACIONALIDADES
6. LA DEMANDA EN EXTRAHOTELERIA Y SU DISTRIBUCION REGIONAL
7. CONCLUSIONES

1. FACTORES ESPACIALES CONDICIONANTES DE LA DISTRIBUCION DE LA DEMANDA

En cualquier aproximación a un fenómeno que se genera por la actividad del hombre, se han de superar dos condicionantes previos que afectan tanto a la imagen observada como a su valoración subjetiva: el tiempo y el espacio. Pero en el turismo, el espacio no es sólo una categoría apriorística del conocimiento, sino una realidad que limita, y en buena parte determina, su nacimiento y configuración.

La actividad turística, por su propia naturaleza, conlleva desplazamientos de personas de sus lugares habituales de residencia a otras áreas geográficas. Creándose, por tanto, una especie de tensión entre ambos espacios: el cotidiano, perfectamente conocido, y el correspondiente a la zona visitada, poseedor de nuevos encantos y capaz de hacer experimentar sensaciones inéditas o al menos no rutinarias.

En este sentido, podría decirse que el turismo responde a la necesidad del hombre de buscar nuevos espacios, de ampliar su campo de acción y, de alguna manera, conquistar lugares para él desconocidos.

Puede pensarse que, la elección de un lugar concreto, además de otros factores subjetivos, se basará en la relación que exista entre las circunstancias que definen el espacio del lugar de residencia y aquellas diferentes de la zona de posible elección, así como de la valoración que haga el sujeto de los factores mencionados.

En el análisis del problema de la elección y de las circunstancias determinantes, pueden establecerse varias opciones elementales:

- a) Identidad o absoluta armonía entre los caracteres propios de las zonas.
- b) Elevado grado de similitud, aunque con notas peculiares.
- c) Diversidad o contraposición notoria.

Esta clasificación, que atiende al aspecto objetivo, debe de ser completada con el tratamiento subjetivo de dicha realidad. De esa forma, determinados grupos se han de sentir inclinados por todo aquello que represente un cambio radical con su entorno natural y social; en

especial, si éste ofrece una marcada dureza frente aquél. Otros más acomodaticios o menos intrépidos, prefieren lo conocido o lo que es similar, con objeto de evitar sorpresas, quizá poco agradables.

Pero es esencial tener siempre presente dos notas peculiares que perfilan todo espacio:

- a) La inmovilidad.
- b) La invariabilidad de sus caracteres específicos.

Ambas limitaciones se presentan a la voluntad del individuo, como elementos ajenos a su propia acción, y que sin embargo, ante cualquier decisión que vaya a ser adoptada, tendrán gran influencia.

El hombre como sujeto activo del turismo, basará sus preferencias, en razón de la existencia de múltiples elementos o condiciones a los que se podrá denominar *factores espaciales de la decisión turística*. La presencia, permanencia o ausencia de aquéllos, determinará la realización o no de un desplazamiento. Estos factores, se podrán clasificar en función de diferentes aspectos que les configuran. Entre otros es importante resaltar los siguientes:

<i>Aspecto o naturaleza</i>	<i>Factores espaciales</i>
A. Naturaleza de los recursos:	—Playa, montaña, paisaje.
B. Medio ambiente:	—Limpieza y equilibrio, degradación.
C. Comunicación:	—Acceso fácil, difícil, proximidad, lejanía.
D. Climatología:	—Soleada y seca, lluviosa y húmeda, fría, calurosa.
E. Acción del hombre:	—Ordenación del territorio, infraestructura suficiente o inadecuada.
F. Dimensión relativa:	—Alta densidad, baja, área sin habitar.
G. Personalidad:	—Propia o atípica, regional, nacional, internacional.

De este modo, se plantea un interrogante de necesaria respuesta en todo análisis estructural de la demanda. ¿Constituyen los factores señalados simples condicionantes o verdaderas limitaciones casi insalvables? La contestación no puede ser otra que la confirmación de dependencia de cualquier decisión de efectuar o no un desplazamiento turístico a esos factores determinantes. Inicialmente, las corrientes turísticas observarán y comprobarán la existencia de su modelo espacial preferido, después adoptarán una decisión definitiva al respecto. La falta o insuficiencia de uno o varios de los factores que ellas requieren, impedirá el auténtico cumplimiento de un deseo más o menos idealizado. No se puede concebir, porque entra en el terreno de lo ilógico, el viaje de un turista hacia una zona contraria en su configuración espacial, climatológica o recreativa, a los elementos naturales que considera adecuados para satisfacer sus inclinaciones y apetencias.

Como resumen de lo señalado, se destaca la necesidad de establecer una ordenación básica de motivaciones, gustos y actividades turísticas, con el objeto de llegar a una primera clasificación y enumeración de todos aquellos factores espaciales que van a ser la causa fundamental de la distribución de la demanda en las distintas zonas de aprovechamiento turístico.

2. DETERMINACION TEORICA DE ZONAS DE MAYOR Y MENOR PREFERENCIA TURISTICA

Las características que definen o configuran un espacio natural, son el elemento fundamental de la expansión o desarrollo de una determinada actividad social o económica; igualmente, y en segundo plano, la posible acción del hombre sobre este medio, con el ánimo de alcanzar unos específicos objetivos que favorezcan las formas de vida de la comunidad allí asentada, potenciará el aprovechamiento de los recursos existentes, hasta conseguir su explotación integral.

El planteamiento teórico que se ha descrito, puede servir de apoyo para establecer un modelo de determinación de zonas de mayor preferencia turística, y en consecuencia, intentar, a través de los medios disponibles, la promoción y desarrollo de aquéllas.

Básicamente, el área a considerar habrá de contar con los recursos turísticos necesarios de claro poder de captación. En su ausencia, es

absurdo concebir las posibilidades de esta clase de desarrollo. Sin embargo, a menudo y en razón de fines económicos o políticos, se crea artificialmente un tipo de atractivo turístico al que se califica de recurso.

Es importante señalar, que a excepción de «atractivos», que por su influencia y duración se elevan a la categoría de «recursos», pronto, la mayoría pasan a ser ignorados, quedando envejecidos y sin una verdadera corriente turística que los demande y los impulse.

Tres problemas, pues, se suscitan en un primer análisis:

- Existencia o no de verdaderos recursos turísticos.
- Su dimensión y posibilidades de aprovechamiento.
- La existencia de recursos estereotipados, o falsos y artificiales recursos, que no dejan de ser otra cosa, que momentáneos atractivos para un limitado estrato de la demanda.

La resolución de esos problemas se logrará sólo mediante la elaboración de un cuidado inventario, en donde el tratamiento interdisciplinar será obligado y esencial. Si el inventario ofrece unos resultados positivos y de amplia proyección, cara a una explotación futura, se habrá de entrar en la segunda fase de lo que aquí se denomina «determinación teórica de zonas de preferencia turística».

La segunda fase consistirá en el estudio de las características que configuran la zona, al margen de ese inventario de recursos, ya que no es sólo preciso la existencia de un conjunto de motivaciones geográficas y físicas del turismo, sino también, que los caracteres que rodean aquéllos sean favorables, estimulantes y creen un marco de desenvolvimiento óptimo para esta actividad.

En líneas generales, las características influyentes pueden ser claramente resumidas en las siguientes categorías:

- Económicas.
- Sociales.
- Políticas.
- Financieras.
- Coyunturales.

Por otra parte, el hombre ejercerá una influencia importantísima en el desarrollo turístico de la zona, a través de dos vías diferentes:

- Su actividad receptiva frente al fenómeno turístico.
- Sus acciones directas e indirectas en favor de la adecuación del medio y la estructura física, a las exigencias de la expansión que se prevé.

La remodelación que se hace precisa, en función de todo lo apuntado, deberá estar en correlación con otra serie de variables que fundamentan y estructuran la zona. Estas variables van a estar referidas especialmente, a la capacidad receptora del área que en cada momento posea, o de aquella, que desee adoptar en el futuro a través de un racional programa o plan.

Pero a pesar de lo señalado, no se podrá hablar de preferencias, sino existe un mercado turístico caracterizado por una perfecta transparencia, ya que si el turista desconoce los valores de un lugar o se le ha creado una falsa imagen de los mismos, es muy posible que se esté produciendo una fuerte divergencia entre lo que se manifiesta y la distribución que que teóricamente habría de resultar.

Por ello, para lograr una determinación teórica de zonas de mayor o menor preferencia turística, será necesario diseñar ciertos indicadores que recojan todos los elementos reales y sociales de cada área, para de esa forma, poder llegar a clasificar objetivamente, al margen de clasificaciones parciales subjetivas, y aún antes, de que el fenómeno se haya producido en toda su intensidad, el poder captador de cada región en sus aspectos turísticos.

Dada la variedad y complejidad de presentación de los recursos turísticos, los indicadores a construir tendrán que ofrecer una información suficientemente amplia y acorde con todos los aspectos específicos (montaña, playa, paisajes, clima, etc), su dimensión y su capacidad de motivaciones.

En virtud de lo señalado pueden especificarse, entre otros, los siguientes indicadores teóricos sobre el valor objetivo de una zona turística.

- a) Indicadores generales de recursos.
 - Extensión superficial de las playas.
 - Densidad media de ocupación de las playas.
 - Temperaturas de las aguas y del entorno a las playas.
 - Limpieza y composición de las aguas.

- Días esquiabiles por término medio en la temporada.
 - Número y extensión de pistas esquiabiles.
 - Promedio de días con sol, nublado o tormenta.
 - Número de cumbres útiles a la escalada y dificultad de ascenso.
 - Número de lugares pintorescos y de valor panorámico para la contemplación.
 - Atípica temporada relativa para el disfrute de los recursos.
 - Cuantificación de la riqueza cinagética y piscícola.
- b) Indicadores de caracteres de influencia.
- Condiciones de acceso.
 - Situación de los aeropuertos, carreteras y puertos marítimos.
 - Densidad de la red de carreteras.
 - Marco económico de los puntos receptores.
 - Comportamiento social de las poblaciones receptoras.
 - Existencia o no de conflictos sociales.
 - Proximidad a las áreas de emisión turística.
 - Calidad de los servicios personales.
 - Elementos y valores tradicionales de cada área.
- c) Indicadores expresivos de la acción del hombre sobre el marco natural con fines turísticos.
- Capacidad de alojamiento.
 - Calidad de alojamiento.
 - Número y variedad de medios de esparcimiento.
 - Calidad artística y número de monumentos, pinturas y esculturas.
 - Calidad y tipismo gastronómico.
 - Personalidad diferenciada de cada punto como resultado conjunto de la acción del hombre.

Como conclusión a lo expuesto es conveniente apuntar varias consideraciones:

1. La necesidad de realizar un análisis exhaustivo o por el contrario, la eficacia de seleccionar los más significativos en cada caso.

2. La determinación práctica de que los índices sean valorados de forma cuantitativa, cualitativa o simplemente a nivel de escala.
3. Fijación de un sistema que permita ponderar todos los indicadores para lograr llegar a la clasificación de áreas de mayor o menor preferencia turística.

3. PROGRAMACION DE LA DISTRIBUCION. SU PROBLEMÁTICA

El planteamiento de la política de distribución de la demanda en el espacio, cabe realizarlo desde dos ópticas bien diferenciadas; una, corresponde a la situación en que se encuentra un país que ya ha experimentado la fase del despegue turístico, y otra, relativa a los países que desean incorporarse plenamente al mercado turístico, utilizando todos los recursos con que cuentan a estos fines.

No cabe duda que en el plano teórico, la primera opción es más sugestiva y ofrece amplias posibilidades al planificador para dirigir el desenvolvimiento de la actividad, por los cauces oportunos que se hayan fijado. La segunda, tropieza con un obstáculo inicial serio, el de la propia configuración espacial del mercado turístico interior que el tiempo ha decantado. Sin embargo, quizá sea esta dificultad previa, lo que hace más deseable y necesario, que la tarea de planificación se establezca con un vigor aún mayor del que sería necesario en otras circunstancias, para alcanzar el objetivo de mejorar la distribución actual.

Si la propia dinámica del sector, fija un estado no satisfactorio, es dudoso que este pueda remodelarse —dentro de plazos razonables— sin una intervención decidida y ágil que supere las rigideces que se han evidenciado y facilite la ejecución de los cambios indispensables.

Por todo ello, es aconsejable tratar por separado ambas opciones. En primer lugar, y por considerarlo el caso más general, se desarrollará el tema referido a un país o área geográfica que se plantea su desarrollo turístico.

Para llegar a una formulación satisfactoria de la política de distribución espacial del turismo, es preciso cubrir diversas fases que pueden concretarse en las siguientes:

- a) estudio estructural del país o zona,
- b) análisis de la demanda potencial,

- c) inventario de recursos y estudio de necesidades,
- d) formulación de un plan, y
- e) programación y fases de revisión.

Fase a. Suele ser aspiración corriente y lógica, la de llegar a establecer modelos de validez general en cualquier circunstancia, no sólo en el ámbito turístico, sino en otros muchos campos del conocimiento. No obstante, un repaso objetivo de los resultados conseguidos al intentar aplicar fríamente esta filosofía, señala que estos han distado mucho de lo que se esperaba, y sin que en apariencia hubiera razones que lo justificasen. El argumento es claro: si el vecino actúa de una forma y consigue sus propósitos yo, haciendo lo mismo, también tengo asegurado el éxito. Se olvida un factor de gran importancia y que viene a determinar el auténtico sentido de las medidas que se adopten, la estructura del país.

Estructura, que si bien no supone un impedimento absoluto, si altera los resultados en un sentido u otro, según las características específicas de cada país. De tal modo, que en función del grado de desarrollo alcanzado y de la diversidad de procesos económicos, se habrá de articular una determinada política espacial en armonía con tales circunstancias; lo contrario significaría un mayor coste con resultados más inciertos para alcanzar los mismos objetivos.

Como ejemplo de la relevancia de este elemento, ha de tenerse en cuenta, que toda programación supone el uso de ciertos recursos escasos y las posibilidades de ese uso estarán en razón directa al grado de evolución de la economía; si ésta se encuentra en niveles de franco subdesarrollo, es evidente que la utilización de recursos asignados a fines concretos, traerá consigo el abandono relativo de otros proyectos importantes para la sociedad. Frente a estas alternativas, resalta la necesidad de hacer el mejor uso de tales factores escasos; de un lado, habrán de potenciarse aquellas acciones que no supongan, al menos, en su fase inicial, el empleo masivo de aquellos y al mismo tiempo tengan capacidad de generación de renta y empleo; de otro, la posibilidad de que algunos sectores cuenten con fuerza de expansión autónoma, exigiendo tan sólo un apoyo previo del Estado, dirigirá la atención hacia el turismo que goza en alguna medida de esas virtudes.

Ahora bien, la estructura también es un condicionante en orden

complementario a lo anterior, pues una estructura moderna y perfeccionada hará más fácil la tarea de impulsar un sector con poco esfuerzo, ya que la respuesta a los estímulos iniciales será tanto más enérgica cuanto aquélla sea más ágil y completa.

En el terreno puramente cuantitativo se produce otra limitación, no ya por la elección entre inversiones distintas, sino por el montante de cada una de ellas. Establecer un ambicioso plan de ordenación, promoción y expansión de las zonas turísticas mejor dotadas, puede resultar inoperante al exceder con mucho a los medios disponibles.

Surgen así diversos condicionantes de la estructura sobre la política ha seguir:

- Selectividad de las inversiones.
- Necesidades de utilización de recursos.
- Cuantía de la inversión total.
- Plazos de maduración y de ejecución.

Como resultado de la ponderación de estos factores puede ocurrir que la distribución espacial de la actividad turística que se elija, no sea la misma que resultaría desde un punto de vista teórico.

Tal hecho debe tenerse muy en cuenta en el momento en que desaparezcan las circunstancias que impidieron su aprovechamiento inmediato, para pasar a ocupar el puesto en el orden de prioridad que les corresponda.

Fase b. Podría pensarse, que el tratamiento de los problemas planteados por la distribución espacial, debe limitarse al lado de la oferta, y más en concreto, a la enumeración de los recursos naturales de cada zona; no obstante, se entiende que dicho estudio resultaría inadecuado y no podría ofrecer soluciones válidas, ya que el valor de un mismo bien está delimitado por el deseo que se experimente de ese bien en cada momento. Deseo que a su vez, dependerá de cuáles son las motivaciones de la demanda y sus preferencias.

En puridad de términos no debe hablarse de bienes turísticos mientras estos no sean demandados, constituyendo hasta ese momento simples recursos potenciales. Por tanto, al programar ha de huirse de concepciones personalistas y no dar prioridad a zonas que se consideran maravillosas y llenas de atractivos para el técnico, cuando la demanda no se sienta interesada por ellas en aquel momento. El pro-

blema no es de tipo estético ni moral, sino simplemente conseguir los objetivos fijados.

Por todo ello, queda claro la necesidad de realizar estudios de la demanda potencial que se pretende captar, y en especial, de sus gustos o deseos turísticos. De nada sirve intentar atraer un turismo de alto poder de gasto como por ejemplo el de invierno (nieve), si resulta que no existen zonas adecuadas para la práctica de dicha actividad, en casos como el apuntado, no es probable que alguien cometa tal error; pero no siempre la dicotomía demanda recursos se presenta tan claro, y entonces, las oportunidades para actuar erróneamente son mayores, por la ausencia de un conocimiento pleno, tanto de las limitaciones espaciales como de las presiones (preferencias de la demanda).

Hasta ahora, se han visto los aspectos cualitativos de la demanda, pero no hay que olvidar su sentido fundamental de cantidad.

Conjugar ambos tiene que ser un logro perseguido por la programación.

Como siempre, no será posible satisfacer la demanda en los dos sentidos señalados, se plantea el problema de reordenar en la dirección apropiada las corrientes de visitantes. Esto exigirá el despliegue de un amplio conjunto de medios, con capacidad suficiente para remodelar las preferencias nacidas de los gustos personales y de la acción independiente de grupos interesados en alcanzar sus propios fines.

Fase c. Inventario de recursos y estudio de necesidades.

Tal vez sea esta la fase más importante en la programación, puesto que suministra la información de base que servirá para delimitar las diversas zonas espaciales y hacer un primer esbozo del programa de aprovechamiento de cada área.

El primer problema nace de la dificultad y alto costo de realizar un inventario de los recursos con que cuentan todas las regiones. Si bien existe información sobre múltiples elementos naturales y arquitectónicos de un país, ésta suele estar diseminada entre distintos órganos y entidades particulares, por lo que con frecuencia se requiere una paciente labor de recopilación y síntesis del material disponible.

Ahora bien, para llegar a poseer un conocimiento pleno y actualizado de los recursos con valor turístico, se hace imprescindible la realización de estudios específicos, dirigidos por expertos del sector. Sólo así podrán cubrirse las lagunas estadísticas o las falsas imágenes nacidas de una errónea concepción de tales recursos.

Una vez realizado este inventario, se dispone de la información necesaria para perfilar las zonas que habrán de recibir atención preferente. En efecto, el estudio de la demanda potencial ha puesto de manifiesto las preferencias de los visitantes y los recursos naturales más idóneos para conseguir su atracción, si esto se une a los resultados del inventario de recursos turísticos, se obtendrá como resultado una primera distribución espacial en orden de prioridades. Resultaría, pues, esta distribución de la conjunción perfecta entre ambas fuerzas, deseos y medios que los satisfacen; y como tal tendría un cierto carácter de equilibrio y bondad. Naturalmente, no siempre es posible, o viable, aceptar esta tendencia natural, puesto que existen múltiples factores que vienen a alterar la misma. Pueden ser de tipo político, ya que interesa desarrollar antes una zona que otra, comparativamente mejor dotada y de recursos más amplios; pero también es posible, que las distintas dotaciones infraestructurales alteren sensiblemente la distribución prevista en principio. Surge por consiguiente y de forma ineludible el estudio de las necesidades propias de cada zona, para llegar a convertir en realidad palpable toda la potencialidad turística que entrañan.

Sólo esta valoración económica, molesta pero necesaria, permitirá estructurar un plan que armonice, en cuanto sea posible, todos los elementos que intervienen en el mercado turístico regional.

Fase d. Formulación de un plan.

Después de superar todas y cada una de las fases anteriores, en el momento de establecer un plan general que contemple la expansión coordinada de las diversas zonas turísticas. Como se ha señalado, la distribución que se planifique, estará en consonancia con los valores potenciales del espacio natural, junto con las directrices políticas generales y los intereses del país.

En esencia, se tratarán tres vertientes, a corto plazo, la construcción de los elementos imprescindibles para la expansión de la actividad turística y la implantación de una agresiva estrategia de captación de la demanda; a medio, la ampliación, renovación y mejora de la red infraestructural que se haga necesaria en la medida en que el fenómeno turístico se incrementa; y a largo plazo, se intentará establecer la reconversión de las instalaciones, y una nueva ordenación de las zonas, que reduzca o elimine los desajustes y desequilibrios que se hayan evidenciado; como consecuencia de un crecimiento real por encima

de lo planificado o por la influencia de factores autónomos perturbadores de la distribución deseada.

Fase e. Programación y fases de revisión.

Como se ha indicado, la primera e importante faceta del plan general, es la fijación de un programa de actuación a corto plazo, que debe estar sustentado por el mejor conocimiento posible de la situación y las aspiraciones de crecimiento zonales. Los errores en que se incurra en estos momentos, se verán ampliados y agravados en períodos sucesivos, cuando con claridad se manifiesten las rigideces inherentes a todo proceso expansivo. Quizá por ello, sin menospreciar las restantes vertientes temporales, se entiende que, desde el punto de vista espacial, ha de ser esta programación la que constituya la médula fundamental de todo el plan.

Por otra parte, los cambios lógicos que con el transcurso del tiempo se producen, junto a los que se derivan de la propia acción dirigida, justifican el que se determinen en forma periódica y no limitativa, revisiones profundas de las situaciones y planteamientos que sirvieron como base para la formulación inicial del programa de crecimiento turístico zonal.

Huir de las innecesarias rigideces, sin caer en el extremo opuesto de los cambios continuos, será un objetivo perseguido en todo momento en la programación; sólo de esta forma podrá darse respuesta oportuna a las prioridades que se vayan fijando y resolver los problemas básicos más graves, tareas estas que no por difíciles han de ser pospuestas.

Lo hasta aquí apuntado podría ser válido para países con un nivel turístico más alto, adaptando cada punto a las características que les sean propias. En este caso, el problema no será tanto establecer modelos de crecimiento, como detectar los desequilibrios que se hayan producido y la secuela de sus efectos negativos. De este modo, se prestará especial cuidado en no degradar las zonas más congestionadas, estableciendo ciertas limitaciones a su crecimiento; e igualmente, evitando los estrangulamientos aparecidos mediante la creación de nuevas zonas que suplan a las ya saturadas; sustitución que puede conseguirse, no por disponer de mejores atractivos naturales que aquéllas, sino al menos por ofrecer menores problemas e incomodidades, o nuevos elementos de atracción del visitante, aunque sean creados de forma artificial.

4. EL EQUILIBRIO ESTRUCTURAL

Es principio general que, al menos teóricamente, en todo mercado exista un perfecto equilibrio entre las corrientes que confluyen en su ámbito. Considerando al turismo como auténtico mercado económico, al reunir caracteres y componentes semejantes a cualquier otro, su oferta y demanda turística se han de configurar en una estructura básica en la cual la desaparición de desajustes y desviaciones entre ambos flujos habrá de ser objetivo esencial en el planteamiento de su ordenación.

Sin embargo, lo que en el aspecto teórico se enuncia con cierta firmeza y claridad no se manifiesta igual en el plano real. Por diferentes circunstancias, propias de la actividad turística, la natural complejidad del mercado de la vacación y el ocio complica terriblemente el alcance del deseado equilibrio.

En el análisis de la distribución espacial de la demanda, es importante tener muy en cuenta el problema de los desequilibrios estructurales. Así, los condicionantes que juegan en el proceso de adaptación de la demanda a la oferta, o también en el de esta última a la primera—fuerte movilidad de la demanda, tanto en el espacio como en el tiempo, y rigidez de la oferta en su dimensión y crecimiento, igual que su forzado consumo o uso «in situs», con su obligada permanencia y casi inalterabilidad en el espacio—, dificultan gravemente ese equilibrio tan necesario para el perfecto desenvolvimiento económico y propiamente turístico de la actividad.

La consecución del equilibrio estable o, lo que es lo mismo, el logro de una identidad continua entre los servicios y bienes que son ofrecidos y los gustos y deseos que son demandados, se hace casi imposible. Además, junto a esos condicionantes apuntados hay otras muchas razones que impiden llegar a esa situación, que por otra parte se manifiesta utópica, en cuanto que los gustos y deseos del hombre, fundamento de la demanda, son tan cambiantes como su propio pensamiento.

Cuatro grandes desequilibrios estructurales se destacan en un tratamiento general del problema:

- El desequilibrio espacial.
- El desequilibrio temporal o estacionalidad.

- El desequilibrio cualitativo o de calidad.
- El desequilibrio motivacional.

Aunque básicamente aparecen concatenados, es conveniente realizar por separado su estudio.

A) El desequilibrio espacial.

Se origina cuando el conjunto de los recursos turísticos de una zona actúa como fuerte estímulo capaz de atraer cuantiosos contingentes de demanda, siempre superiores a sus posibilidades receptoras naturales y de equipamiento. A esta situación podría denominársela de «congestión de demanda», con inadecuada e insuficiente oferta. En determinadas ocasiones, el desajuste puede ser corregido mediante la ampliación de la capacidad de recepción, pero en otras la congestión llega a límites en donde lo acertado reside en movilizar los excesos de demanda hacia otros puntos de escasa afluencia turística, y que se encuentran dotados de los medios infraestructurales y de equipamiento necesarios para absorber los estratos de demanda que les son desviados y que de otra forma permanecerían ociosos sin ningún aprovechamiento y desarrollo.

Otro supuesto de desequilibrio estructural es el contrario al descrito anteriormente y que se caracteriza por un exceso de capacidad receptora, ante una demanda, aunque elevada muy inferior a la prevista para ocupar en términos relativos importantes la oferta puesta en funcionamiento.

En ambos casos resaltan dos hechos de carácter ampliamente negativo:

- Infrutilización de recursos, tanto naturales como de equipamiento, con alta y excesiva concentración de la demanda.
- Desaprovechamiento, para el uso integral de la actividad turística, de zonas en general deprimidas y con demostradas posibilidades para el turismo.

B) El desequilibrio temporal o estacionalidad.

Este segundo problema desajusta de manera aguda, y especialmente en algunas regiones, las dimensiones de ambos componentes (oferta y demanda).

Los elevados volúmenes de las capacidades receptoras de los núcleos turísticos, ideados para cubrir las exigencias de épocas puntas y por no encontrar nuevas demandas para las restantes, deben de permanecer con grandes niveles de desocupación o cerrados, durante gran parte del año, a causa de que la demanda no se distribuye de manera homogénea a lo largo de los doce meses ,produciéndose por esa razón fuertes pérdidas económicas.

Evidentemente, una buena actuación en el campo de la canalización espacial de la demanda puede corregir en alguna medida este grave desequilibrio al aprovechar también ciertos recursos turísticos que elevan en la baja estación el interés por determinados territorios. Aunque indudablemente la desconcentración del período de vacaciones es la solución ideal, resulta muy difícil de alcanzar en la práctica.

C) El desequilibrio cualitativo o de calidad.

Igualmente, no se ha de ignorar el aspecto de los desequilibrios cualitativos, ya que su intensificación puede dañar el proceso de desarrollo de una zona a través de dos efectos diferentes: en primer lugar, por el progresivo deterioro de la imagen, y en segundo término, por el descenso de los rendimientos económicos y sociales de la actividad.

Respecto a este problema se ha de resaltar la circunstancia y acción desencadenante del desequilibrio:

- La existencia de una zona potencialmente receptora de un turismo de alta calidad, deteriorada en su imagen por la proliferación de un equipamiento inadecuado para ese nivel.
- La promoción y estímulo de una demanda perteneciente a estratos sociales mal dotados económicamente y dirigida hacia zonas en donde existe una oferta de alta calidad.

D) El desequilibrio motivacional.

Por otra parte, muy en paralelo con el problema anterior, se observa la existencia de esta clase de desequilibrio estructural.

Cada zona, cada lugar, tiene una personalidad muy definida que ha de ser aprovechada en su máxima medida, con el solo objetivo de atraer los flujos de visitantes que más se adapten a su modo de ser.

En consecuencia, el análisis motivacional ha de ser elemento previo y necesario en la fase de estratificación regional de la demanda.

En principio se puede pensar que las corrientes turísticas por sí mismas fijan sus preferencias y destinos vacacionales; pero en la realidad no siempre es así, puesto que muy a menudo se producen situaciones de anormalidad que demuestran que la ausencia de una acertada comunicación de los caracteres y perfiles de los municipios turísticos provoca graves frustraciones en el orden humano y la insatisfacción de no alcanzar determinadas aspiraciones y esperanzas concebidas con gran ilusión.

El resumen de lo expuesto señala la utilidad de conocer intensamente esta problemática de las desviaciones entre oferta y demanda, y de poner en práctica, tras el análisis de los desequilibrios, un plan que a través de una normativa eficaz y operativa, y tras la puesta en práctica de las medidas promotoras y de estímulo, canalicen más coherente y armónicamente, en primer lugar, las corrientes turísticas que constituyen la demanda, después las inversiones y los créditos que van a posibilitar la adecuación y desarrollo de un territorio para el turismo.

5. LA DEMANDA HOTELERA. DISTRIBUCION ESPECIAL POR NACIONALIDADES

Es indudable que el mejor sistema para conocer cuál es la distribución espacial de las corrientes turísticas en un país es la realización de encuestas periódicas a nivel nacional. Sin embargo, el alto coste de estas investigaciones impiden muchas veces que se puedan llevar a cabo con la amplitud, frecuencia y fiabilidad requeridas. No queda otra solución entonces, para conocer de alguna forma esa distribución, que acudir a indicadores parciales, pero altamente significativos, como es el número de pernoctaciones efectuadas en los medios de alojamiento. Aunque no resulte tan exacto como la encuesta, utilizar esta unidad tiene la ventaja de que es más fácil conseguir información; permite de forma inmediata realizar comparaciones interregionales por su carácter homogéneo, y en la medida en que no existan factores exógenos o circunstanciales que actúen de manera distinta en cada área, proporcionan una imagen aproximada de la verdadera distribución espacial de la demanda turística.

Desde esta perspectiva, para el caso de España, se estudian por separado la distribución de la demanda en establecimientos hoteleros y extrahoteleros, dadas las características propias y diferenciales de cada uno y con ánimo de aportar información útil para análisis parciales posteriores. De todas formas, en el último punto se presenta un resumen, a modo de panorámica general, de la demanda en las zonas turísticas.

En la elección de las distintas zonas se siguen prácticamente los criterios fijados por las autoridades turísticas, con alguna ligera variación, al objeto de conseguir obtener una idea más precisa del reparto espacial y su casuística. (Cuadro 1.)

La sistemática seguida ha sido la de considerar primero la distribución total de los visitantes y después examinar por separado cada una de las nacionalidades con mayor peso cuantitativo en el total.

La razón de esto se debe a que si bien, desde un punto de vista teórico, sería suficiente con conocer el reparto total, en el terreno práctico de la política turística, resulta imprescindible averiguar la localización de la demanda según países de origen.

Como aquí se defiende, la diversidad de valoraciones de los recursos y la variedad de apetencias, además de otros factores, determinarán situaciones no semejantes en cada sector nacional de la corriente de visitantes y sería un error tomar como válido únicamente los valores medios totales.

Piénsese en la diferente repercusión espacial que tienen proyectos para intensificar unas determinadas demandas, y viceversa, en la necesidad de potenciar ciertas zonas, si se desea captar mayor clientela que muestra preferencias precisas por cierto tipo de atractivos.

Respecto a la distribución por zonas de la demanda interior, ver cuadro 2, se destacan los siguientes puntos:

- a) La zona de Madrid y su contorno presenta los mayores porcentajes de participación durante el período elegido. Las causas tienen su origen en factores institucionales de centralismo burocrático y financiero, más que en razones de atractivos turísticos.
- b) Prescindiendo de ésta, las tres áreas que se muestran preferidas son la de Costa Blanca y Costa Dorada en primer lugar,

y la Costa de Azahar y Costa Blanca y Andalucía Marítima, con valores similares éstas últimas.

- c) No considerando Madrid ni Ceuta y Melilla por poco significativas, la zona más demandada supone para 1973 el 15,31 por 100 de las pernoctaciones totales, y la menos el 3,48, por lo que supone una diferencia de más de cuatro veces a favor de la primera.
- d) En el último año podrían fijarse tres escalones o niveles de preferencia bien definidos, el primero integrado por las zonas XI, I, I y II; el segundo por las zonas X, IX, VII y V, y el tercero por las zonas VI, VI y XII.

En cuanto a la distribución espacial de la demanda extranjera en igual período, presenta características diferentes a la de los turistas españoles. Las razones que apoyan esta divergencia se refieren de modo muy particular a:

- Variedad de gustos y preferencias.
- Distinto poder adquisitivo.
- Distinto grado de utilización de esta clase de establecimiento.
- Facilidades de comunicación.

Todo ello hace que el aprovechamiento de los alojamientos hoteleros de las diversas zonas no sea análogo en ambos componentes de la demanda, como «a priori» podría pensarse que sucedería. Naturalmente, las desviaciones por grupos no son similares, siendo en unos casos menos acentuadas, mientras que, por el contrario, en otros apenas existe paralelismo.

Del análisis del cuadro 3, se desprende las siguientes consideraciones principales:

- A lo largo de todo el período se destaca el fuerte peso que tiene en el total la zona IX, Baleares, llegando a suponer más del 44 por 100 de las pernoctaciones totales.

- Cinco zonas no llegan a representar cada una ni siquiera el 1 por 100 del total; esas zonas son: Rías Gallegas, Norte Interior, Pirenaica, España Occidental y Ceuta y Melilla.
- El segundo lugar de preferencia lo ocupa la zona I, Costa Brava y Costa Dorada, que si bien está muy alejada de Baleares, también supera ampliamente el peso de las otras.
- El escalón intermedio en este caso está constituido por las zonas de: Islas Canarias, Andalucía Marítima, Costa del Azahar y Costa Blanca y Madrid y su contorno.

En los cuadros siguientes 4 a 9, se recoge la evolución del número de pernoctaciones realizadas por los visitantes procedentes de los principales países originarios del turismo hacia España, expresada en porcentajes para cada zona.

Es manifiesta la fuerte concentración espacial a favor de Baleares, ya que como puede apreciarse representa más del 50 por 100 de las pernoctaciones en los visitantes procedentes de: Reino Unido, Alemania R. F., Suiza y Países Escandinavos.

Resulta muy interesante, tal como puede hacerse a través de los cuadros indicados, estudiar las repercusiones sobre la distribución espacial que tienen las diferencias regionales de cada país en relación a España y que vienen a corroborar las teorías expuestas en este tratamiento de los factores espaciales en el turismo.

CUADRO 1
PROVINCIAS QUE COMPRENDE CADA ZONA

ZONAS	PROVINCIAS
Costa Brava y C. Dorada	Barcelona - Gerona - Tarragona
C. Azahar y C. Blanca	Albacete - Alicante - Castellón - Murcia - Teruel Valencia
Andalucía Marítima	Almería - Cádiz - Granada - Huelva - Málaga
Andalucía Interior	Córdoba - Jaén - Sevilla
Cornisa Cantábrica	Guipúzcoa - Oviedo - Santander - Vizcaya
Rías Gallegas	La Coruña - Lugo - Orense - Pontevedra
Norte Interior	Alava - Burgos - León - Logroño - Palencia
Pirenaica	Huesca - Lérida - Navarra - Zaragoza
Baleares	Islas Baleares
Canarias	Islas Canarias
Madrid y su contorno	Avila - Ciudad Real - Cuenca - Guadalajara - Madrid - Segovia - Soria - Toledo
España Occidental	Badajoz - Cáceres - Salamanca - Valladolid - Zamora
Ceuta y Melilla	Ceuta - Melilla

CUADRO 2

DISTRIBUCION ZONAL DE LAS PERNOCTACIONES EFECTUADAS EN
LA HOTELERIA POR LOS VIAJEROS ESPAÑOLES
(En porcentajes)

ZONAS	1970	1971	1972	1973
I. Costa Brava y C. Dorada ...	16,30	14,88	14,86	15,31
II. Costa del Azahar y C. Blanca.	10,64	10,78	11,09	11,33
III. Andalucía Marítima... ..	10,74	10,77	10,52	10,66
IV. Andalucía Interior	4,13	4,02	3,57	3,58
V. Cornisa Cantábrica	7,56	7,65	6,96	6,74
VI. Rías Gallegas	5,56	6,58	5,30	4,91
VII. Norte Interior	4,30	4,31	3,91	3,84
VIII. Pirenaica	7,22	6,99	7,14	6,76
IX. Islas Baleares	5,36	5,31	6,91	6,85
X. Islas Canarias	5,68	5,90	6,51	7,92
XI. Madrid y su contorno	18,41	18,55	19,20	18,17
XII. España Occidental	3,63	3,74	3,57	3,48
XIII. Ceuta y Melilla	0,47	0,52	0,46	0,43
TOTALES	100,00	100,00	100,00	100,00

CUADRO 3

DISTRIBUCION ZONAL DE LAS PERNOCTACIONES REALIZADAS EN
HOTELERIA POR LOS VIAJEROS EXTRANJEROS
(En porcentajes)

Z O N A S	1970	1971	1972	1973
I. Costa Brava y C. Dorada ...	21,18	17,05	17,48	19,26
II. Costa del Azahar y C. Blanca.	7,08	7,06	7,09	8,28
III. Andalucía Marítima... ..	10,64	10,03	9,02	9,10
IV. Andalucía Interior	1,65	1,32	1,28	1,28
V. Cornisa Cantábrica	1,96	1,66	1,48	1,44
VI. Rías Gallegas	0,51	0,45	0,38	0,36
VII. Norte Interior	0,48	0,36	0,33	0,34
VIII. Pirenaica	0,97	0,76	0,70	0,70
IX. Islas Baleares	35,98	41,96	44,32	42,86
X. Islas Canarias	11,52	12,31	11,03	9,69
XI. Madrid y su contorno	7,47	6,54	6,43	6,23
XII. España Occidental	0,44	0,36	0,34	0,37
XIII. Ceuta y Melilla	0,12	0,14	0,12	0,09
TOTALES	100,00	100,00	100,00	100,00

CUADRO 4

DISTRIBUCION EN PORCENTAJES POR ZONAS TURISTICAS DEL VO-
LUMEN DE PERNOCTACIONES EFECTUADAS EN LA INDUSTRIA HO-
TELERA POR VISITANTES PROCEDENTES DE FRANCIA

Zonas turísticas	1970	1971	1972	1973
Costa Brava y Costa Dorada	27,6	24,8	24,0	25,0
Costa del Azahar y Costa Blanca ...	9,4	8,5	8,3	8,2
Andalucía Marítima	9,8	9,7	8,9	9,0
Andalucía Interior	1,9	1,6	1,5	1,7
Cornisa Cantábrica	3,9	3,6	3,1	2,7
Rías Gallegas	0,7	0,6	0,6	0,5
Norte Interior	1,4	1,3	1,1	1,1
Pirenaica	3,2	2,6	2,6	2,6
Islas Baleares	28,3	33,8	37,5	36,7
Islas Canarias	6,1	6,5	5,8	5,8
Madrid y su contorno	6,5	6,0	5,6	5,7
España Occidental	0,9	0,7	0,8	0,8
Ceuta y Melilla	0,3	0,3	0,2	0,2
TOTALES	100,0	100,0	100,0	100,0

CUADRO 5

DISTRIBUCION EN PORCENTAJES POR ZONAS TURISTICAS DEL VOLUMEN DE PERNOCACIONES EFECTUADAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA POR VISITANTES PROCEDENTES DEL REINO UNIDO

Zonas turísticas	1970	1971	1972	1973
Costa Brava y Costa Dorada	16,4	11,0	12,6	13,4
Costa del Azahar y Costa Blanca ...	10,4	11,2	10,9	13,3
Andalucía Marítima	6,3	5,9	5,3	6,3
Andalucía Interior	0,4	0,3	0,3	0,3
Cornisa Cantábrica	1,0	0,7	0,7	0,6
Rías Gallegas	0,2	0,1	0,1	0,1
Norte Interior	0,2	0,1	0,1	0,1
Pirenaica	0,3	0,3	0,3	0,3
Islas Baleares	54,7	61,5	60,6	57,3
Islas Canarias	7,9	7,4	7,8	7,0
Madrid y su contorno	2,0	1,4	1,2	1,2
España Occidental	0,2	0,1	0,1	0,1
Ceuta y Melilla	—	—	—	—
TOTALES	100,0	100,0	100,0	100,0

CUADRO 6

DISTRIBUCION EN PORCENTAJES POR ZONAS TURISTICAS DEL VOLUMEN DE PERNOCACIONES EFECTUADAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA POR VISITANTES PROCEDENTES DE LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA

Zonas turísticas	1970	1971	1972	1973
Costa Brava y Costa Dorada	16,9	14,5	15,3	19,3
Costa del Azahar y Costa Blanca ...	3,5	3,4	3,5	4,5
Andalucía Marítima	9,8	8,2	7,2	7,0
Andalucía Interior	0,6	0,4	0,4	0,4
Cornisa Cantábrica	0,9	0,7	0,6	0,6
Rías Gallegas	0,2	0,1	0,1	0,2
Norte Interior	0,2	0,1	0,1	0,1
Pirenaica	0,2	0,2	0,2	0,2
Islas Baleares	48,3	52,2	54,4	52,2
Islas Canarias	17,6	18,8	16,8	14,0
Madrid y su contorno	1,7	1,3	1,3	1,4
España Occidental	0,1	0,1	0,1	0,1
Ceuta y Melilla	—	—	—	—
TOTALES	100,0	100,0	100,0	100,0

CUADRO 7

DISTRIBUCION EN PORCENTAJES POR ZONAS TURISTICAS DEL VOLUMEN DE PERNOCACIONES EFECTUADAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA POR VISITANTES PROCEDENTES DE SUIZA Y PAISES ESCANDINAVOS

Zonas	SUIZA			PAISES ESCANDINAVOS		
	1971	1972	1973	1971	1972	1973
Costa Brava y C. Dorada.	15,1	13,2	16,9	4,8	5,0	5,8
Costa del Azahar y Costa Blanca	1,9	1,8	2,5	3,2	4,7	5,9
Andalucía Marítima	9,7	8,5	6,9	11,8	10,0	9,0
Andalucía Interior	0,7	0,7	0,9	0,2	0,2	0,2
Cornisa Cantábrica... ..	0,7	0,7	0,8	0,2	0,2	0,2
Rías Gallegas	0,2	0,2	0,2	—	—	0,1
Norte Interior	0,2	0,2	0,2	—	—	—
Pirenaica	0,2	0,2	0,3	0,1	—	—
Baleares	47,6	54,6	50,8	46,2	52,7	56,5
Canarias	18,3	15,1	15,7	32,3	25,7	21,1
Madrid y su contorno ...	5,2	4,6	4,6	1,2	1,5	1,2
España Occidental	0,2	0,2	0,2	—	—	—
Ceuta y Melilla	—	—	—	—	—	—
TOTALES	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

CUADRO 8

DISTRIBUCION EN PORCENTAJES POR ZONAS TURISTICAS DEL VOLUMEN DE PERNOCACIONES EFECTUADOS EN LA INDUSTRIA HOTELERA POR VISITANTES PROCEDENTES DE PORTUGAL E ITALIA

Zonas	PORTUGAL			ITALIA		
	1971	1972	1973	1971	1972	1973
Costa Brava y Costa Dorada	6,5	6,5	6,6	25,1	25,7	25,6
Costa del Azahar y Costa Blanca	2,7	2,7	2,6	5,2	5,5	5,8
Andalucía Marítima	11,1	11,6	16,3	12,6	12,2	11,9
Andalucía Interior	10,2	11,0	10,9	3,5	4,1	4,2
Cornisa Cantábrica	5,5	3,6	3,8	2,2	2,1	1,8
Rías Gallegas	10,9	9,7	8,2	0,6	0,4	0,4
Norte Interior	2,3	2,3	2,2	0,9	0,8	0,8
Pirenaica	1,8	1,7	1,7	1,3	1,5	1,7
Baleares	4,0	5,4	5,6	16,3	20,2	18,6
Canarias	4,2	4,1	4,3	12,8	9,1	9,2
Madrid y su contorno ...	32,7	32,7	29,6	18,7	17,8	19,5
España Occidental	8,1	8,7	8,2	0,7	0,6	0,5
Ceuta y Melilla	—	—	—	0,1	—	—
TOTALES	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

CUADRO 9

DISTRIBUCION EN PORCENTAJES POR ZONAS TURISTICAS DEL VOLUMEN DE PERNOCTACIONES EFECTUADAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA POR VISITANTES PROCEDENTES DE BENELUX Y EE. UU. Y CANADA

Zonas	BENELUX			EE. UU. Y CANADA		
	1971	1972	1973	1971	1972	1973
Costa Brava y Costa Do- rada	19,3	18,3	21,5	9,8	9,2	10,4
Costa del Azahar y Costa Blanca	7,1	6,9	7,3	3,7	3,2	3,0
Andalucía Marítima	16,4	12,6	12,0	25,9	25,5	25,7
Andalucía Interior	0,7	0,7	0,7	6,4	6,7	6,6
Cornisa Cantábrica	1,0	0,8	0,8	2,1	1,7	1,6
Rías Gallegas	0,2	0,2	0,2	0,6	0,6	0,5
Norte Interior	0,3	0,3	0,3	0,5	0,5	0,4
Pirenaica	0,6	0,5	0,6	1,1	1,1	1,0
Baleares	38,3	45,2	44,2	13,6	14,1	13,0
Canarias	13,2	11,4	9,6	5,8	6,6	6,3
Madrid y su contorno ...	2,7	2,9	2,6	29,3	29,7	30,6
España Occidental	0,2	0,2	0,2	0,8	0,7	0,6
Ceuta y Melilla	—	—	—	0,4	0,4	0,3
TOTALES	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

6. LA DEMANDA EN EXTRAHOTELERIA Y SU DISTRIBUCION REGIONAL

El estudio de la demanda no sería completo si solamente se considerase la que se dirige hacia los establecimientos hoteleros, dejando a un lado la correspondiente a otros medios alternativos de residencia, como son los apartamentos, chalets, villas, etc.

Si la distribución de esta demanda específica coincidiera plenamente con la hotelera, sería posible hasta cierto punto, no realizar un estudio separado de este segmento del mercado; sin que los resultados variasen de forma sustancial desde el punto de vista en que aquí se trata el fenómeno.

Para que tal coincidencia se produzca, debe existir un marcado paralelismo entre las formas de explotación de los diversos tipos de establecimientos, o al menos cierto grado de similitud en las estrategias de mercado seguidas por los inversores. La realidad suele evidenciar con frecuencia que no se dan esas circunstancias y por consiguiente, se producen fuertes desviaciones en la distribución espacial de ambas demandas en algunas zonas.

Las razones que explican y justifican este hecho pueden resumirse en:

- Variedad de sistemas de explotación.
- Distintas necesidades financieras.
- Volúmenes de inversión y plazos de maduración diversos.
- Objetivos específicos de cada subsector.
- Por constituir elementos de carácter parcialmente sustitutivos.
- No similitud en los servicios ofrecidos.

Desde luego, la relativa escasez de información, tanto sobre el turismo que se asienta en estos establecimientos, como respecto a esta clase de oferta, en relación con la que se dispone para analizar el sector hotelero, ha influido en el pequeño desarrollo de los estudios sobre este tema; que obliga a cualquiera que pretenda abordarlo, a partir prácticamente de cero, con la consiguiente incertidumbre respecto al resultado de sus esfuerzos.

Sin embargo, la importancia que ha adquirido en la actualidad

este componente de la oferta turística, hace ineludible plantearse cuál es la situación que ocupa en el mercado turístico.

El presente apartado se ha dirigido a intentar cuantificar la demanda (volumen de pernoctaciones) extranjera y nacional en el año 1972. Así como estimar su distribución por zonas.

Se analiza, en primer lugar, la demanda extranjera y posteriormente la interior, por ser similar la metodología aplicada.

Para estimar el volumen de pernoctaciones realizadas en los establecimientos extrahoteleros por los viajeros extranjeros y llegar a obtener más bien un entorno razonable de valores, que una cifra única, se ha partido de dos puntos de vista diferentes. El primero se basa en un supuesto con claro fundamento económico, «en un sistema de economía de mercado, la oferta no puede ni debe desligarse de la demanda». Podrán existir desfases o desequilibrios entre ambas magnitudes, pero sin duda, un aumento de la demanda estimularía un aumento de la oferta; y a su vez, el incremento de ésta, se producirá pensando en captar un mayor volumen de demanda, y como respuesta a las tensiones que nacen en el mercado a medida que este se amplía.

Se han considerado dos alternativas, la primera tiene en cuenta que la participación de la demanda extranjera en la utilización de la oferta extrahotelera (en las diferentes zonas consideradas), no es homogénea, y en consecuencia, se ha procedido a realizar una estimación regional del volumen de pernoctaciones efectuadas, para así reducir en lo posible el sesgo inherente a esa falta de homogeneidad de la distribución.

La segunda alternativa, únicamente considera el volumen total de pernoctaciones, no su distribución, jugando con otras variables que influyen en su cuantía total.

En la estimación por zonas del volumen de pernoctaciones (ver cuadro 10), se ha seguido la siguiente metodología:

- 1.º Distribución, por zonas, del total de plazas en establecimientos extrahoteleros, de acuerdo con la información estadística disponible.
- 2.º Determinación de los intervalos de utilización de la oferta extrahotelera por la demanda extranjera; teniendo en cuenta cuál es la participación de la demanda extranjera en el total

CUADRO 10

ESTIMACION DEL VOLUMEN DE PERNOCACIONES REALIZADAS POR LA DEMANDA TURISTICA EXTERIOR EN LOS ESTABLECIMIENTOS EXTRAHOTELEROS EN 1972

Z O N A S		Total de plazas oferta extra- hotelera	Hipótesis de intervalo de utiliza- ción por la D.E.	Número de plazas ofer- tadas a D.E.	Número de plazas ofer- tadas/año a D.E.	Hipótesis de intervalo de ocupa- ción	Total pernoctaciones
Costa Brava y Costa Dorada	...	535.267	60 — 70	347.924	126.992.260	17 — 25	26.668.375
Costa del Azahar y Costa Blanca	...	592.133	30 — 40	207.246	75.644.790	33 — 41	27.988.572
Andalucía Marítima	...	355.395	30 — 40	124.388	45.401.620	33 — 41	16.798.599
Andalucía Interior	...	8.585	5 — 15	858	313.170	9 — 17	40.712
Cornisa Cantábrica	...	177.670	25 — 35	53.301	19.454.865	14 — 22	3.501.876
Rías Gallegas	...	27.514	0 — 10	1.376	502.240	14 — 22	90.403
Norte Interior	...	109.513	0 — 10	5.476	1.998.740	9 — 17	259.836
Pirenaica	...	48.904	10 — 20	7.325	2.677.275	24 — 32	749.637
Islas Baleares	...	77.101	65 — 75	53.971	19.699.415	38 — 46	8.273.734
Islas Canarias	...	99.810	75 — 85	79.848	29.144.520	42 — 50	13.406.479
Madrid y su contorno	...	181.575	0 — 10	9.079	3.313.835	20 — 28	795.320
España Occidental	...	18.464	0 — 10	923	336.895	9 — 17	43.796
TOTALES	...	2.231.931	39.9	891.725	325.479.625	30.3	98.617.359

NOTA.—D.E. = Demanda Exterior.

- de pernoctaciones realizadas en hotelería y que su peso no parece sea tan elevado en el sector extrahotelero (mayor hábito del viajero extranjero en la utilización de la hotelería).
- 3.º El producto del número de plazas, en cada zona, por la marca de clase del intervalo de utilización (punto medio), indica las plazas que son ofertadas a la demanda extranjera.
 - 4.º Cálculo de las ofertas/año.
 - 5.º Especificación de los intervalos del grado de ocupación; estos se han construido considerando tanto el peso relativo que supone la demanda extranjera en cada zona, como las características intrínsecas de las mismas, que hacen variar sensiblemente el grado medio de ocupación.
 - 6.º Cálculo de las pernoctaciones teóricas realizadas por la demanda extranjera (producto de las plazas ofertadas/año por la marca de clase de los intervalos de ocupación).

Según los resultados de este procedimiento, el total de pernoctaciones ascendería a 99 millones en el año 1972.

La segunda alternativa se sintetiza en el cuadro 11. Recoge los diferentes valores obtenidos del volumen total de pernoctaciones realizadas en establecimientos extrahoteleros, de acuerdo con las diferentes hipótesis establecidas, tanto en el grado de ocupación como en el de utilización de la oferta. Los valores de ambos se toman en un entorno de los que resulten, en promedio, de la distribución por zonas 30,3 y 39,9, respectivamente, (cuadro 10). Las cifras máximas y mínimas resultantes son de 71,3 y 128,3 millones, respectivamente.

El segundo punto de vista atiende directamente al lado de la demanda, sin considerar de forma expresa el montante de la oferta turística de alojamiento.

Aquí el planteamiento es distinto, el punto de partida consiste en calcular el volumen total de pernoctaciones que los viajeros han podido realizar en el año 1972, tanto en los establecimientos hoteleros como extrahoteleros. Una vez obtenida esta cifra, se deducirán las pernoctaciones correspondientes a la hotelería (cantidad que se conoce con mayor exactitud, aunque no con absoluta certeza) y el resultado reflejará las que se han efectuado en el sector extrahotelero.

Aplicando a la cifra total de entrada en España en 1972 (32,5 millones), el porcentaje de estos que pernoctan en el país y la estancia

CUADRO 11

HIPOTESIS DE PERNOCTACIONES EXTRAHOTELERAS EFECTUADAS POR LA DEMANDA EXTRANJERA CONSIDERANDO VARIACIONES EN EL PORCENTAJE DE UTILIZACION DE LA OFERTA EXTRAHOTELERA Y EN EL GRADO DE OCUPACION

(En millones de pernoctaciones)

AÑO 1972

Grado de ocupación	25	30	35
% utilización demanda extranjera			
35	71,3	85,5	99,8
40	81,5	97,8	114,1
45	91,6	109,9	128,3

NOTA: Total de plazas en la oferta extrahotelera en 1972: 2.231.931.

CUADRO 12

VOLUMEN DE PERNOCTACIONES EFECTUADAS POR LA DEMANDA TURISTICA EXTERIOR DE ESPAÑA

(En millones de pernoctaciones)

AÑO 1972

Estancia media (días)	10	11	12
% de viajeros que pernoctaron en alojamientos turísticos			
60	195,0	214,5	234,0
55	178,8	196,6	214,5
50	162,5	178,5	195,0

NOTA: a) En establecimientos extrahoteleros y hoteleros.
b) Volumen de visitantes en 1972: 32,5 millones.

media estimada, se obtiene el total de pnoctaciones teóricas que han efectuado (ver cuadro 12).

Teniendo en cuenta el peso que supone los viajeros autorizados por veinticuatro horas, los de puertos marítimos, los que utilizan domicilio propio, caravanas u otros medios de alojamiento no controlados, se ha cifrado, como máximo, en un 60 por 100 los viajeros que pernoctan en alojamientos turísticos. Tomando además valores intermedios hasta el límite inferior del 50 por 100.

Respecto a la estancia media, como valor central se toma once días, recogiendo la fuerte incidencia que supone la zona de Baleares, y se establece un intervalo de variación en más o en menos de un día. los valores así calculados quedan resumidos en dicho cuadro.

El volumen total de pnoctaciones realizados por extranjeros en hotelería, se conocen a través de la información facilitada por el INE (67,0 millones), sin embargo, de distintas contrastaciones efectuadas se deduce que esta cifra está infravalorada y sólo recogería un 75 por 100 del total aproximadamente, que resulta ser así un 89,33 millones.

La simple diferencia de las cifras del cuadro 12 y estos 89,33 millones, señala las pnoctaciones que deben corresponder a los establecimientos no hoteleros, como recoge el cuadro 13.

Las estimaciones del volumen de pnoctaciones en establecimientos extrahoteleros, considerando distintas hipótesis de variación, tanto en el número de alojados en esta clase de instalaciones, como en la estancia media, quedan reflejados en el cuadro 14.

El intervalo del porcentaje de la demanda extranjera que utiliza este servicio se hace variar del 18 al 20, y la estancia media de quince a diecisiete días, más alta que en la hotelería.

Las estimaciones para la demanda interior vienen recogidas en los cuadros 15, 16 y 17.

En el cuadro 15 se realiza la distribución por zonas de las pnoctaciones causadas por la demanda interior, como una sistemática similar a la expuesta para la demanda extranjera.

Los intervalos de utilización, lógicamente, son los complementarios de los anteriores y para la ocupación se han considerado valores inferiores en general, a los correspondientes a la demanda extranjera, fundamentalmente por razones institucionales. El total de pnoctaciones estimadas por este procedimiento ascienden a 127,7 millones.

CUADRO 13

ESTIMACION DEL VOLUMEN DE PERNOCTACIONES EFECTUADAS POR LA DEMANDA TURISTICA EXTERIOR EN LOS ESTABLECIMIENTOS EXTRAHOTELEROS EN 1972, SEGUN LOS SUPUESTOS ANTERIORES
(En millones de pernoctaciones)

Estancia media general de los turistas (días)	10	11	12
% de viajeros que pernoctaron en alojamientos turísticos			
60	105,7	125,2	144,7
55	89,5	107,3	125,2
50	73,2	89,2	105,7

NOTA: Pernoctaciones extrahoteleras = Total pernoctaciones — Pernoctaciones hotelera.

Volumen pernoctaciones hotelera = $67.0 + 25\% \times = 89.3$ millones.

CUADRO 14

HIPOTESIS DE PERNOCTACIONES EXTRAHOTELERAS CONSIDERANDO VARIACIONES EN LA ESTANCIA MEDIA Y EN EL PORCENTAJE DE LA DEMANDA EXTRANJERA ALOJADA EN ESTABLECIMIENTOS NO HOTELEROS

AÑO 1972

Demanda extranjera = 32.5 millones de viajeros.

(En millones de pernoctaciones)

% DE que utiliza extrahotelera	ESTANCIA MEDIA EN EXTRAHOTELERIA			
	Días Millones de personas	15	16	17
18	5,9	89	95	100
19	6,2	93	99	105
20	6,5	98	104	111

CUADRO 15

ESTIMACION DEL VOLUMEN DE PERNOCTACIONES REALIZADAS POR LA DEMANDA TURISTICA INTERIOR EN LOS ESTABLECIMIENTOS EXTRAHOTELEROS EN 1972

ZONAS	Total de plazas oferta hotelera	Hipótesis de intervalo de utilización por D. I.	Número de plazas ofertadas a D. I.	Número de plazas ofertadas a D. I.	Hipótesis del intervalo de ocupación	Total pernoctaciones
Costa Brava y Costa Dorada	535.267	30 — 40	187.343	68.380.195	16 — 24	13.676.039
Costa del Azahar y Costa Blanca	592.133	60 — 70	384.887	140.483.755	32 — 40	50.574.152
Andalucía Marítima	355.395	60 — 70	231.007	84.317.555	30 — 38	28.667.968
Andalucía Interior	8.585	85 — 95	7.727	2.820.355	14 — 22	507.664
Cornisa Cantábrica	177.670	65 — 75	124.369	45.394.685	16 — 24	9.078.936
Rías Gallegas	27.514	90 — 100	26.138	9.540.370	16 — 24	1.908.074
Norte Interior	109.513	90 — 100	104.037	37.973.505	14 — 22	6.835.231
Pirenaica	48.904	80 — 90	41.568	15.172.320	20 — 28	3.641.357
Islas Baleares	77.101	25 — 35	23.130	8.442.450	22 — 30	2.195.037
Islas Canarias	99.810	15 — 25	19.962	7.286.130	22 — 30	1.894.394
Madrid y su contorno	181.575	90 — 100	172.496	62.961.040	8 — 16	7.555.324
España Occidental	18.464	90 — 1000	17.541	6.402.465	14 — 22	1.152.444
TOTALES	2.231.931	60,1	1.340.206	489.175.190	26,1	127.686.620

NOTA: D. I.: Demanda interior.

CUADRO 16

HIPOTESIS DEL VOLUMEN DE PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS EXTRAHOTELEROS EFECTUADAS POR LA DEMANDA INTERIOR, CONSIDERANDO VARIACIONES EN EL PORCENTAJE DE UTILIZACION DE LA OFERTA EXTRAHOTELERA POR LA DEMANDA INTERIOR, Y EN EL GRADO DE OCUPACION
(En millones de pernoctaciones)

Grado de ocupación	20	25	30
% de utilización por la demanda interior			
65	105,91	138,38	158,86
60	97,76	122,20	146,64
55	89,61	112,01	134,42

NOTA: Total de plazas oferta extrahotelera en 1972: 2.231.931.

CUADRO 17

HIPOTESIS DEL VOLUMEN DE PERNOCTACIONES CONSIDERANDO VARIACIONES EN EL NUMERO DE ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS EXTRAHOTELEROS Y EN LA ESTANCIA MEDIA
(Demanda interior, en millones, de pernoctaciones)

Estancia media (días)	20	25	30
Alojados en est. extrahoteleros (millones)			
4	80	100	120
4,5	90	112,5	135
5	100	125	150

CUADRO 18

ESTIMACION DEL VOLUMEN DE PERNOCTACIONES EFECTUADAS EN ALOJAMIENTOS HOTELEROS Y EXTRAHOTELEROS POR LA DEMANDA INTERIOR Y EXTRANJERA. AÑO 1973

(En m i l e s)

ZONAS	PERNOCTACIONES EN HOTELERIA		PERNOCTACIONES EN ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS		T O T A L E S		TOTAL GENERAL	Participación-zonas (%)
	Demanda exterior	Demanda interior	Demanda exterior	Demanda interior	Hotelería	Extra-hotelería		
Costa Brava y C. Dorada.	13.679	4.614	27.310	14.801	18.293	42.111	60.404	17,8
Costa del Azahar y Costa Blanca	5.879	3.420	28.674	54.755	9.299	83.429	92.728	27,2
Andalucía Marítima... ..	6.466	3.212	17.200	31.026	9.678	48.226	57.904	17,0
Islas Baleares	30.452	2.065	8.475	2.377	32.517	10.852	43.369	12,8
Islas Canarias	6.887	2.383	13.726	2.045	9.270	15.771	25.041	7,4
Madrid y su contorno...	4.430	5.475	818	8.181	9.905	8.999	18.904	5,5
Resto de zonas... ..	3.198	8.831	4.797	25.015	12.029	29.812	41.841	12,3
TOTALES	70.991	30.000	101.000	138.200	100.991	239.200	340.141	100,00

Las alternativas del volumen total de pernoctaciones, teniendo en cuenta variaciones del grado medio de ocupación y de utilización en torno a los valores promedios (26,1 y 60,1), que figuran en el cuadro 15, quedan reflejados en el cuadro 16.

Finalmente, en el cuadro 17, se recoge la estimación del volumen de pernoctaciones efectuadas por la demanda interior, en extrahotelaría considerando variaciones en el número de usuarios de este tipo de alojamiento y en la estancia media.

El primer problema que se ha planteado ha sido la cuantificación del volumen de alojados en extrahotelaría. Para solucionar el problema, se ha cifrado en un porcentaje superior al 10 por 100 del total de la población (incluyendo en éste repeticiones durante el año), los que no se alojan en este tipo de establecimientos, y no llegando a superar dicho porcentaje el 15 por 100. Luego el entorno de variación oscila alrededor del 5 por 100.

Por otra parte, ha sido necesario fijar la estancia media, aspecto que se resuelve, ofreciendo un amplio abanico de posibilidades, con una diferencia máxima de diez días.

La hipótesis de cruce que más se aproxima a la estimación realizada por zonas, es aquella que está delimitada por un volumen de alojados de cinco millones y veinticinco días de estancia media.

Es importante destacar nuevamente que se considera en el número de alojados no aquellas personas que acuden una sola vez a este tipo de establecimientos, sino el compuesto de todas las unidades de alojados que se han realizado durante el año, aunque algunas de éstas pertenezcan a un mismo viajero.

7. CONCLUSIONES

A modo de resumen de las ideas expuestas, destaca en primer término, que toda distribución espacial de la demanda turística está condicionada a unos determinados factores y no a meras circunstancias casuales, lo que presupone la existencia implícita de una ley natural de localización territorial de los flujos o movimientos vacacionales.

Dicha ley tiene su origen tanto en los factores condicionantes reales que se han apuntado como en el deseo de disfrute de los recursos que las distintas zonas poseen. En consecuencia, no puede hablarse de

espacio turístico si no se dan en él las dos premisas señaladas: recursos y deseo. Sin embargo, es patente, a la vista de lo que se observa, que el no haber considerado conjuntamente ambos elementos, en las fases de planificación, ha llevado consigo también a una notoria desarmonía que, en casos concretos, se hace realmente grave.

Por otra parte, la mayor rigidez de la oferta natural, como la posibilidad de actuación más o menos intensa sobre el deseo, a través de distintos estímulos, ha provocado indudablemente esos desajustes. Esa razón esencial, la manipulación arbitraria o la falta de canalización de los impulsos turísticos, se ha debido a la ausencia de un auténtico conocimiento de la dimensión espacial del mercado y a la inobservancia consiguiente de la citada ley.

Analizadas separadamente las distribuciones espaciales de la demanda en alojamientos hoteleros y extrahoteleros, para los visitantes extranjeros, así como para los españoles, parece oportuno efectuar un estudio conjunto con el fin de obtener una imagen resumen del uso de las zonas turísticas y de la significación de tal situación.

En el cuadro 18 se presentan las pernoctaciones totales realizadas por la demanda niterior y exterior en los alojamientos hoteleros y extrahoteleros, en las zonas más relevantes para el año 1973. Los datos de hotelería se han obtenido de la información estadística publicada, mientras que los valores de la extrahotelería resultan de extrapolar los que se estimaron para 1972. Por no disponer aún de información suficiente, no es posible contrastar estos últimos valores, por lo que su uso debe hacerse con lógicas reservas.

No obstante, y prescindiendo de probables errores de que adolezcan las estimaciones realizadas, el resultado final constituye un indicador aceptable de la distribución espacial de la demanda total.

Cabe preguntarse si esta distribución se aparta mucho de la que resultaría del libre juego de las fuerzas que inciden sobre la misma, y que han sido comentadas a lo largo del estudio o si, por el contrario, es más bien el resultado de otro tipo de factores influyentes.

El predominio que se observa a favor de las zonas costeras e insulares responde, en cierta medida, a la acción de ese conflicto entre deseos y recursos que los satisfagan, pero no solamente a él.

Las acciones dirigidas por grupos de interés vario, la existencia de ciertos condicionantes institucionales, junto con otros factores económi-

cos, han alterado las tendencias iniciales de crecimiento en las zonas, reforzándolas en unos y cercenándolas en otros. Esto ha supuesto el nacimiento de problemas puntuales agudos, al exceder la demanda a lo que «naturalmente» le correspondía.

La futura corrección de dichas anomalías exigirá un planteamiento menos teórico y general del turismo, acercándose a la realidad espacial de las regiones, viendo su potencial valor turístico y los problemas que deben afrontar, puesto que en definitiva es en el espacio y no en los papeles donde se asienta el turismo.

R E S U M E

MIGUEL COYA SANZ: *Une analyse de la distribution spatiale de la demande.*

L'étude permet d'examiner en détail un élément de base présent dans toute manifestation de l'activité touristique, l'espace et les facteurs en connection.

L'espace apparaît comme condition de la distribution de la demande, en marge d'autres facteurs influents (propagande, motifs psychologiques et sociaux, etc.) et il est aussi possible d'arriver à déterminer les zones plus adéquates pour accueillir les visiteurs, du point de vue théorique.

Le meilleur emploi des ressources spatiales existantes, ainsi que l'écart des problèmes de déséquilibres structureaux, ont comme condition indispensable l'élaboration d'un programme d'ordonnation et d'exploitation des zones. Tous ces aspects sont considérés, au même temps que l'analyse d'un cas concret, la distribution de la demande dans les différentes zones touristiques espagnoles.

S U M M A R Y

MIGUEL COYA SANZ: *An analysis of the spatial distribution of the demand.*

This study intends to examine with a certain detail a basic element which lies in every trend of tourist activity; the space and related factors.

The space appears as a condition to the distribution of the demand putting aside other influential factors (such as advertising, psychological and social motivation) and thus it is possible to arrive to determine which are the better fitted areas for reception of visitors under a theoretical view point.

The rational use of the existent spatial resources as well as an intent trying to avoid problems of unbalanced structure, implies necessarily the formulation of a program for arrangement and exploitation of the areas. All these aspects are considered, together with the analysis of a particular case: the diminution of the demand in the various spanish tourist areas.

ZUSAMMENFASSUNG

MIGUEL COYA SANZ: *Eine Analyse der räumlichen Verteilung der Nachfrage.*

Der Bericht hat die Absicht, mit gewisser Gründlichkeit ein grundlegendes Element zu betrachten, das in jeder fremdenverkehrs mässigen Tätigkeit zum Ausdruck kommt: der Raum und die damit zusammenhängenden Faktoren.

Der Raum erscheint hier als Bedingung der Nachfragenverteilung und zwar am Rande von anderen Einflussfaktoren (Werbung, psychologische und gesellschaftsbedingte Motive usw.). So wird es möglich, die günstigsten Zonen zu bestimmen, mit denen die Besucher vom theoretischen Standpunkt aus gesehen erfasst werden können.

Die rationelle Auswertung der bestehenden räumlichen Rekurse wie auch das Verhindern von auftauchenden strukturellen Gleichgewichtsproblemen benötigen als grundlegende Bedingung der Erstellung eines Bewirtschaftungsprogrammes der betreffenden Gebiete. All diese Aspekte werden in Betracht gezogen und zwar in Zusammenhang mit der Analyse eines bestimmten Falles: die Nachfrageverteilung in den einzelnen spanischen Fremdenverkehrsgebieten.