

Esquema metodológico para la elaboración de un análisis de la coyuntura turística de Andalucía.

Enrique Torres Bernier.

La construcción del Estado de las Autonomías es, sin lugar a duda, una de las aventuras políticas y sociales más apasionantes que le ha tocado vivir a la España de nuestros días. Este proceso, cuya profundidad y complejidad nos es ocultada en muchas ocasiones por sus más inmediatos responsables ante el temor de su incomprensión o el interés de circunstancias electorales determinadas, está llamado a cambiar muchos de los patrones de funcionamiento de la economía y la sociedad de nuestro país.

El turismo como actividad y Andalucía como región cada vez más nítidamente definida, no son en absoluto ajenos a este proceso de cambio. Es sin embargo, un largo camino que exige a los que de algún modo hemos hecho de estos temas objeto de nuestro estudio, un continuado esfuerzo para tratar de superar las numerosas dificultades que en el análisis científico de los mismos se presentan. Este artículo intenta ser una reflexión teórica sobre la posibilidad de elaborar análisis de coyuntura turística desde la perspectiva regional andaluza. El intentar hacerlo directamente sin un previo esquema metodológico nos parece, cuando menos, imprudente. Estas páginas pretenden ser un primer paso, sujeto a discusión y crítica, imprescindible antes de iniciar cualquier diagnóstico coyuntural.

CONSIDERACIONES PREVIAS.

A pesar de que captar las diferencias entre lo que se denomina en economía estructura y coyuntura es a primera vista fácil, una definición precisa de cada uno de estos términos presenta dificultades insuperables fuera de la mera convención. Lo coyuntural y lo estructural son conceptos diferenciables en base al grado de permanencia que los fenómenos que representan tienen en el tiempo. Sin embargo, el utilizar un calificativo u otro constituye una cuestión de grado de arbitraria definición, muy relacionada con la perspectiva temporal que adoptemos.

Sería interesante, no obstante, destacar dos implicaciones que se desprenden de los conceptos

antedichos y que presentan particular importancia para la finalidad de este artículo. La primera de ellas se refiere a las relaciones existentes entre los hechos coyunturales y estructurales dentro de una perspectiva temática y espacial común. Si realmente hay que reconocer como poco claro donde terminan los aspectos coyunturales y comienzan los estructurales de un tema cualquiera, es, sobre todo, porque unos y otros se determinan mutuamente ya que los primeros son los que van dando forma a la estructura y ésta a su vez los condiciona permanentemente.

La segunda implicación a que hacíamos referencia es que, desde el punto de vista normativo, la política regional recae fundamentalmente sobre los aspectos estructurales (más a largo plazo), mientras que la política coyuntural (a corto plazo) es patrimonio preferente de los gobiernos centrales (por ejemplo, la política monetaria y presupuestaria). Sin entrar en profundidades sobre el tema, un mero examen de las materias constitucionalmente transferibles a las comunidades autónomas confirmaría lo que acabamos de decir. No debemos olvidar, sin embargo, que a pesar de que, como hemos señalado, las grandes decisiones de política coyuntural proceden de los gobiernos centrales, éstas se ven directamente influenciadas por las estructuras y sus cambios. De este modo, pues, también las políticas regionales en sus aspectos fundamentales, que son estructurales, también influyen sobre la coyuntura tanto general como sectorial de la comunidad autónoma correspondiente mediante ese conjunto de relaciones de interdependencia que caracterizan siempre a los hechos sociales.

El turismo como actividad económica ha llegado a constituirse en pieza fundamental de la economía andaluza, siendo además una de las materias que con mayor amplitud han sido transferidas a la Junta. Se puede decir que sólo la promoción exterior, y esto a nuestro juicio de una forma bastante relativa, queda bajo el dominio exclusivo del gobierno central. Esto va a permitir la formulación de una política turística propia por parte de la región que, aunque coordinada con la

política turística nacional, persiga objetivos particulares y diferenciados, abandonando el papel instrumentalizador y subsidiario que tradicionalmente ha venido desempeñando (1).

En estas circunstancias la necesidad de conocer los principales aspectos coyunturales y estructurales del turismo andaluz se vuelve cada vez más evidente ante la posibilidad de tomar medidas que le afecten o conocer las repercusiones que sobre el mismo tengan las de política económica general (en especial coyuntural) dimanantes del gobierno central.

El intentar llevar a cabo en la actualidad un análisis riguroso y completo de la coyuntura turística andaluza entra dentro de lo utópico y esto por dos razones principales. En primer lugar porque la experiencia en este sentido, incluso a nivel nacional, es prácticamente nula. Los datos que se han podido utilizar para hacer algún diagnóstico sobre coyuntura turística, desde que este fenómeno comenzó a tener entidad en nuestro país, han venido referidos al número de viajeros entrados por frontera, cantidad de divisas ingresadas y movimiento de viajeros alojados en establecimientos hoteleros y acampamentos turísticos, facilitándose además estos datos con un notorio retardo, superior en muchas ocasiones a los seis meses. De otro lado, la posibilidad de utilizar esta información en su conjunto de una manera fiable para elaborar un informe de coyuntura era bastante limitada a causa de la calidad de la misma. Así, y meramente a título de ejemplo, podemos indicar que las estadísticas referentes al número de viajeros no distinguían los que eran turistas de los que no (2), incluyendo los movimientos migratorios anuales y los traslados laborales cotidianos en frontera. Del mismo modo los ingresos por divisas se ven parcialmente desvirtuados por los pagos en origen (traslado de beneficios), las compensaciones y las transferencias no controladas de capitales en las zonas turísticas. En cuanto al movimiento de viajeros por meses en los establecimientos hoteleros y acampamentos, podemos asegurar que los datos de ocupación que ofrecen han estado tradicionalmente sesgados a la baja, aunque la calidad de los mismos ha ido mejorando paulatinamente.

(1) Para seguir este proceso véase nuestro artículo en el Vol. I Extraordinario de la Revista de Estudios Regionales titulado «El sector turístico andaluz»: instrumentalización y efectos impulsores». Málaga, 1977.

(2) La definición de la ONU sobre lo que se considera turista, «persona que pasa más de 24 horas fuera de su lugar de residencia», es cuando menos poco afortunada y desde luego inadecuada para un análisis real de la actividad turística. En España bajo ese concepto han entrado los emigrantes de paso y de vacaciones, los excursionistas, etc...

A partir de finales de 1974 y hasta 1977 la Secretaría de Estado para el Turismo (antes la Secretaría General Técnica del Ministerio de Información y Turismo) publicó con carácter mensual unos boletines sobre la coyuntura turística, recogiendo en los mismos algunos indicadores de oferta, evolución de la capacidad hotelera y extrahotelera, otros de demanda, visitantes por fronteras, nacionalidades y medios de transporte, grado de ocupación de los establecimientos hoteleros y salidas de españoles al extranjero, ingresos por divisas y un tímido intento de establecer indicadores coyunturales mediante los precios al consumidor, el desempleo y la producción referidos a los países demandantes de nuestro turismo. Ninguno de estos datos estaba desglosado por provincias o por regiones. Como es fácil de ver se trata de una sistematización mensual de la información que hemos venido comentando anteriormente a la que se le ha añadido algunas cifras de coyuntura internacional.

Para el mes de Abril del presente año se ha reanudado la publicación de un informe sobre «Coyuntura Turística», elaborado esta vez por el Instituto Español de Turismo, y que difiere notoriamente del que acabamos de comentar. Las aportaciones que dicha publicación introduce podemos resumirlas fundamentalmente en las siguientes:

- a) Precisión metodológica de cada indicador. Así, se diferencia entre turismo y excursionismo dentro de los visitantes e introduce para la valoración de los ingresos la unidad de cuenta turística (U.C.T.).
- b) Utilización de modelos econométricos de previsión y seguimiento de las variables turísticas.
- c) Regionalización de algunos datos como de movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros.
- d) Elaboración de un conjunto de indicadores económicos del turismo español bastante completo, referido principalmente a la evolución de los precios turísticos interiores, la capacidad adquisitiva de las monedas de nuestros demandantes y a la competitividad de los precios turísticos interiores.

Es evidente que este informe de coyuntura puede mejorarse en diversos aspectos, como por ejemplo dotarlo de un mayor grado de regionalización y abordar la evolución de la oferta de plazas extrahoteleras o de industrias complementarias, sin embargo puede considerarse como ejemplo para el nivel de información estadística que se posee sobre el tema, pudiéndose considerar el

producto de una eficaz, callada y a veces mal comprendida labor llevada a cabo desde hace tiempo por el Instituto Español de Turismo.

UN ENFOQUE METODOLOGICO DE COYUNTURA TURISTICA PARA ANDALUCIA.

El intentar elaborar un informe de coyuntura sobre el turismo andaluz obligaría a tener que plantearse una serie de cuestiones previas que vamos a tratar de apuntar aquí aunque sólo sea brevemente. Convendría tener en claro qué variables sería preciso hacer objeto de seguimiento, de qué información estadística se dispone y a qué niveles de desagregación, tanto espacial como sectorial, desea llegarse.

Existe un conjunto de variables, tanto de oferta como de demanda, dentro de la actividad turística, cuyo seguimiento parecería conveniente a cualquier especialista sobre el tema. Sin embargo, los objetivos que en materia de política turística mantenga el gobierno regional pueden influenciar en cierta medida el elenco de variables elegidas.

Otro punto de vital importancia es la información estadística disponible. Como hemos tenido ocasión de comentar, en materia turística la información presenta considerables lagunas, sobre todo en lo que a la demanda se refiere, estando los datos disponibles sujetos muchas veces a controversia. En cuanto a la desagregación que en esta información desea llegarse, hay que contemplar dos perspectivas: en primer lugar la espacial, es decir si se desea llegar a nivel de provincia o subregión; en segundo lugar la sectorial, o lo que es lo mismo, si interesa destacar dentro de la actividad en general alguna tipología turística en concreto.

Los tres factores que acabamos de comentar, selección de variables a tener en cuenta en un estudio de la coyuntura económica andaluza, información estadística disponible y precisa, y desagregación deseada de la misma, son difícilmente examinables por separado. Vamos pues, de la forma más sistemática posible, a tratar de referirlos a la realidad andaluza. Queremos advertir que en esta aproximación tendremos que introducir, sin más remedio, ciertas dosis de voluntarismo y opiniones personales ya que, como también se apuntó, en la estructuración y desarrollo de informe de coyuntura habrán de influir los que consideremos objetivos prioritarios del sector, de subjetiva apreciación en este caso. Comencemos por determinar los ámbitos espaciales y sectoriales que un informe de las características descritas puede tener para Andalucía.

Si un análisis de la coyuntura turística española puede esconder tras de sí situaciones regionales muy dispares, y de hecho así es, en el caso andaluz puede ocurrir algo similar aunque en menor grado. Es por ello que consideramos ideal, si no obtener la información base desagregada a nivel provincial que no creemos tuviera demasiado sentido, si al menos distinguir en la misma la Costa del Sol (o en su defecto la provincia de Málaga) del resto de la región. Las razones para ello son evidentes; el litoral malagueño que viene a suponer el 50% de la oferta hotelera regional y el 73% de la extrahotelera (3), tiene una tipología turística muy distinta al resto, con una problemática diferenciada, permitiendo esta separación obtener una información más profunda y veraz de las tendencias que pueda darse en el turismo andaluz.

Sin embargo puede ocurrir que la desagregación de la información interese no solamente desde la perspectiva espacial sino también desde la del sector. La actividad turística presenta formas diversas, las cuales pueden considerarse separadamente a la hora de establecer un análisis de coyuntura si esto proporciona una información más adecuada sobre el sector. La propia estructura de los datos de oferta y demanda turística ya implica la consideración de distintas tipologías turísticas. Así, por ejemplo, podríamos hablar de turismo por nacionalidades o de mayor o menor categoría (según la ocupación y la estancia media en cada tipo de establecimiento hotelero). Al margen de esto existe la posibilidad de considerar una inmensa cantidad de categorías y tipos de turismo cuyo análisis por separado en muchos casos, bien por el coste que esta diferenciación puede suponer, bien por su relativa importancia, no sería suficientemente interesante llevar a cabo. Sin embargo, se dan en nuestra opinión tres tipos de turismo, hasta ahora ignorados en su especificidad, y que merecerían incorporarse en un análisis de la coyuntura turística andaluza. Nos estamos refiriendo concretamente al turismo interior o regional, al turismo residencial y a los turismos específicos o cualificados.

En cualquiera de las informaciones disponibles sobre la demanda turística se distingue el turismo extranjero, normalmente según las diversas procedencias, y el nacional. Creemos que podría ser interesante separar dentro de este último el que procede de la región de que tiene su origen en el resto de España. La utilidad de esta distinción, aparte de profundizar más en el fenómeno turístico andaluz, estará relacionada con el interés que para los objetivos de política de la Junta pueda tener

(3) Estos últimos son cálculos aproximados.

esta tipología concreta. Es decir, en tanto que el fomento del turismo interior sea uno de los objetivos de la política turística regional (4), el seguimiento de su coyuntura presentará un mayor interés.

El llevar a cabo un seguimiento coyuntural del turismo interior exigiría un notorio esfuerzo de información dirigido no solamente a desagregar los datos sobre oferta y demanda actualmente disponibles, sino también a crear nuevas bases estadísticas sobre aspectos específicos de este turismo como pueden ser los centros de ocio de fin de semana (parques naturales, fiestas, etc...), no incluidos nunca en los informes sobre turismo.

Un control sobre los resultados de una hipotética política de fomento del turismo interior exigiría un seguimiento diferenciado del mismo en la línea que hemos expuesto con mayores o menores variaciones.

Una segunda tipología turística que a nuestro parecer podría tener seguimiento diferenciado en Andalucía es la que viene referida al turismo residencial. Es éste un fenómeno mal conocido en la región pero sin duda de trascendental importancia. Los efectos multiplicadores característicos de la actividad turística son en este caso mucho mayores, pero también se producen otros no tan claramente positivos sobre temas como la ocupación del suelo y las relaciones sociales de las zonas donde se produce este turismo (5).

Nos parecería conveniente un análisis diferenciado del turismo residencial que los cuantificara por nacionalidades, localizara, definiera sus posibles variantes, etc..., de manera que se pudieran establecer criterios de política turística sobre el mismo dentro de la región y un posible seguimiento de su evolución en el tiempo.

Por último también merecería un tratamiento especial cierto número de tipologías turísticas que podríamos llamar «específicas». Está ya bastante claro que la salida del sector turístico no sólo andaluz sino español, se encuentra en buena medida en su capacidad de especialización que a su vez viene representada por los turismos específicos. Un seguimiento de los mismos nos mostraría has-

ta qué medida y de qué forma se está realizando este objetivo.

Estos turismos específicos son principalmente aquellos relacionados con el deporte, el arte, las costumbres y la cultura en general. Su evolución puede medirse por la existencia de instalaciones, o bases naturales preparadas para su desarrollo, y el uso que de las mismas se hace. Entre las tipologías más conocidas de este modo de turismo podemos destacar:

- Turismo náutico y de puertos deportivos.
- Turismo de golf.
- Turismop de congresos y exposiciones.
- Turismo de nieve.
- Turismo histórico-artístico.
- Turismo de contacto con la naturaleza.
- Turismo cinegético.
- Turismo cultural (teatro, música, folklore,...).
- Otros turismos deportivos (tenis, natación, etc.).
- Etcétera.

Aunque alguna de estas actividades presentan ciertas dificultades para encontrar un índice adecuado que permita su seguimiento, en la mayoría bastará con conocer la capacidad total de sus instalaciones y su intensidad de uso.

Hasta ahora hemos comentado la posibilidad de diferenciar el análisis de coyuntura del turismo andaluz según la zona y según ciertas tipologías turísticas, sin embargo hemos evitado pronunciarnos sobre la diferenciación temporal o, dicho de otro modo, sobre la frecuencia que ese análisis de coyuntura por zonas y tipologías debe tener. Es evidente que la contestación a una pregunta de este tipo no es unívoca. Existirán variables, el grado de ocupación de los alojamientos e instalaciones por ejemplo, cuyo seguimiento deberá ser mensual de forma que se pueda captar tendencia y estacionalidad. Una mayoría, sin embargo, no precisará seguimientos tan continuados, bastando con calas semestrales e incluso anuales. En este caso estarían una gran cantidad de índices referidos a las tipologías turísticas que hemos comentado anteriormente como son el turismo interior, residencial o los que hemos dado en llamar específicos.

Vamos a pasar ahora a examinar cuáles serían los principales datos necesarios para llevar a cabo un análisis coyuntural del turismo andaluz co-

(4) El fomento del turismo interior como objetivo puede incluso trascender a la propia política turística, ya que puede constituir un medio para una mayor identificación cultural de la región a través de un mejor conocimiento de la misma por parte de sus habitantes. Constituye, además, un buen índice del nivel de vida.

(5) Los libros de Jurdao Arroes sobre el municipio de Mijas, «España en venta» y «Las corporaciones municipales en la democracia», nos descubren la complejidad e importancia de esta tipología turística.

mentando (su accesibilidad real) las posibilidades de obtención de los mismos.

En las páginas siguientes se incluye un cuadro-propuesta de los datos que bajo nuestro criterio serían precisos para elaborar un análisis de la coyuntura turística andaluza tal como ha sido concebida con anterioridad. Vamos antes de pasar a comentarlo a hacer dos consideraciones fundamentales. En primer lugar que no se trata de un cuadro «cerrado» sino de una propuesta entre las varias que podían haberse hecho en la que se ha tratado de llegar a un compromiso entre la información disponible y la realmente deseada. La segunda consideración se centra en que debemos examinar al «cuadro» en sí, con las modificaciones que es pertinente introducirle, como un proyecto; es decir, como algo a conseguir en un determinado período de tiempo, en cierto sentido

es una maquinaria a poner en marcha para el seguimiento del turismo andaluz.

El cuadro se ha dividido en tres grupos de indicadores: de oferta, de demanda y otras variables turísticas. Esta división, bastante convencional de otro lado, no tiene otro fin que tratar de sistematizar los diversos indicadores sin que por ello se entre a prejuzgar en la conveniencia de que en ciertas parcelas de la actividad turística se analice la oferta y la demanda conjuntamente.

Datos de oferta.

Se divide a su vez en alojamientos, oferta complementaria y oferta de turismos específicos. Dentro de alojamientos los puntos 1.1., 1.5. y 1.6. no han de presentar dificultades en su elaboración ya que corresponden a los datos que normalmente publica

CUADRO DE INDICADORES DE COYUNTURA TURISTICA PARA ANDALUCIA

A. Datos de Oferta.

1. Alojamientos.

- 1.1. Establecimientos y plazas hoteleras.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 1.2. Apartamentos, villas y similares de explotación turística.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 1.3. Apartamentos, villas y similares de uso turístico.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 1.4. Acampamentos turísticos.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 1.5. Otros alojamientos.

2. Oferta complementaria.

- 2.1. Restaurantes.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 2.2. Cafetería y bares.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 2.3. Salas de fiestas y discotecas.
 - Distribución por categorías, zonas y meses.
- 2.4. Agencias de viajes.
 - Distribución por categorías y zonas.
- 2.5. Otras instalaciones complementarias.

3. Oferta de turismos específicos.

- 3.1. Instalaciones deportivas de uso turístico.
 - Localización, número, capacidad y categoría.

3.2. Otras ofertas para turismos específicos.

- Localización y categoría.

B. Datos sobre la Demanda.

1. Visitantes.

- 1.1. Diferenciación por nacionalidades, meses y zonas.
- 1.2. Participación del turismo interior por meses y zonas.
- 1.3. Visitantes según el modo de acceso.

2. Demanda de alojamientos.

2.1. Establecimientos hoteleros.

- Grado de ocupación por zonas, categorías, meses y nacionalidades.
- Estancias medias por zonas, categorías, meses y nacionalidades.
- Estacionalidad por zonas, categorías, meses y nacionalidades.

2.2. Apartamentos, villas y similares de explotación turística.

- Grado de ocupación por zonas, categorías, meses y nacionalidades.
- Estancias medias por zonas, categorías, meses y nacionalidades.
- Estacionalidad por zonas, categorías, meses y nacionalidades.

2.3. Acampamentos turísticos.

- Grado de ocupación por zonas, categorías, meses y nacionalidades.
- Estancias medias por zonas, categorías, meses y nacionalidades.
- Estacionalidad por zonas, categorías, meses y nacionalidad.

3. Demanda de turismos específicos.

- 3.1. Grado de uso de las instalaciones deportivas según el tipo de turismo, zonas, nacionalidad de los demandantes, categoría, meses y otras variables representativa.
- 3.2. Volumen de la demanda en otros turismos específicos. Número de usuarios por nacionalidades, tipologías, meses y otras variables representativas.

C. Otras variables turísticas.

1. Gastos medios de los turistas por zonas, nacionalidades, modo de alojamiento, meses y destino de los mismos.
2. Indicadores de precios turísticos según estratos de demanda.
3. Índices de poder adquisitivo de las monedas de los principales países demandantes.
4. Relación de competitividad de los precios turísticos.
5. Índice de expectativas turísticas. Licencias de construcción para uso potencialmente turístico en los municipios que tengan tal calificación.

el I.N.I. (Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos) y el Ministerio (Estadísticas de Turismo). Su desglose por zonas exigirá una cierta elaboración a nivel regional que no deberá presentar grandes dificultades.

El resto de la información, que corresponde a los alojamientos extrahoteleros, exige sin embargo

un serio esfuerzo de elaboración y depuración. Dentro de los apartamentos, villas y similares se han distinguido los de explotación turística de los de uso turístico. Los primeros son aquellos que de algún modo se ofrece en alquiler al turismo ya sea mediante los canales convencionales (agencias, inmobiliarias, etc.) o de un modo más o menos in-

formal (periódicos, amigos, porteros, etc.). Los segundos son aquellos que aún teniendo uso turístico (vacaciones o residencia laboralmente no activa) no entran dentro del juego de la oferta y demanda turística (6). Se trataría de lo que suele denominarse segunda residencia. Llegar a estos grados de diferenciación exige una labor previa de inventario bastante ardua. Las estadísticas oficiales de apartamentos no son en absoluto significativas ofreciendo cifras muy inferiores a las reales. Habría que partir, pues, de un inventario de la oferta extrahotelera, al menos en las zonas turísticas, que habría luego que clasificar por tipos y categorías, así como arbitrar un modo de detectar las posibles variaciones que en cada una de ellas se diese.

Las dificultades en diferenciar ambos tipos de alojamientos pueden obligar en una primera fase a un tratamiento conjunto de ambos.

La oferta complementaria viene referida a los servicios turísticos anejos al alojamiento, principalmente comidas, bebidas y diversiones. Los datos aquí también son proporcionados por las «estadísticas de turismo», aunque para su desglose por meses habría que acudir a la información base. El problema aquí se presenta sin embargo en el orden metodológico ya que las variaciones en este tipo de instalaciones se deben no solamente a variaciones en la tendencia de la coyuntura turística, sino también a factores de dimensión y crecimiento urbano, así como a los cambios que puedan producirse en la renta disponible de los habitantes del lugar. Habría, pues, que tener en cuenta estas circunstancias a la hora de interpretar los valores, y los cambios que se produzcan en los mismos, de las variables antedichas.

Sobre indicadores de la oferta de turismo específicos se puede decir que no existe desde el punto de vista estadístico prácticamente nada. Habría que comenzar definiendo conceptualmente cada tipología turística y elaborando el índice o índices que van a representar la oferta de la misma. Esto no es una tarea fácil en absoluto ya que sobre muchos de ellos existe absoluta falta de información así como de criterios clasificatorios (7).

Datos sobre la demanda.

Los indicadores para el análisis de la coyuntura por parte de la demanda están agrupados en

(6) Hay que tener siempre en cuenta que la proporción entre unos y otros viene determinada también por la intensidad de la demanda turística de la zona (niveles de precios de alquiler).

(7) Los puertos deportivos es un buen ejemplo de ello.

tres categorías, visitantes, alojamientos y demandas de turismo específicos, siguiendo una estructura similar a la oferta.

En cuanto a los visitantes, los datos disponibles aún siendo escasos pueden permitir una cierta aproximación tanto en lo referido a nacionalidades, meses y zonas como al modo de acceso (8): La mayor dificultad estribaría en cuantificar los turistas que tienen la relación origen-destino dentro de la región; es decir, el turismo interior. Esto sólo podría resolverse mediante trabajo de campo al respecto que se repitiesen con una frecuencia determinada.

En cuanto a la demanda de alojamientos y de turismo específicos, poco se puede decir aparte de lo señalado ya para la oferta. Tan sólo para establecimientos hoteleros y acampamentos existe información suficiente, aunque de calidad discutible, el resto es algo completamente por hacer.

Otras variables turísticas.

Es este un apartado especialmente «abierto» a incorporar nuevos indicadores, que recoge aquellas variables que pueden ser interesantes para un seguimiento de la coyuntura turística no relacionadas directamente con la oferta y demanda del sector.

El primer indicador que se recoge es el de los gastos medios de los turistas según una serie de variables como son la zona, nacionalidad, modos de alojamiento, mes y empleo de dichos gastos. Esta información solamente puede obtenerse mediante encuesta, aunque es cada vez más frecuente disponer de ella. No se ha incluido como indicador a obtener los ingresos en divisas por ser éste un dato de difícil percepción a nivel regional, pudiéndose, no obstante, obtener una aproximación al mismo a partir de los gastos medios por turista conociendo la distribución de éstos por nacionalidades.

El segundo indicador es la elaboración de un índice de precios turísticos según los estratos de demanda. El «precio turístico» lo podemos considerar compuesto por dos elementos distintos. Uno de ellos el precio de los servicios turísticos que tradicionalmente viene compuesto por alojamiento, viaje y «factor» (9). Son los precios que realmente dependen del sector, de su mejor o peor or-

(8) La Delegación de Turismo de Málaga ha venido publicando con respecto a la Costa del Sol buena parte de estos datos.

(9) Dentro de «factor» se incluyen el servicio de guías, desplazamiento entre aeropuerto y alojamiento, supuestos y beneficios.

ganización, que repercutirá en su productividad y en la relación entre el precio pagado y la calidad de servicio ofrecida. El otro componente del precio turístico será el propio nivel de precios de la zona. El turismo es un bien consumido «in situ» y el turista no solamente compra servicios turísticos sino también cualquier otro bien que necesite para su vida cotidiana y que podrá ir desde los artículos alimentarios a los servicios telefónicos. Así pues el precio turístico (P_T) tendrá dos componentes bien diferenciados; uno el precio de los servicios propiamente turísticos (P_s) y otro el de los bienes y servicios comunes que los turistas consumen en la zona (P_c).

Análiticamente los expresaríamos así $P_T = aP_s + bP_c$. Ahora bien, según los estratos de renta de los turistas a y b tomarán valores distintos ya que para una renta baja el nivel de los precios de los servicios turísticos tendrá mayor importancia que el resto, mientras que a mayores niveles de gasto, el segundo componente ejercerá mayor influencia. No obstante, es evidente que existirá una relación directa entre el nivel de los precios netamente turísticos y el nivel general de precios de la zona.

Conociendo el nivel de gastos de los distintos estratos turísticos y la composición de los mismos, podría elaborarse unos índices de precios turísticos por categorías (dos o tres a lo sumo), seguir la evolución de los mismos y sus repercusiones sobre la demanda.

Estos índices a su vez podrían relacionarse también con el tercero de los indicadores apuntados en el cuadro: los índices de poder adquisitivo de las monedas de los países demandantes. Para ello, se podría utilizar los calculados por el Instituto Español de Turismo, para la nación en general, corrigiéndolos en las diferencias entre el nivel de precios (turísticos y generales) nacional y de las zonas que consideramos dentro de Andalucía.

El cuarto indicador es el de cálculo más complicado, pues se trataría de comparar los distintos niveles de precios turísticos andaluces con los de otras regiones españolas y con otros países competidores. Para ello sería preciso disponer, o poder

calcular, estos índices en dichas zonas y naciones lo que no será posible en todos los casos, al menos que se consiga una cierta normalización estadística al respecto.

Por último, hemos incluido un quinto índice referente a las expectativas turísticas, de gran importancia a nuestro parecer en cualquier informe de coyuntura, y que se concretaría en las licencias de construcción concedidas en los municipios turísticos. Somos conscientes de que sobre esta variable influyen otros elementos como la cantidad de suelo calificado, la dimensión del mercado especulativo de la zona, la actitud del poder municipal, etc.; sin embargo creemos que en una serie temporal suficientemente larga puede actuar como buen indicador de la tendencia de la actividad turística en cada zona.

CONSIDERACIONES FINALES.

No quisiéramos terminar este breve repaso a lo que podría ser una guía para un análisis de la coyuntura turística dentro de la región andaluza, sin hacer de nuevo hincapié en dos ideas fundamentales ya apuntadas. En primer lugar que estamos ante un proyecto que, a pesar de haber sido diseñado a ciertos niveles de concreción, necesita ser contrastado. De otro lado es fundamental recordar que la tarea principal de la política económica regional deberá centrarse en los problemas estructurales, en este caso del turismo, de Andalucía. No debemos olvidar que éstos cuya descripción y análisis dejamos para otra ocasión, son abundantes y en ocasiones mal conocidos, pudiendo servir los análisis de coyuntura en buena medida como índices de efectividad de las políticas correctoras de los mismos.

Es en muchas ocasiones descorazonador en cada paso que se da para intentar desentrañar y resolver la problemática regional andaluza, el ver lo lejos que se está de poder ofrecer respuestas definitivas a la mayoría de las cuestiones que se presentan. Sin embargo es bueno siempre recordar que es en este lento caminar donde podemos encontrar las más certeras soluciones.