

El potencial económico del ecoturismo en las áreas de montaña. (*)¹

Elies Furió-i-Blasco.

Université Jean Moulin – Lyon 3.

6 cours Albert Thomas

69008 Lyon. Francia

furio@univ-lyon3.fr

¹ Versión preliminar.

INTRODUCTION.

El potencial económico engloba los factores que pueden contribuir al desarrollo de una empresa, una actividad o un territorio (país, región, localidad). Tales factores son los recursos materiales propios a cada instancia como también los que ofrece el entorno. En principio, resulta difícil establecer una relación de los mismos que permita alcanzar la unanimidad dentro de la literatura. Si estableciésemos una lista, siempre podríamos encontrar algún ejemplo que la desmienta bien porque se ha alcanzado el desarrollo con la ausencia de una buena parte de ellos o gracias a la intervención de un factor insospechado. También, la realidad nos puede mostrar ejemplos en que la confluencia de todos nuestros factores no permitió alcanzar un crecimiento o un desarrollo significativo, cuando no contribuyó a empeorar la situación. No existe pues, como dijo Hirschman (1958), un *primum mobile*. Ello significa que, en principio, la aparición de una nueva actividad, el turismo en nuestro caso, no garantiza el desarrollo o el crecimiento bajo sus diferentes concepciones y modalidades.

No obstante, esto no quiere decir que no sea posible establecer algunas consideraciones analíticas sobre el potencial económico del ecoturismo en las áreas de montaña. Esto exige, en nuestro caso, abordar tras cuestiones conceptuales: a) el potencial económico, b) el ecoturismo, c) las áreas de montaña.

A continuación vamos a intentar establecer una interpretación particular a cada una de ellas. Es decir, se entenderá el ecoturismo como una modalidad de turismo; las áreas de montaña serán consideradas como un territorio con unas características socioeconómicas y unas problemáticas particulares; por último, el potencial económico se considerará como la capacidad de crecimiento y desarrollo que una actividad productiva—el ecoturismo— es capaz de inducir en un territorio —las áreas de montaña. Por otra parte, el estudio que sigue presenta un elevado contenido analítico. Sin embargo, se irán introduciendo matizaciones y precisiones a partir de casos concretos o de investigaciones empíricas basadas en experiencias y casos concretos.

El potencial económico varía de un territorio a otro, de una actividad productiva a otras. Steiner (1986) explica las diferencias de potencial económico regional a partir de una reformulación de la teoría del ciclo del producto. En su opinión, es posible probar la hipótesis de que existen tipos de regiones —o territorios— que pueden describirse mediante ciertas combinaciones de elementos que corresponden a ciertas etapas del ciclo del producto y que contienen ciertas características territoriales (Steiner, 1986, p. 198). Las características

territoriales incluyen los factores culturales, económicos, espaciales, institucionales, medioambientales y sociales (Furió, 1996a).

Cuanto sigue explora esta hipótesis de interacción entre el producto (y el ciclo de vida del producto) y las características territoriales. El trabajo se dividirá en dos partes: en primer lugar, se presentaran brevemente algunas características generales de las áreas de montaña. Posteriormente, se presentará una definición de ecoturismo y se abordan algunas características distintivas del turismo y del ecoturismo. En tercer lugar, se estudias los impactos económicos del turismo, en general, y del ecoturismo en el contexto de las áreas de montaña, en particular. Finalmente, se establecen las principales conclusiones del análisis realizado.

ÁREAS DE MONTAÑA Y ECOTURISMO: DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN.

LAS ÁREAS DE MONTAÑA.

Una de las principales características de las áreas de montaña es estrictamente demográfica. Se trata de zonas que sufren de un fuerte declive demográfico y que presentan bajas densidades de población. Esta situación demográfica implica, por una parte, la existencia de un mercado de muy reducida dimensión que no alcanza el nivel mínimo justificativo de la presencia de muchas actividades y, por otra parte, un mercado de trabajo poco extenso y escasamente diversificado.

Desde el punto de vista productivo, las actividades económicas presentes en las áreas de montaña son principalmente la agricultura, la ganadería, la selvicultura, así como algunas actividades artesanales en las poblaciones, la producción hidroeléctrica, ciertas actividades industriales en los valles, las actividades comerciales y de servicios, y el turismo.

Pero estas actividades son muy generalmente de pequeña dimensión dadas las elevadas dificultades a las cuales se enfrentan, principalmente la reducida extensión de su mercado y a las dificultades de accesibilidad. Así la agricultura y la ganadería se enfrentan a fuertes dificultades debidas a las condiciones naturales –pobreza del suelo, dureza del clima, junto a las dificultades de comunicación y a los problemas de accesibilidad-. Por esta razón, las áreas montañosas han sido especialmente afectadas por el éxodo rural, el declive demográfico, el envejecimiento de la población y el fuerte desequilibrio demográfico. El despoblamiento y la ruptura de la autarquía alimenticia tradicional por los medios de transportes han conducido al abandono de tierras de cultivo.

En este contexto, una serie de nuevas actividades, especialmente el turismo, han sido consideradas como susceptibles de modificar esta tendencia. Sin embargo, a pesar de la extensa superficie que, en conjunto, ocupan las áreas de montaña, los desarrollos turísticos en las mismas presentan una significativa concentración. Esta concentración conlleva una fuerte competencia en los espacios susceptibles de propiciar un desarrollo turístico y un desequilibrio entre las áreas de montaña: zonas de montaña dinamizadas turísticamente y zonas de montaña carentes de un desarrollo turístico.

Por otra parte, existen diferencias significativas entre las zonas de montaña con un desarrollo turístico. Sin agotar todas las variables, estas diferencias dependen, en primer lugar, de la modalidad turística (turismo de montaña, de nieve, ...); en segundo lugar, de la magnitud del desarrollo turístico (pequeña dimensión, desarrollo masificado, ...); en tercer lugar, de las características diferenciales del desarrollo turístico (modalidad de alojamiento, ...)

A la hora de tener en cuenta el potencial económico del ecoturismo en las áreas de montaña conviene tener en cuenta las diferentes características de las mismas y especialmente dos: por una parte, en un sentido general, la ausencia de una competencia por el espacio; y, por otra parte, el grado de desarrollo relativo y algunas características básicas de la población y de la economía, como por ejemplo el nivel de envejecimiento demográfico.

* * *

Tras la presentación de algunas de las características fundamentales de las áreas de montaña, vamos a pasar a tratar la segunda cuestión: una definición y una caracterización del ecoturismo.

TURISMO Y ECOTURISMO.

Antes de proceder a presentar analizar el contenido del ecoturismo, conviene presentar una serie de características básicas del turismo.

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DEL TURISMO.

Entre las características económicas del turismo que conviene retener para valorar el potencial económico del mismo, cabe destacar las siguientes:

- 1) El turismo es una actividad de exportación invisible. El consumo turístico acontece en el lugar donde se realiza la producción turística; y, en muchos casos, consumo y producción tienen lugar al mismo tiempo.

- 2) El turismo es un producto fragmentado, integrado con muchos otros sectores de la economía, lo cual da lugar a significativos efectos indirectos. Así pues, el turismo requiere de una serie de mercancías y de servicios anexos.
- 3) Los ingresos turísticos, sobre todo en el ámbito internacional, son relativamente inestables. Estos ingresos están sujetos a variaciones en las fuerzas económicas exteriores, a la naturaleza heterogénea de las motivaciones turísticas y de las expectativas de los turistas. El turismo es una actividad con una significativa elasticidad demanda ingresos y precios en términos de modalidad turística y de destino turístico. Todo ello da lugar a una sensibilidad en los niveles de fidelidad del cliente al destino, a la forma de viaje, al alojamiento y a la intermediación.
- 4) El producto turístico no es almacenable. Por este motivo, el carácter temporal de la demanda ocasiona una temporalidad en la producción. El patrón cíclico de la demanda turística tiene importantes repercusiones en el potencial económico –ingresos y empleo- del turismo.

DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL ECOTURISMO.

La utilización más o menos extendida del término ecoturismo aparece a partir de los años ochenta (Richardson, 1993)². Su utilización es, en parte, el resultado del reconocimiento de los impactos negativos del turismo de masas sobre el medio ambiente³ y, en parte, el reconocimiento de las ciencias sociales de la necesidad de integrar el medio ambiente en sus análisis(Furió, 1996b)⁴. Además, el interés por el ecoturismo se debe a una mayor motivación de la población por el medio ambiente y al reconocimiento de la necesidad de conservar la calidad del medio ambiente natural (Orams, 2000)⁵.

El hecho de que muchas actividades turísticas y de ocio se basen o incorporen aspectos relativos al medio ambiente natural no es nuevo. Existe una diversidad de apelativos y

² Richardson, J. (1993): *Ecotourism and Nature Based Holidays*, Simon and Schuster, Australia.

³ OCDE (1980): *L'impact du tourisme sur l'environnement*, OCDE, París ; Valentine, P.S. (1992) : "Ecotourism and Nature Conservation : a Definition with some Recent Development in Micronesia", *Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers*, pp. 4-9.

⁴ Georgescu-Roegen, N. (1971) *The Entropy Law and the Economic Process*. Cambridge (Mass.), Harvard University Press; Meadows, D.L. (1972): *Los límites del crecimiento. Informe al Club de Roma sobre el predicamento de la Humanidad*, F.C.E., México, 1988.

⁵ Orams, M.B. (2000): "Towards a more Desirable Forme of Ecotourism", in Ryan, Ch. & Page, Stephen (eds.) (2000): *Tourism Management. Towards the New Millennium*, Pergamon, Oxford, Cap. 20, pp. 315-23.

denominaciones para referirse a las diferentes modalidades de turismo que presentan una claras interacciones con el medio ambiente. Por una parte, con la utilización de estas diversas denominaciones se persigue el objetivo de minimizar o eliminar los impactos negativos sobre el medio ambiente del turismo (Richardson, 1993). No obstante, la utilización específica del término *ecoturismo* puede considerarse, ante todo, como una reacción en contra de las formas más tradicionales de turismo de masas.

En este contexto, para Wight⁶, el ecoturismo está siendo utilizado para tomar posiciones en un mercado económico. En este sentido, el ecoturismo no sería más que un nuevo mercado, o un mero anuncio publicitario de los atractivos turísticos existentes para conseguir un aumento del tamaño del mercado (o una posición diferenciada en el mercado turístico). Así durante los últimos años, se ha asistido, en el ámbito turístico, a una proliferación de modalidades turísticas que incorporan el prefijo *eco*: ecotour, ecovacaciones, aventuras ecológicas, ecocrucero, ecosafari, ecoexpedición o, simplemente, ecoturismo. Esta inflación de términos exige una mayor precisión en la definición del *ecoturismo*.

Miller y Kaae (1993) consideran que la diversidad de definiciones y las connotaciones asociadas al término de ecoturismo, lejos de referirse a aspectos distintos, son más bien un continuo⁷. Así, en su opinión, el paradigma del ecoturismo está formado por dos extremos opuestos: en uno de ellos, se encuentran todas las formas de turismo que tienen un impacto negativo sobre el medio ambiente: un extremo se caracteriza porque el ecoturismo es inexistente, pues todas las modalidades turísticas tienen un impacto negativo sobre el medio ambiente. En el otro extremo, el comportamiento humano aparece como carente de responsabilidad en lo que se refiere a los impactos sobre el medio ambiente. En este caso, no existe ninguna diferencia entre el medio ambiente natural y el medio ambiente construido por la acción del hombre; por esta razón, aquí todo el turismo es “necesariamente” ecoturismo. En definitiva, para Orams (2000), las definiciones de ecoturismo pueden ser clasificadas en función de su posición más o menos cercana a un extremo u otro de la responsabilidad humana en la generación de impactos negativos.

Para Zell⁸ el ecoturismo es una forma de turismo ecológicamente responsable. Mullin⁹ lo considera como un turismo sensible al medio ambiente. Y, para Figgis¹⁰, el ecoturismo

⁶ Wight, P. (1993): “Ecotourism: Ethics or Eco-sell?”, *Journal of Travel Research*, 31(3), pp. 3-9.

⁷ Miller, M.L. & Kaae, B.C. (1993): “Coastal and Marine Ecotourism: a Formula for Sustainable Development?”, *Trends*, 30, pp. 35-41.

⁸ Zell, L. (1992): “Ecotourism of the Future –the Vicarious Experience”, *Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers*, pp. 30-5.

⁹ Mullin, S. (1992): “Wilderness Access for Persons with Disability: a Discussion”, *Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers*, pp. 20-5.

¹⁰ Figgis, P. (1993): “Eco-tourism: Special Interest of Major Direction”, *Habitat Australia*, February, pp. 8-11.

puede evitar los impactos negativos y, sobre todo, el deterioro del medio ambiente natural. Según Orams (2000), estas definiciones pueden considerarse como pasivas, pues se sitúan en el extremo de baja responsabilidad humana.

Por el contrario, es posible encontrar una serie de definiciones de ecoturismo que, de acuerdo con el criterio establecido por Orams (2000), puede considerarse como activas. Así, para Valentine (1992), el ecoturismo puede ser considerado como una forma o una modalidad restringida de turismo en la que se dan las siguientes circunstancias: a) es un turismo que ocasiona una reducida distorsión de las áreas naturales; b) no es perjudicial ni provoca una degradación; c) contribuye a la protección continua y a la gestión de las áreas protegidas; y d) está sujeto a un adecuado régimen de control. Se trata de una definición que exige que el ecoturista tenga un papel activo y de responsabilidad y que contribuya al mantenimiento de la calidad del medio ambiente natural.

Por su parte, para Ziffer (1989)¹¹, el ecoturista practica un uso no consumista de los recursos naturales y contribuye, entre otros, a la financiación de las actividades necesarias para la conservación del área turística. Y, por otra parte, para Miller y Kaae (1993), los méritos y deficiencias del ecoturismo se encuentran en la calidad de la intensidad y la especificidad de los impactos medioambientales y sociales de la actividad humana sobre el sistema ecológico. Orams (2000) considera que el ecoturismo se caracteriza por ser una modalidad turística que se basa en el medio ambiente natural y que busca minimizar los impactos negativos sobre el mismo. Sin embargo, algunas definiciones de ecoturismo consideran que éste puede ir más allá de la mera minimización de los impactos. Consideran que también pueden contribuir a la mejora de la calidad de los atractivos naturales existentes en los destinos turísticos. Probablemente, se encuentra aquí uno de los mayores desafíos del ecoturismo de las actividades del ecoturismo: propiciar una evolución desde una posición pasiva a otra mucho más activa que contribuya a la sostenibilidad de los atractivos naturales.

De acuerdo con el documento conceptual preparado por la OMT-PNUMA, para el año internacional del ecoturismo, aunque no se cuenta con una definición universal del ecoturismo, sus características generales pueden resumirse así:

- (1) Toda forma de turismo basada en la naturaleza, en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales. Una motivación que incorpora elementos educacionales.

¹¹ Ziffer, K. (1989): *Ecotourism, an Uneasy Alliance*, Working Paper N° 1, Conservation International and Ernst and Young, Washington, D.C.

- (2) Generalmente, aunque no exclusivamente, el ecoturismo está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas, pequeñas y de propiedad local. Pero también participan, en la organización de este producto, los operadores internacionales. Se trata de un producto, más o menos acabado, destinado a grupos reducidos.

El hecho que se trate de un producto previamente elaborado en la práctica totalidad de sus componentes no entra en contradicción, en modo alguno, con la definición y características del ecoturismo. Para que se garantice, en la mayor medida posible, la protección y sostenibilidad del medio ambiente, es necesaria una planificación estricta y completa de las actividades turísticas a realizar en el destino turístico por parte de los turistas. Es la planificación medioambiental la que obliga, en cierto modo, a una estandarización completa del producto¹².

El ecoturismo es una actividad económica que puede facilitar una recompensa económica a la preservación del sistema natural. Pero también puede provocar la destrucción de los recursos naturales en los que se basa y generar una ruptura de los procesos naturales del medio ambiente.

El incremento en el número de visitantes de un área natural es una de las variables que pueden ocasionar un impacto negativo. Así muchos destinos ecoturistas han sufrido amplios impactos como consecuencia del aumento en el número de visitantes¹³. Así, el ecoturismo, como cualquier otra forma de turismo, puede generar impactos negativos y, por tanto, también requiere el establecimiento de mecanismos de gestión¹⁴.

- (3) Por una parte, el ecoturismo procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y socio-cultural. Por otra parte, busca contribuir activamente a la protección de las zonas naturales por medio de a) la generación de beneficios económicos para las comunidades organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas; b) la

¹² Hay que tener en cuenta que, en principio, no existe una relación exclusiva entre estandarización del producto y consumo de masas. Cuando nos encontramos con esta relación, el criterio básico es la búsqueda de las economías de escala para reducir los costes de producción y aumentar los beneficios. Por el contrario, la estandarización del ecoturismo persigue la sostenibilidad medioambiental.

¹³ Véanse, Olinda, P. (1991): "The Old Man of Nature Tourism: Keyna", in Whelan, T. (1991): *Nature Tourism – Managing for the Environment*, Island Press, Washington, D.C., pp. 23-8; Kenchington, R. A. (1989): "Tourism in the Galapagos islands: the dilemma of conservation", *Environmental Conservation*, 16(3), pp. 227-32. Dearden, P. and Harron, S. (1992): "Tourism and the Hill-tribes of Thailand", in Weiler, B. & Hall, C.M. (ed.) (1992): *Special Interest Tourism*, Belhaven Press, London, pp. 96-104.

¹⁴ Boyd, S.W. & Butler, R.W. (2000): "Managing Ecotourism: an Opportunity Spectrum Approach", in Ryan, Ch. & Page, Stephen (eds.) (2000): *Tourism Management. Towards the New Millennium*, Pergamon, Oxford, Cap. 22, pp. 337-51.

oferta de oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales; c) del incremento de la concienciación sobre la conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

No obstante, como el propio documento de la OMT-PNUMA reconoce abiertamente, el ecoturismo comporta algunos problemas con la mayor parte de los desarrollos turísticos y con muchas de las políticas de conservación del medio ambiente. Entre estos problemas se encuentran los relativos a) a la tenencia de la tierra y el control del proceso de desarrollo del ecoturismo por parte de las comunidades locales; b) la eficiencia y la adecuación del concepto actual de zonas protegidas por razón de su diversidad biológica o cultural; c) la necesidad de mayores precauciones y vigilancia en las actuaciones en zonas especialmente vulnerables; los derechos indígenas y tradicionales en zonas aptas para el desarrollo del ecoturismo.

Debe distinguirse claramente entre ecoturismo y desarrollo sostenible: el concepto de ecoturismo se refiere a un segmento dentro del sector turístico, en tanto que los principios de sostenibilidad deben aplicarse a toda forma de actividad, gestión, empresa y proyecto de turismo, tanto convencional como alternativa. Los principios del turismo sostenible imponen una gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida.

* * *

Tras la presentación de las características de las áreas de montaña y del ecoturismo, podemos analizar los impactos económicos del turismo. Este será el objeto de los próximos apartados. Nuestro análisis partirá de un examen general del potencial económico del turismo, para aplicarlo, posteriormente, al ecoturismo en un contexto de áreas de montaña.

POTENCIAL ECONÓMICO DEL TURISMO

EL POTENCIAL ECONÓMICO.

Tras establecer algunas características del ecoturismo desde el punto de vista del producto y del mercado turístico, a continuación se analizará el potencial económico del ecoturismo en las zonas de montaña. Este análisis implica interrogarse acerca de la

contribución que el ecoturismo –como modalidad turística- puede tener al desarrollo económico de las áreas de montaña –una modalidad específica de territorio.

En la medida que se trata de una reflexión sobre el crecimiento y el desarrollo económico, el punto de partida será establecer algunas consideraciones previas sobre los factores y mecanismos que la literatura reconoce como determinantes del desarrollo y del crecimiento económico¹⁵.

MECANISMOS Y FACTORES DEL POTENCIAL ECONÓMICO DE UN TERRITORIO.

La literatura sobre el crecimiento y el desarrollo económico han experimentado una fuerte renovación durante los últimos 30 años. De hecho, el crecimiento y el desarrollo han vuelto a estar en la agenda de investigación de científicos sociales, especialmente de los economistas. Este retorno de las problemáticas del crecimiento y del desarrollo responde a diversas causas tanto teóricas como vinculadas con el comportamiento de la realidad (Furió, 1996,a).

Esta renovación, en principio, puede caracterizarse por dos aspectos:

- el crecimiento y el desarrollo no sería el resultado estricto del aumento de la demanda, sino de las condiciones de la oferta y de la producción.
Esto no significa que el comportamiento de la demanda no sea importante. Significa simplemente reconocer que, en un mundo globalizado en el que los mercados están estrechamente interpenetrados y en el que la demanda es de crecimiento suave, la competencia se ha agudizado y la demanda disponible será satisfecha por los productores mejor posicionados.
- Dada la importancia de los factores de producción a la hora de explicar el distinto posicionamiento de los territorios en los mercados, es lógico pensar que los factores determinantes del crecimiento y del desarrollo son internos a los territorios. Esto es, el crecimiento y del desarrollo no vendrá fundamentalmente determinado por factores externos. Estos pueden contribuir positiva o negativamente al desarrollo económico, pero la fuente última del crecimiento-desarrollo se encuentra en los factores internos: por este motivo se habla de crecimiento endógeno, desarrollo endógeno o desarrollo territorial.

¹⁵ Esta manera de proceder no significa obviar el análisis del significado del desarrollo económico y del crecimiento, sino simplemente abordar la cuestión de un modo indirecto e implícito. Esto permite evitar algunos puntos de discusión que, aunque importantes, desviarían la atención del eje básico de la discusión.

LAS FUENTES ENDÓGENAS DEL CRECIMIENTO Y DESARROLLO Y EL ECOTURISMO.

En 1958, Hirschman decía que “el estudio intensivo del problema del desarrollo económico ha tenido un resultado desalentador: ha producido una lista infinita de factores y condiciones, de obstáculos y prerrequisitos. La investigación ha ido de fenómenos objetivos, tangibles y cuantitativos a más y más fenómenos subjetivos, intangibles e incuantificables.” Durante bastante tiempo, cuando se tomaban en consideración las posibilidades para el desarrollo de un área, los recursos naturales constituyeron el centro de atención. Más tarde se consideró que el capital era el agente principal del desarrollo. En muchas partes sigue pensándose que el desarrollo podría llegar gracias a la ayuda o al capital exterior. Pero, esta convicción en la importancia estratégica del capital, parcialmente, se ha renovado con el énfasis actual en el capital público. También se ha considerado la oferta de empresarios y administradores con una de las causas posibles. Por otra parte, la inversión en la formación humana se ha considerado como un factor productivo y de introducción y de mejoras técnicas. También la necesidad de estándares mínimos en el orden público, de observación de leyes y administración pública han sido considerados como factores de desarrollo, junto con las creencias, actitudes, sistemas de valores, climas de la opinión y propensiones que ejercen una influencia favorable sobre la generación de espíritu de empresa y de iniciativas de desarrollo¹⁶.

Así pues, si bien mientras en un principio nos podemos sentir desalentados por la larga lista de recursos y circunstancias indispensables para el desarrollo económico, a la luz de la experiencia acumulada es posible pensar que estos recursos y circunstancias no son tan escasos ni tan difíciles de conseguir, *desde luego bajo la condición de que el propio desarrollo económico empiece a manifestarse primero*. En otros términos, este enfoque nos permite entender que el desarrollo no depende tanto de saber encontrar las combinaciones óptimas de recursos y factores de producción dados como de conseguir, para propósitos de desarrollo, aquellos recursos y capacidades que se encuentran ocultos, diseminados o mal utilizados (Hirschman, 1958).

Este tipo de consideración es particularmente interesante, pues una característica básica de los desarrollos turísticos es el aprovechamiento para usos turísticos de unos recursos –los atractivos turísticos naturales- ya existentes. Recursos existentes que se encuentran inutilizados

¹⁶ Cuando se empezó a comprender que el atraso económico no se puede explicar en términos de una ausencia o escasez manifiesta de este o aquel tipo humano o factor de producción, se volvió la atención sobre las actitudes y el sistema de valores que pudieran favorecer o inhibir el surgimiento de las actividades y personalidades requeridas. Sin embargo, cuando se exponía cualquier teoría que considerara que un sistema de valores dado era el *prerrequisito* del desarrollo, se la podía criticar con éxito sobre bases empíricas: el desarrollo se había presentado en alguna parte sin necesidad del prerrequisito. Es más, también diferentes teorías se neutralizan unas a otras.

o, simplemente, infrautilizados. Ciertamente, la utilización para finalidades turísticas de estos recursos y de otros que se encuentran inutilizados exige la realización de acciones adicionales y, consiguientemente, la utilización de otros factores y recursos, más o menos, disponibles. En este sentido, el desarrollo turístico actúa como factor de movilización de recursos y actividades; y puede convertirse en un importante mecanismo de inducción del desarrollo.

En otros términos, bajo ciertas condiciones, los recursos y los factores de producción están latentes y disponibles, en lugar de ser escaso o de no existir. Esto significa que, en lugar de ahorrar factores escasos como el capital o el espíritu de empresa, el enfoque de Hirschman nos lleva a la búsqueda de *presiones* y de *mecanismos de inducción* que atraerán y movilizarán el mayor monto posible de estos recursos. Se trata de poner en marcha proyectos que aceleren el paso. Si el turismo es susceptible de acelerar la puesta en marcha de dichos proyectos será, en principio, por su elevado potencial económico (*infra*).

La formulación del problema del desarrollo presta particular atención al hecho de que el uso de diferentes recursos económicos tiene repercusiones o efectos de retroalimentación sobre las existencias disponibles de estos recursos. Esta característica puede ser rápidamente reconocida en el caso del turismo por la existencia de importantes efectos intersectoriales (*infra*).

Una característica básica de esta formulación es que no se trata de la falta de uno o de varios factores o elementos necesario (capital, educación, etc.) que deben combinarse con otros para producir el desarrollo económico. “Nuestro diagnóstico es, simplemente, que los países no aprovechan su potencial de desarrollo debido a que, por razones relacionadas principalmente con su imagen del cambio, encuentran difícil tomar el número adecuado de decisiones para desarrollarse y hacerlo con la rapidez necesaria.” La escasez de factores específicos o prerequisites de la producción es más una manifestación de la deficiencia básica. Si el atraso se debe a la lentitud y al número insuficiente de decisiones de desarrollo y a lo inadecuado de las tareas de desarrollo, entonces el problema fundamental consiste en generar y vigorizar la acción humana en cierta dirección (Hirschman, 1958, p. 36).

Nuestro enfoque nos lleva a dudar de la existencia de obstáculos insuperables y, por tanto, de la validez del enfoque de la escasez. De hecho, las decisiones de desarrollo no se ven frenadas por obstáculos y escasez físicas, sino por las imperfecciones del proceso de toma de decisiones. Así, la tarea básica es examinar cuáles son las condiciones en que, a pesar de estas imperfecciones, se pueden tomar decisiones de desarrollo a través de técnicas que aceleren el paso de mecanismos de inducción.

El desarrollo se ve frenado, por tanto, por una escasez en la capacidad de tomar y llevar a cabo las decisiones de desarrollo¹⁷. La capacidad de tomar decisiones es principalmente la capacidad de invertir. La capacidad para invertir se adquiere y se incrementa principalmente con la práctica y, de hecho, el monto de práctica necesario depende del tamaño del sector moderno de la economía. En otras palabras, una economía segrega capacidad, destreza y las actitudes necesarias para el mayor desarrollo, en un monto que está más o menos en proporción con el tamaño del sector donde ya se está necesitando esta capacidad y se están inculcando estas actitudes.

La capacidad para invertir entraña la capacidad para percibir las oportunidades de inversión. Pero si esta capacidad ha de depender del tamaño del sector donde se están ya tomando las decisiones de invertir, puede suceder que el número de decisiones exigidas y que se toman puede ser muy pequeño y, en todo caso, insuficiente para desencadenar un desarrollo económico. En consecuencia, conviene encontrar un mecanismo que acelere la toma de decisiones. Este factor puede denominarse el efecto complementario de la inversión.

Una característica de la inversión es que marca la pauta para inversiones adicionales. Es decir, a menudo, las decisiones de un período son las principales fuerzas motrices de inversiones adicionales en períodos subsecuentes: el aumento de la producción de la mercancía A puede necesitar un aumento en la producción de la mercancía B o que en virtud de la complementariedad técnica, puede reducirse el costo marginal de la producción de C. Así, las inversiones de un período producen inversiones complementarias en el período siguiente con poder y lógica propios; bloquean parte del camino y fuerzan de hecho ciertas decisiones de invertir adicionales. El efecto de complementariedad de la inversión es el mecanismo esencial para canalizar nuevas energías hacia el proceso de desarrollo.

En términos generales, el enfoque de Hirschman significa que el potencial económico del turismo, en general, y del ecoturismo en las áreas de montaña, en particular, depende de los efectos complementarios que el turismo, en tanto actividad económica, es capaz de desencadenar. En principio, la magnitud y característica de estos efectos de complementariedad dependen, esencialmente, de dos aspectos: por una parte, de las características técnico-económicas y mercadológicas del producto turístico y del ecoturismo; y, por otra parte, de las características del territorio y de la sociedad que acoge y quiere desarrollar esta actividad.

Analizar estos dos componentes, exige en primer lugar precisar con más detalle el significado de complementariedad de las actividades económicas. Por complementariedad se entiende: un aumento en la producción de A conducirá al surgimiento de presiones tendentes a

¹⁷ De hecho, las decisiones pueden clasificarse entre decisiones autónomas y decisiones inducidas. Estas últimas son aquellas que se toman porque existe una presión adicional tras ellas.

aumentar la producción de B. Cuando B es un bien o un servicio de producción privada, esta presión conducirá a la importación o al aumento de la producción nacional de B porque a los comerciantes y a los productores de B les convendrá responder a la presión. Cuando B no se produce a través de una empresa privada o se trata de un bien social, la presión no repercute en un autointerés pecuniario, y se volverá presión política para el abastecimiento de B. Este es el caso de los servicios públicos. Así la complementariedad se manifiesta en forma de quejas sobre escasez, puntos de estrangulamiento y obstáculos al desarrollo (Hirschman, 1958 y 1981).

Así pues, desde el punto de vista económico, esta complementariedad o efectos de enlace, conciernen tanto las actividades realizadas en el mercado por los agentes económicos privados y también las acciones y actuaciones de gobiernos y agencias gubernamentales. Ambos pueden verse, en principio, concernidos por los mecanismos de inducción y, en cierta forma, obligados a tomar decisiones adicionales de desarrollo. Por otra parte, en el caso de los mecanismos de inducción que se llevan a cabo en el ámbito del mercado, sin la participación del sector público, estos mecanismos pueden analizarse separando aquellos que relativos a la producción u oferta de aquellos otros que afectan específicamente a la demanda y al consumo. El estudio atento de estos aspectos y su aplicación al caso del turismo puede informarnos sobre la cuestión del potencial económico del ecoturismo en las zonas de montaña.

LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.

EL POTENCIAL PRODUCTIVO DEL TURISMO: LOS ENLACES PRODUCTIVOS.

Cuando una actividad productiva se establece por primera vez en una localidad, sus efectos económicos son directos e indirectos. En general, su potencial económico no se restringe a los efectos directos, sino sobre todo a las repercusiones económicas de la actividad sobre la economía. Desde el punto de vista productivo, estas repercusiones pueden considerarse dos tipos de repercusiones o de mecanismo de inducción:

1. Los efectos de enlace anteriores, es decir, toda actividad económica, inducirá intentos de abastecer los insumos necesarios para esas actividad a través de la producción nacional o local.
2. Los efectos de enlace hacia delante; es decir, cualquier actividad que por su naturaleza no abastezca únicamente las demandas finales, inducirá intentos de utilizar su producción como insumo en alguna actividad nueva.

Al primer efecto, se le denominó enlace hacia atrás pues la dirección del estímulo que promueve la ampliación de la inversión discurre hacia atrás, desde el producto terminado hacia las materias primas o semiprocesadas que se utilizan en la fabricación del producto, o hacia las máquinas que ayudan a producirlo. En cambio, el segundo promueve la inversión adicional en la dirección opuesta y, por eso, se denomina enlace hacia delante. Cuando nos entramos con una actividad con fuertes efectos de enlace hacia atrás y hacia delante, podemos afirmar que se trata de una actividad con un elevado potencial económico susceptible de establecer una dinámica de fuerte crecimiento económico (Hirschman, 1958 y 1961).

Los estímulos que provocan el aumento de la inversión son bastantes diferentes para en el caso de los enlaces hacia atrás que en el de los enlaces hacia delante. Las presiones para la inversión que provocan los enlaces hacia atrás, proceden en parte de un comportamiento empresarial normal ante los nuevos mercados disponibles de bienes intermedios. Sin embargo, también puede existir una resistencia por parte de los empresarios ya establecidos que prefieren continuar confiando en insumos importados por razones de precio y calidad¹⁸. Por su parte, las presiones en los enlaces hacia delante proceden fundamentalmente de los esfuerzos por parte de los productores ya existentes para incrementar y diversificar el mercado de sus productos. En contraste con los enlaces hacia atrás, para los enlaces hacia delante sólo los productores ya existentes ofrecerán un apoyo total.

Aunque existen diferencias significativas entre el enfoque de enlaces y el análisis input-output y el del multiplicador, para una parte importante de los efectos de enlaces puede establecerse su existencia y cuantificarse por medio de estos métodos de análisis. De hecho, el análisis de las relaciones intersectoriales es una parte de la historia del enfoque de enlaces. En el caso del turismo, la importancia de las relaciones intersectoriales puede visualizarse fácilmente a partir de la consideración de algunos estudios existentes. Estos análisis establecen los efectos que la aparición del turismo tiene en términos de inversión neta total, en términos de producción agregada y de impactos intersectoriales. A continuación vamos a estudiar una parte de estos impactos económicos; no obstante, debe tenerse en cuenta que se trata de un exploración analítica. El hecho que dichos impactos se produzcan realmente en un territorio donde se introduce el turismo, exige la necesidad de analizar un conjunto más amplio de factores que garantiza la efectividad de la realización de los efectos de enlace.

¹⁸ Al mismo tiempo, las políticas estatales favorecen frecuentemente las inversiones hacia atrás –que ofrecen la expectativa de ahorros en divisas y una estructura económica más integrada- por medio de la promesa de protección arancelaria y asignaciones preferenciales de divisas y créditos, particularmente en períodos de escasez de divisas.

LOS EFECTOS SOBRE LA INVERSIÓN AGREGADA.

El turismo no puede ser considerado básicamente como factor influyente en el crecimiento de la inversión global. Pero no obstante, tiene un valor especial como sector al que se dirige la inversión a nivel geográfico. Las inversiones son un prerequisite para el crecimiento del turismo en tanto que para éste es necesario la construcción de alojamientos; la construcción de infraestructuras complementarias y básicas, de medios de transportes, ...

La puesta en marcha de la actividad turística tiene un importante efecto sobre la inversión. Como se observa en el Gráfico 1, la mayor parte de la formación bruta de capital fijo va destinada a las actividades de alojamiento, transporte y las actividades de ocio y recreación. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el mayor impacto que el turismo ocasiona sobre las actividades en términos de inversión tiene lugar en las actividades no estrictamente turística.

La exigencia de niveles elevados de inversión presenta la ventaja, desde el punto de vista macroeconómico, de ser un elemento de la demanda agregada y, por tanto, propiciar el aumento del PIB. Sin embargo, desde el punto de vista del desarrollo de la actividad en cuestión, significa también la existencia de fuertes barreras de entrada. No obstante, una ventaja significativa del turismo y, especialmente, del ecoturismo es que una parte de las actividades puede iniciar la producción sin necesidad de realizar importantes inversiones en capacidad productiva. La existencia de bajas barreras de entrada en la producción turística favorece un rápido desarrollo de la oferta y de la producción. Pero, también, tienen el inconveniente que una parte de esta nueva capacidad productiva solamente puede mantenerse en las fases expansivas del ciclo económico del turismo. Cuando la actividad retoma un nivel normal o entra en una fase de declive, las empresas marginales desaparecen rápidamente de la escena económica.

En términos generales, es posible establecer que la inversión turística contara con una parte más o menos estable a lo largo del tiempo; y, otra que fluctuara en función de la coyuntura. Ambas propiciarán una diversificación de la economía por medio del desarrollo sectorial.

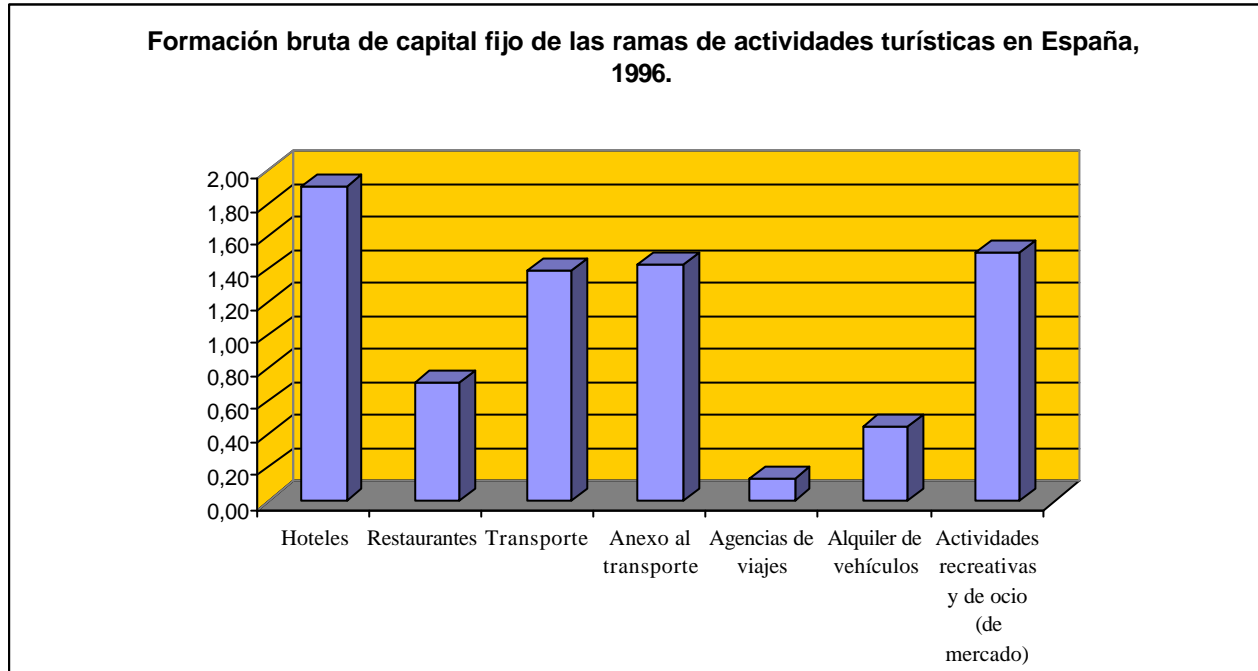


Gráfico 1.- Formación bruta de capital y turismo en el caso español (1996).

DESARROLLO SECTORIAL Y APORTACIÓN A LA ECONOMÍA.

El desarrollo sectorial puede considerarse como el impacto más directo del turismo sobre la economía de un área geográfica determinada. Se puede entender por desarrollo sectorial el causado por el turismo sobre el crecimiento de los sectores y actividades productivas, motivado por la puesta en marcha de la infraestructura turística, por la demanda de bienes y servicios para el consumo directo e inmediato de los turistas.

Tras una primera fase de creación o adecuación de la infraestructura turística, el impacto sectorial del turismo está vinculado a la demanda de los propios turistas. La dimensión de dicho impacto estará directamente vinculado a la dimensión del mercado turístico del destino turístico en cuestión, a las características de la demanda turística (temporalidad, poder adquisitivo), así como a las características de la modalidad turística¹⁹. No obstante, puede establecerse que los sectores específicamente turísticos serán los más beneficiados. Por otra parte, también otros sectores indirectamente vinculado al turismo y a la demanda de los turistas se verán beneficiados.²⁰

Hay que tener en cuenta que, en algunos casos, el peso del turismo puede ser muy importante, debido sobre todo al pequeño tamaño económico del país o territorio turístico. A nivel mundial el turismo supone entre el 4 y el 10 % de la producción mundial de los años noventa. En los países desarrollados y con un tamaño económico intermedio o elevado, como es el caso de España, el turismo puede tener un elevado valor. Así, en España el turismo suponía, en 1992, alrededor del 9 % del PIB; en Italia, Francia o Estados Unidos el peso del turismo se sitúa alrededor del 6 %.

Como se observa en los gráficos siguientes, la aportación más importante del turismo a la economía española tienen lugar por medio de los componentes de demanda. Entre los cuales, la mayor contribución absoluta se refiere al gasto en consumo de las familias y la mayor contribución relativa se encuentra en las exportaciones. También en se observa en el gráfico, las diferencias importante que existe entre las importaciones y las exportaciones, diferencia que se traduce en un contribución positiva del turismo al saldo exterior de la economía española.

¹⁹ El acceso al atractivo turístico no es el mismo en el caso del turismo de litoral que en el caso del turismo de nieve. En consecuencia, el impacto sectorial no es el mismo en tanto que las dotaciones necesarias de infraestructura turística son muy diferentes.

²⁰ La cuantificación de este efecto puede hacerse por medio del volumen de producción adquirido por la demanda turística y por medio del valor añadido bruto turístico generado directamente en el sector. Este último se corresponderá con la parte proporcional de VAB total que supone el consumo de los turistas en relación con la producción global. Por ello, el análisis del impacto lo realizaremos en términos de demanda cuando analicemos los efectos de enlaces de consumo.

Desde el punto de vista del peso del turismo en el PIB es necesario tener en cuenta que el mismo se mide por medio de la participación en el PIB de los gastos que realizan los turistas en el destino turístico. Dicho gasto afecta a muchos sectores productivos, de forma total o parcial, puesto que el turismo no es un sector diferenciado desde el punto de vista estadístico.

4) Cuadros de contraste entre la oferta y la demanda.

Cuadro T.4.2. Aportación del turismo a la economía (1996). (P): Efectos directos y efectos totales.

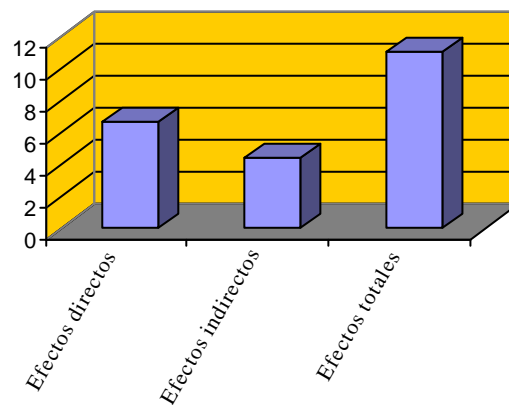
	Aportación del turismo a la economía			
	Efectos directos		Efectos totales	
	M. Euros	% Total España	M. Euros	% Total España
<i>A) PIB y sus componentes</i>				
PIBpm Demanda	51.269,8	11,0	51.269,8	11,0
Gasto en consumo final de los hogares en el territorio económico.	22.477,2	8,3	22.477,2	8,3
Gasto en consumo final ISFLSH/AAPP	1.017,7	1,2	1.017,7	1,2
FBC	5.531,9	5,4	5.531,9	5,4
Exportaciones bienes y servicios	23.318,0	21,0	23.318,0	21,0
Importaciones bienes y servicios	1.075,0	1,0	1.075,0	1,0
PIBpm Oferta y producción(1)	34.857,8	7,5	51.269,8	11,0
VABpb	32.643,0	7,7	49.006,2	11,5
Impuestos (netos) sobre Productos	2.214,8	5,9	2.263,6	6,1
<i>B) Otras variables</i>				
Producción(2)	56.138,2	6,7	93.687,5	11,1
Empleo (Puestos de trabajo)	863,5	6,2	1.399,7	10,0

(1) :Incluye los Servicios de Intermediación Financiera.

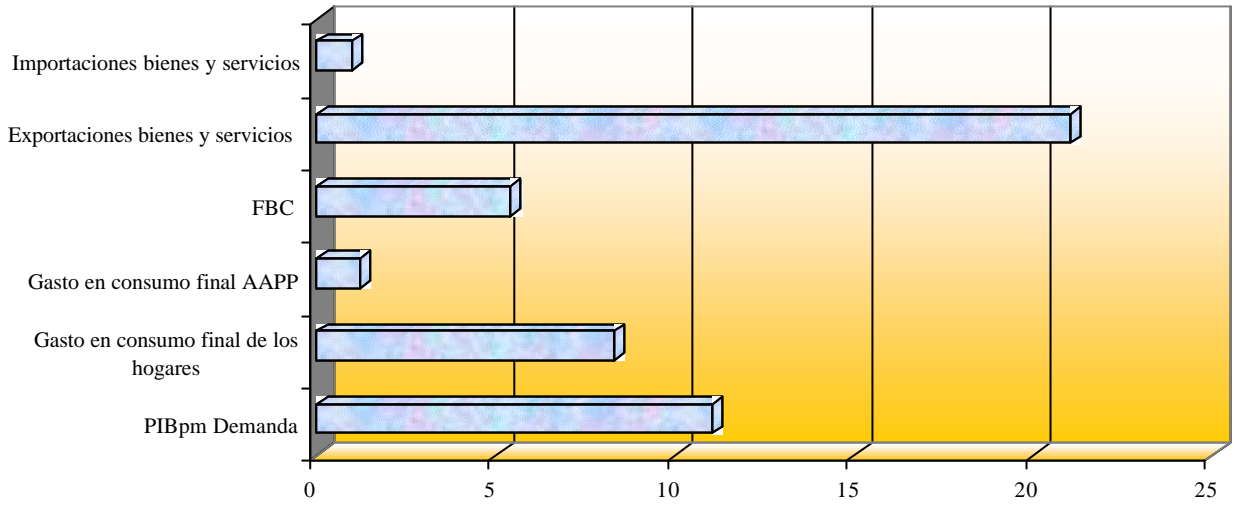
(2) :Producción ajustada para el tratamiento de los paquetes turísticos en las CSTE.

(P) :Estimación provisional.

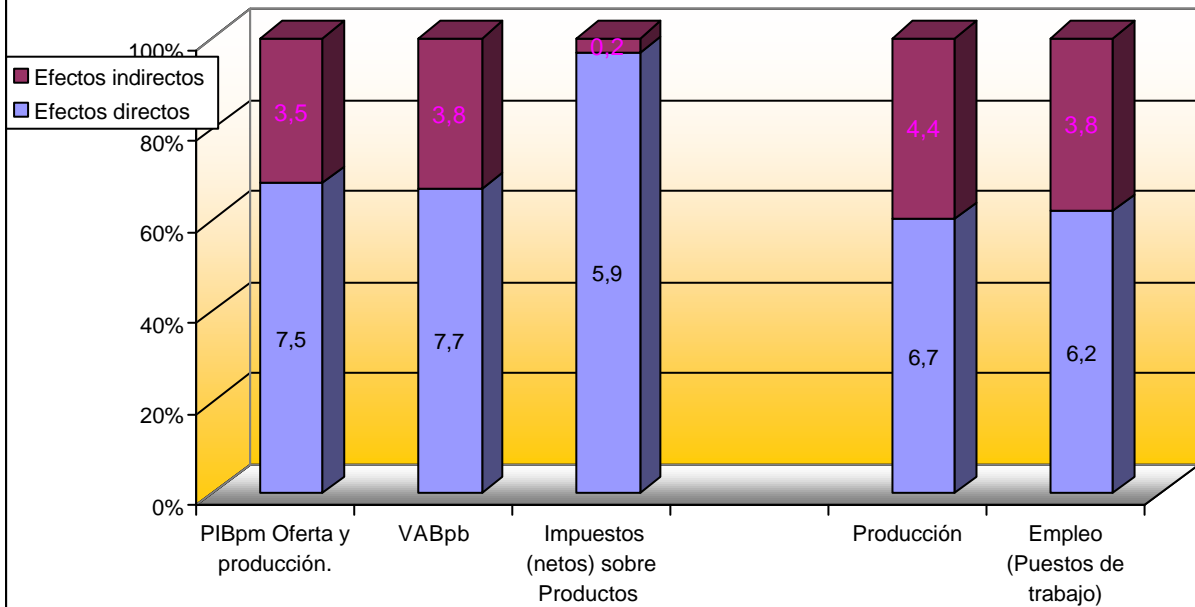
Aportación del turismo a la producción de la economía española, 1996 (% sobre el total).



Aportación del turismo a la economía española (Efectos directos), 1996. (1): PIB y sus componentes.



Aportaciones del turismo a la economía española, 1996 (2)



De acuerdo con las Cuentas Satélite del Turismo Español, publicadas por el Instituto nacional de Estadística, la aportación total del turismo a la economía española medido en términos de su participación en el PIB español, era para el año 1999, del 12 %. Esta participación se distribuye a partes relativamente iguales entre el turismo receptor y los otros componentes de la demanda turística. No obstante, temporalmente y medio a precios corrientes, el aumento de la aportación del turismo al PIB de la economía española durante el período 1996-1999 se debe fundamentalmente al mejor comportamiento relativo del turismo receptor.

Aportación del turismo al PIB de la economía española (Precios corrientes)

Millones de euros	1996 (P)	1997 (P)	1998 (P)	1999 (A)
Turismo receptor	23.318,0	26.356,8	29.692,9	33.601,8
Otros componentes de la demanda turística	27.951,8	29.792,4	32.055,7	34.850,7
TOTAL	51.269,8	56.149,2	61.748,6	68.452,5
Porcentaje sobre el PIB				
Turismo receptor	5,0	5,3	5,6	5,9
Otros componentes de la demanda turística	6,0	6,0	6,0	6,2
TOTAL	11,0	11,3	11,6	12,1

(P): Estimación provisional. (A): Estimación avance

Source: INE (2002): CSTE

Relaciones intersectoriales.

Desde el punto de vista de las relaciones intersectoriales del turismo hay que tener en cuenta que la demanda que realizan los turistas afecta directa e indirectamente a muchos sectores productivos. Directamente, el turismo incide sobre el transporte (aéreo, terrestre), hostelería, comercio al por menor, inmobiliarias, construcción, agencias de viajes. Aunque el gasto turístico se concentra habitualmente en el alojamiento y el transporte, son muchos los sectores afectados. También, el turismo incide indirectamente sobre otros sectores productivos abastecedores de inputs a los anteriores. En conjunto, los impactos intersectoriales suelen valorarse a través del análisis input-output.

Desde la perspectiva de las relaciones intersectoriales conviene establecer algunas consideraciones especiales sobre el caso de las relaciones entre el turismo y la construcción. Por una parte, el alojamiento es un aspecto esencial de la definición de un territorio como territorio turístico y de los impactos que el turismo puede ocasionar tanto económicos, sociales o ecológicos. Por otra parte, un porcentaje significativo del gasto turístico se destina al alojamiento, de modo que éste constituye un elemento importante desde la perspectiva del consumo turístico y del impacto económico del turismo. En tercer lugar, la dotación de alojamiento en un destino turístico implica un fuerte crecimiento de la actividad de construcción y éste es un sector con

importantes impactos intersectoriales. De modo que en muchos casos, los impactos económicos del turismo se confunden con los impactos que la dotación de alojamientos turísticos y de la construcción acarrea.

Una ilustración hipotética podría ser la siguiente: si la actividad turística crece al 0 por ciento anual o a un ritmo de crecimiento lento (a causa de una crisis temporal del sector, después de un largo período de crecimiento inicial), se producirá probablemente un crecimiento cero (o cercano a cero), año a año, en sectores tales como el transporte de viajeros o la hostelería. Pero la venta de viviendas o la construcción de hoteles tendrá un crecimiento negativo. Efectivamente, cuando hubo que abastecer la demanda creciente –en el período de consolidación del turismo–, las dotaciones de infraestructuras en viviendas y hoteles crecieron, pero la situación posterior de crecimiento lento –o nulo– del turismo producirá en la construcción un impacto de crecimiento negativo: se construirá cada año menos –apenas se rehabilitará–. El crecimiento de la construcción no puede ser indefinido, a menos que provoquemos un crecimiento ilimitado de la oferta, con el peligro que ello entraña desde el punto de vista ambiental (y, por tanto, de la calidad del servicio ofrecido) y también provocar un exceso de capacidad productiva. La construcción crece, pues, con distinta intensidad en períodos de nacimiento del turismo y en períodos de madurez, o en las distintas fases del ciclo económico.

Así, en muchos casos, cuando se alcanza un significativo nivel de especialización en la actividad turística, se consolidan las actividades comerciales y de servicios, junto con la construcción y las actividades afines. Sin embargo, además de la dimensión cuantitativa, es necesario tener en cuenta que la magnitud del impacto y los sectores afectados por el mismo dependen del modelo de desarrollo turísticos. Las actividades comerciales y de restauración y alojamiento tienen especial incidencia en los destinos turísticos. Sin embargo, factores como el tipo de demanda recibida, la estacionalidad o la propia configuración urbana han propiciado desarrollo comercial diferentes²¹

Sin embargo, una de las debilidades principales de los desarrollos turísticos es la excesiva dependencia del sector de la construcción y afines que suele presentar la economía local (especialmente, los relativos al turismo de sol y playa). Lo cual lleva, en muchas ocasiones, a confundir el desarrollo turístico con un objetivo de crecimiento continuo e indiferenciado de la oferta turística y, consiguientemente, de la actividad de construcción (Vera Rebollo, 2001).

²¹ En efecto, las actividades comerciales de Benidorm (ciudad con un modelo turístico fuertemente concentrado, basado en el sol y la playa y la industria del ocio) presentan unos mayores niveles de calidad y diversidad de los propios de los destinos turísticos. En cambio, el municipio de Torrevieja (con un modelo turístico-residencial y extensivo) no ha propiciado una estructura comercial diversificada.

Desde el punto de vista de la diversificación de la estructura sectorial, en Benidorm el desarrollo turístico ha tenido un menor incidencia relativa sobre la construcción que en el caso de Torrevieja (donde esta actividad representa, aproximadamente, el 20 % de la población ocupada). Véase, Baños Castiñeira (2001).

ENLACE EN EL CONSUMO.

El concepto de enlace representa un intento dirigido a identificar específicas y poderosas presiones que surgen en una economía en crecimiento y promueven las decisiones de inversión. Tras sus aplicaciones a la esfera productiva, el concepto mostró su versatilidad y su capacidad de aplicarse a otros ámbitos de la economía y de la sociedad; se identificaron de este modo nuevos tipos de enlaces. Así, el *enlace de consumo* se definió como el estímulo para la producción local de bienes de consumo que se emprenderá a medida que los nuevos ingresos creados se destinen a dichos bienes. En una economía abierta, los citados bienes son, en muchas ocasiones y en un primer momento importados, pero posteriormente la producción local se convertirá en una producción atractiva (Hirschman, 1977; Watkins, 1963)²².

La fuerza de estos enlaces y su efectividad para inducir el desarrollo económico depende no sólo de la corriente de ingresos agregado que produzca por las exportaciones, sino también de otros factores, incluyendo la distribución de dicho ingreso. Cuando más equitativa sea la distribución de un ingreso dado, mayor será la demanda de muchos productos típicos de la economía moderna, y mayor será la probabilidad de que el mercado interno alcance un tamaño mínimo suficiente para la producción local.

En el caso del turismo, la magnitud del impacto de los enlaces de consumo también depende de algunas características económicas y socioeconómicas de las localidades turísticas y de su entorno. En principio, la extensión y capacidad de diversificación de la estructura económica es un factor determinante en la interiorización de los efectos de enlace de consumo. Asimismo, la actitud de los agentes económicos respecto a la importación de productos puede ser un factor determinante del inicio de la producción local²³.

Desde el punto de vista cuantitativo, la magnitud del impacto suele medirse a través del efecto multiplicador. Por otra parte, al desarrollo de las actividades turísticas suele atribuírsele un papel importante en la modificación de las estructuras de consumo. Vamos a analizar sucesivamente estos dos aspectos. No obstante, previamente, vamos a analizar algunos aspectos característicos de la demanda y del consumo turístico.

El primer aspecto a considerar es el comportamiento del gasto diario del turismo. Durante los últimos años, se aprecia, en el caso de muchos destinos turístico, una reducción en el ritmo de crecimiento del gasto turístico, tanto global como por visitante. Además, en muchos casos, se aprecia un incremento o mantenimiento en el número de visitantes / turistas junto con una reducción del gasto turístico²⁴.

²² Finalmente, algunos de estos bienes, tras una experiencia de producción interior, podrán ser exportados (Hirschman, 1958; Teitel y Thoumi, 1986).

²³ Muchos de los importadores pueden mostrar una clara resistencia a la producción local como sustituto de las importaciones (Hirschman, 1958; Furió, 1996c).

²⁴ Diversos son los factores que están detrás de la caída del gasto medio por turista: reducción del número de días de estancia, utilización de formas de alojamiento más baratas, competencia vía precios y reducciones de precios, ...

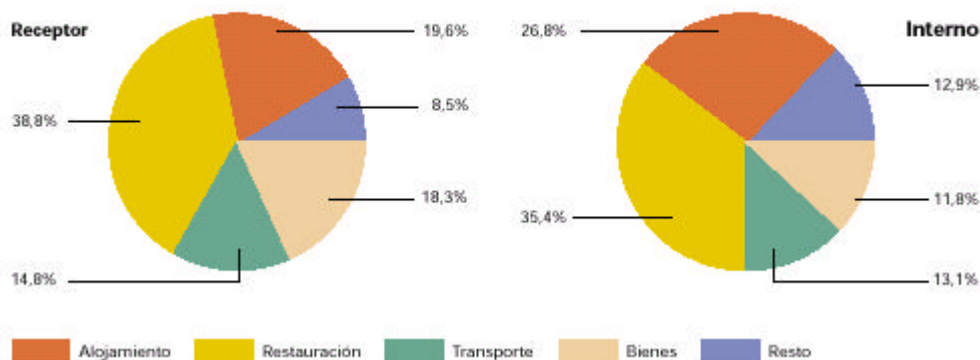
Los componentes más significativos cuantitativamente del consumo turístico son el alojamiento, la restauración y el transporte. Par el caso español, y de acuerdo con la Cuenta Satélite del Turismo Español de 1996, estos tres componentes representaban el 74,2 % del gasto turístico. De entre las tres, la partida de gasto más importante es la restauración con el 37,2 % del gasto total, seguida por el alojamiento, 23,1 %, y el transporte, 13,9 %.

Demanda turística por productos y tipos de turismo. 1996

	Millones de euros			Estructura porcentual		
	Consumo turístico receptor	Consumo turístico interno	TOTAL	Consumo turístico receptor	Consumo turístico interno	TOTAL
Alojamiento	4.454,7	5.835,9	10.290,6	19,6	26,8	23,1
Restauración	8.813,8	7.700,2	16.514,0	38,8	35,4	37,2
Transporte de pasajeros	3.366,0	2.840,1	6.206,1	14,8	13,1	13,9
Bienes (inc. márgenes)	4.161,3	2.567,2	6.728,5	18,3	11,8	15,1
Resto de productos	1.942,1	2.817,8	4.759,9	8,5	12,9	10,7
TOTAL	22.737,9	21.761,2	44.499,1	100,0	100,0	100,0

Fuente: INE (2002): CSTE

Demanda turística por productos: turismo receptor y turismo interno. 1996



Fuente: INE (2002): CSTE

La distribución de la demanda por productos presenta ciertas diferencias según se trate del turismo receptivo (o internacional) o del turismo nacional. Así, el turismo internacional, concentra su gasto en mayor media en el transporte (14,8 % frente al 13,1 % del turismo interior) y la restauración (38,8 % frente al 35,4 % del turismo interior); mientras que los españoles gastan relativamente más en alojamiento (26,8 % frente al 19,6 % del turismo internacional). En general, el gasto en los tres conceptos representa un 73,2 % en el caso del turismo internacional, y un 75,3 % para el turismo nacional. Las razones de estas diferencias deben buscarse en el distinto tipo de alojamiento utilizado y el precio del mismo, la distinta duración de la estancia, así como la distinta distancia recorrida para llegar al destino turístico.

EL EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO.

La riqueza que genera el turismo no se limita a la que se origina en aquellos sectores que están directamente ligados a la demanda turística, sino que también afecta a muchos otros sectores de la economía a través de las relaciones interindustriales. Estos efectos multiplicadores se transmite por medio de la producción, de la renta y de la inversión. El gasto inicial de los turistas se traduce por parte de las empresas que proporcionan los bienes y servicios que consumen los turistas en compras a otras empresas suministradoras, creándose así un proceso dinámico de expansión de la actividad económica que lleva a un gasto final muy superior al inicial. La acción vía renta se manifiesta en la creación de riqueza que las rentas generadas por el proceso a su vez originan mediante la compra de bienes y servicios para atender sus propias demandas.

El turismo, en general, presenta unos multiplicadores elevados, de modo que el resultado de una unidad de demanda final genera incluso más de dos unidades de producción en el conjunto de la economía. No obstante, el efecto final depende de la economía en cuestión y, en particular, de la estructura sectorial y tecnológica de la misma. Las economías muy abiertas al exterior tienen pocos impactos indirectos, dado que importan gran parte de sus inputs. De ahí que los efectos multiplicadores sean menores cuando trabajamos en el ámbito regional o en el de los destinos turísticos (esto es, espacios geoeconómicos mucho más reducidos). En estos casos, las importaciones son importantes.

La dimensión del multiplicador turístico varía de un país a otro, de una región a otra, según la naturaleza de la base económica. El volumen de las mercancías y servicios importados consumidos por los turistas, la propensión de los residentes a consumir bienes y servicios importados del exterior y la propensión de estos a ahorrar, tienen una importancia en el coeficiente multiplicador. Cuanto más grande sea la propensión a importar de la región, más elevadas serán las fugas y más bajo el multiplicador. En general, cuanto más pequeña sea la base económica, menos autosuficiente la economía regional, menor será el coeficiente del multiplicador. Por otra parte, el efecto multiplicador también está influido por la estructura internacional de la economía y de la manera cómo se distribuye el flujo de los gastos turísticos a lo largo de varios sectores. Cuanto más grandes sean las fugas internas entre sectores, menor será la probabilidad de que los abastecimientos se requieran del exterior y mayor será el multiplicador (Mathieson et Wall, 1986). En general, es necesario tener presente que el multiplicador es más importante a nivel nacional que a nivel regional o local. Esto es, la dimensión de la economía influye en las fugas y, por tanto, inversamente en el multiplicador²⁵.

El análisis de las tablas input-output de 1992 de la economía turística, revela que el conjunto del sistema económico español tiene que producir 1'6136 euros por cada euro de demanda turística. El desglose de los efectos directos y totales –directos e indirectos- sobre la

²⁵ Esto hace que no sea posible transferir las estimaciones del nivel nacional al regional o que sea fácil realizar comparaciones entre economías de dimensión diferente.

producción permite observar que en 1992 fue necesario producir más de 9 billones de pesetas para satisfacer algo más de 5,3 millones de demanda turística, excluidas las importaciones finales²⁶. No obstante, el carácter agregado del multiplicador no permite establecer cómo se difunden los efectos a través del tejido productivo. Desde el punto de vista de la generación de renta, hay que tener en cuenta que cada euro de demanda turística genera en el conjunto de la economía prácticamente otro euro de renta (0,916 unidades de VAB). Con ello, el peso del turismo en la economía española se sitúa en niveles todavía superiores a los que alcanza en la producción: 9,3 % en el VAB, frente al 8,84 % en la producción, para 1992.

Además, de las fugas de la economía, las repercusiones económicas del gasto turístico dependen de la distribución sectorial de los gastos. Así, desde la perspectiva sectorial, es necesario tener en cuenta cual es el origen sectorial del VAB de la economía turística: en el caso español, un 3,73 % provienen de la agricultura, un 20'13 % de la industria y de la energía, un 2,48 % de la construcción, y un 73,67 % de los servicios.

Por otra parte, la modalidad de alojamiento influye también en el tamaño del multiplicador. Así Vaughan (1977)²⁷, en un estudio regional, mostró que el gasto de los usuarios de hoteles presenta un mayor efecto multiplicador que el gasto en otras modalidades de alojamiento. Además, también la mayor contribución a los ingresos locales procedió de los receptores directos de los gastos turísticos, con una generación menor progresivamente en las fases subsecuentes de gasto.

Efectos multiplicadores del gasto en diferentes estudios.			
	Gwynedd	Lothiana	Isla de Skye
Hotel	0,324	0,293	0,33
Casa de huéspedes		0,33	0,39
Cama y desayuno	0,635	0,256	0,39
Camping	0,285	0,244	0,27
Amigos y parientes	0,284	0,204	0,26
Casa de campo	0,285	0,365	0,285
Excursiones	0,303	0,203	0,22

Fuente: Mathieson & Wall (1986; pp. 93-95).

Como puede apreciarse en el cuadro, existen diferencias significativas entre las diferentes modalidades de alojamiento y, dentro de una modalidad, entre los diferentes destinos. Ambas diferencias son el reflejo de cómo repercuten sobre el multiplicador y, por tanto, sobre la economía local las diferencias en el gasto turístico y en la estructura económica de la localidad.

²⁶ Cuadrado Roura, J.R. & Arranz Calvo, A. (1996): "Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output", in Pedreño Muños, A. (dir.) (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*, Critica, Madrid, pp. 181-215.

²⁷ Vaughan, R. (1977): *The Economic Impact of Tourisme in Edinburgh and the Lothian Region*, Scottish Tourist Board, Edimburgo.

Para Mathieson et Wall (1986, p. 98), el factor más importante en la determinación de las repercusiones de diferentes tipos de turismo es la dimensión del gasto total. Estos ingresos varían según el tipo de alojamiento. De acuerdo con la información recogida por estos autores, las casas de campo son la modalidad con mayores ingresos generados por unidad de gasto²⁸.

LA MODIFICACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS DE CONSUMO.

Resulta evidente que el turismo tiene una clara repercusión en el comportamiento macroeconómico del consumo, simplemente porque supone un crecimiento temporal en el número de consumidores. Pero, además, existe un efecto sobre la propia estructura del consumo. Esta modificación en las pautas de consumo resulta, fundamentalmente, de dos variables. Por una parte, el propio crecimiento económico y del nivel de renta introduce, por la intervención de la Ley de Engel, un cambio en las pautas de consumo. Por otra parte, el turismo es una actividad que propicia importantes efectos de imitación a nivel del consumo.

No obstante, por lo que se refiere al cambio en la estructura del consumo, debe tenerse en cuenta que ésta es el resultado de múltiples factores: a) del crecimiento de los niveles de renta; b) de la variación en los niveles de empleo; c) de la expansión de la oferta monetaria y de los préstamos disponibles; d) del comportamiento de precios; e) de la aparición de nuevos productos y de nuevas formas de distribución; f) de la aparición de nuevos hábitos y costumbres en la población.

ENLACE FISCAL.

La aparición de una nueva actividad, con el turismo, y el desarrollo de los efectos anteriormente comentados, no solamente tiene repercusiones para el sector privado, también el sector público se ve directa e indirectamente afectado. La incidencia sobre este último se debe, por una parte, a las mismas razones que cualquier actividad económica presenta. Pero, por otra parte, el turismo presenta una serie de características especiales que exigen una particular intervención pública tanto a nivel de provisión de bienes como de regulación de la actividad.

La acción del sector público se refiere a la actuación en la vertiente de la producción – producción de bienes y de reglamentación- y a la vertiente impositiva. Hirschman (1968) y Pearson (1970) denominan a esta última enlaces fiscales. Para Hirschman (1986) es posible establecer una diferenciación entre los enlaces fiscales directos –cuando la imposición recae directamente sobre la nueva actividad- y los enlaces fiscales indirectos –cuando la imposición se

²⁸ Además, el ingreso total generado por los gastos turísticos aumenta si se extiende el área en que se realiza la medida porque se reducen las fugas.

aplica al nuevo incremento de producción de las otras actividades²⁹. Sin embargo, para hablar de enlaces fiscales no basta con la voluntad política de establecer las figuras impositivas correspondientes; es necesario, además, contar con los instrumentos administrativos y técnicos que garanticen la efectiva aplicación de dichos enlaces.

Por otra parte, si la puesta en marcha de una nueva actividad permite el aumento de la recaudación fiscal, también hay que tener en cuenta que esa misma actividad puede exigir directa e indirectamente la provisión de bienes públicos y sociales. En consecuencia, una nueva actividad, junto a los nuevos y mayores ingresos públicos, también puede ocasionar un incremento –directo e indirecto– de gastos públicos. El aumento de los ingresos y de los gastos no necesariamente debe de coincidir en el tiempo. Es más, es probable que las necesidades de gastos públicos sean cambiantes a lo largo del ciclo de vida del producto de la nueva actividad.

GENERACIÓN DE RENTAS FISCALES.

Los ingresos procedentes de la actividad turística que perciben las administraciones públicas, los obtienen a través de las rentas fiscales vía los diferentes tributos que gravan a los agentes económicos y a las transacciones económicas que intervienen, bien de forma directa o indirecta. No obstante, buena parte de estos ingresos fiscales (impuesto directos e indirectos) son recaudados por las instancias administrativas estatales. Desde el punto de vista de las administraciones municipales, las tasas municipales, las contribuciones especiales y las plusvalías pueden ser una de las fuentes de ingreso. La generación de ingresos fiscales por parte del turismo depende tanto de las características del turismo (tipo de alojamiento, demanda nacional o internacional, ...), como de la economía y de la estructura institucional del destino turístico (nivel de competencias regional y local, estructura fiscal, ...).

No obstante, junto a este incremento de los ingresos fiscales, hay que tener en cuenta que el desarrollo turístico conlleva un aumento del gasto público. Este aumento del gasto público es debido al incremento de la prestación de los servicios públicos previamente existente y también a la necesidad de prestar otros nuevos vinculados a la propia actividad turística³⁰.

²⁹ La elección por parte del Estado de los enlaces fiscales directos e indirectos ha dependido en gran medida de la clase de mercancías producidas. Los impuestos propios de los enlaces fiscales directos han predominado en el caso de las producciones de bienes primarios producidos en condiciones de enclave (es decir, producciones aisladas geográfica y económicamente y, en muchas ocasiones, de propiedad extranjera). La propia concentración en un área, la concentración de la propiedad en un número reducido de agentes, es lo que incita a una imposición en origen. Cuando, por el contrario, la mercancía es producida en un área extensa, localizada centralmente y en manos de muchos pequeños productores, la imposición propia del enlace fiscal indirecto ha sido utilizada con mayor intensidad.

³⁰ Así, por ejemplo la “Loi de la Montagne” francesa establecía una serie de medidas de orden económico, entre las cuales habían algunas relativas a la fiscalidad local: por una parte, las municipalidades podían instaurar un impuesto vinculado al acceso al recurso turístico natural –las pistas de nieve– cuyos ingresos iban destinados a financiar los gastos de mantenimiento. Por otra parte, también podían establecer tasas sobre los ingresos de las empresas que explotaban la infraestructura relativa al acceso de los recursos turísticos. Los ingresos obtenidos con esta última figura fiscal, iban destinados a financiar las medidas de desarrollo agrícola, turístico, demás iniciativas locales y a la prevención de accidentes de montaña.

La recaudación de ingresos fiscales y el aumento de los gastos públicos exigen simultáneamente, con mayor o menor intensidad, la gestión y la planificación de la actividad pública. De hecho, una consecuencia de los desarrollos turísticos es que estos han forzado –desde el principio o a posteriori- la intervención de los distintos niveles de gobierno. Además, aunque no sea exclusivo, un aspecto característico del ecoturismo es que la intervención pública se considera un requisito y el mecanismo más adecuado para garantizar la conservación de los recursos naturales.

En este sentido, puede decirse que el turismo exige una precisa acción reguladora por parte de las instancias administrativas. Sin embargo, un problema específico del desarrollo turístico es la descoordinación administrativa en un sentido horizontal y vertical. Estas descoordinaciones provocan una sobreexplotación de recursos turísticos y económicos e impide el aprovechamiento de las economías de escala en la prestación de servicios necesarios para el desarrollo turísticos.

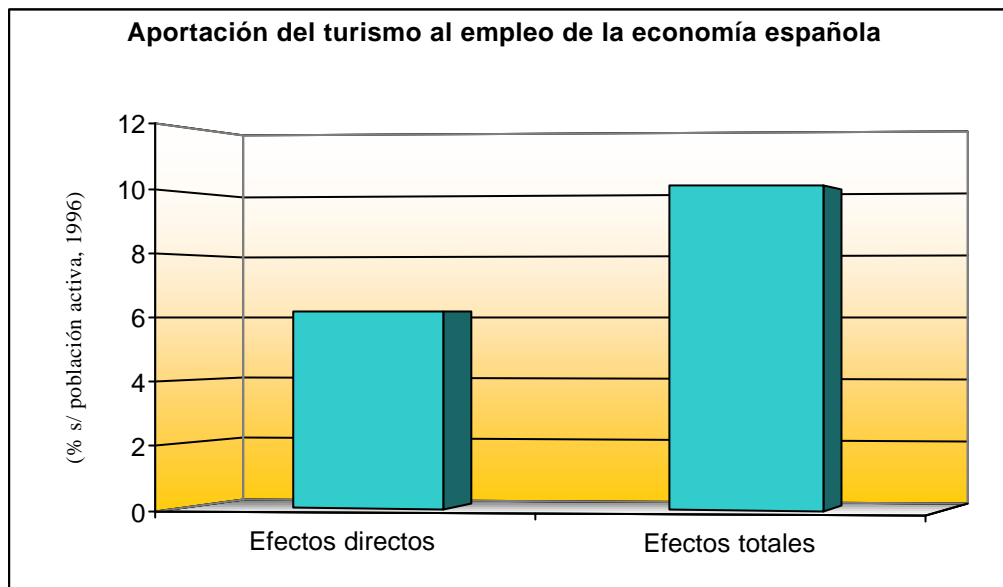
OTROS EFECTOS E IMPACTOS.

Además de los efectos considerados hasta aquí, el desarrollo turístico es susceptible de provocar una serie más amplia de efectos. Entre ellos es posible destacar los siguientes.

CREACIÓN DE EMPLEO.

La creación de puestos de trabajo es consecuencia inmediata del desarrollo de las actividades turísticas. La aparición de nuevas actividades turísticas y el desarrollo –directo e indirecto- de otras genera un aumento de la demanda del factor trabajo. En general, el turismo propicia la creación de tres tipos de empleos: directos, los vinculados a la actividad turística; indirectos, relativos a las actividades que suministran inputs a la actividad turística; inducidos, como consecuencia de la intervención del multiplicador turístico.

El turismo tiene una gran capacidad de generación de empleo. En España, en 1996, existen más de 1,4 millones de empleos vinculados al turismo, esto es aproximadamente el 10 % de la población activa. De hecho, según los cálculos de 1996 de las *Cuentas Satélite del Turismo Español*, el turismo presenta 863,5 miles de puestos de trabajo directos, que se traducen en 1.399,7 miles de puestos de trabajo totales. De modo que, el turismo es uno de los sectores económicos que en mayor medida contribuyen a la utilización del factor trabajo, tanto en términos absolutos como relativos.



No obstante, esta capacidad de generación de empleo se distribuye de manera desigual entre las distintas modalidades de turismo y entre las distintas actividades directas e indirectamente vinculadas con el turismo, además de las actividades inducidas

Los efectos del turismo sobre el empleo dependen del tipo de actividad turística que se desarrolle, de modo que algunos tipos de turismo son más intensivos en trabajo que otros. Por esta razón, es necesario tener en cuenta que el impacto sobre la generación de empleo depende del grado en que las actividades en cuestión sean intensivas o no en capital. Una parte muy importante de la fuerza de trabajo turística se emplea en alojamientos, restaurantes, entretenimiento y comercio. En todos estos casos, las necesidades financieras para crear un puesto de trabajo varían.

Sin embargo, buena parte de las actividades directa e indirectamente turísticas son intensivas en trabajo, es decir, necesitan mucha mano de obra por unidad de producto. Además, al igual que ocurre con muchas actividades terciarias, muchas de las actividades turísticas se caracterizan por el hecho de que la introducción de capital no conlleva un aumento de la producción y, en consecuencia, menores necesidades de trabajo por unidad de producto. La introducción de capital y la incorporación de mejoras tecnológicas, en el caso muchas de las actividades turísticas, conllevan cambios cualitativos en el producto más que cambios en la cantidad producida. Así ocurre con la hostelería, donde el ratio de trabajadores/clientes (producción) es más elevado a medida que aumente la calidad del establecimiento.

En general, las actividades turísticas se caracterizan por generar más empleo que la media de los sectores productivos. En casi todos los países, las cifras de participación del turismo en el empleo total generado son superiores a la participación de las actividades turísticas en la producción. Así, a mediados de la década de los noventa, el turismo presentaba una participación entorno al 8 % en el empleo total, mientras que su participación en el PIB europeo era inferior al

6 %. En el caso español, el peso del turismo en el empleo es del 10 % mientras que en el caso del PIB está próxima al 9 %.

Además, hay que tener en cuenta que la producción y el empleo generado por el turismo generan empleo indirecto e inducido. Así es posible establecer un multiplicador del empleo de las actividades turísticas³¹. De hecho, el turismo, en general, tiene impactos multiplicados en el empleo más elevados que otras actividades económicas, en parte debido a los elevados efectos multiplicadores en la producción.

En algunos casos, cada empleo creado en el turismo genera unos puestos de trabajo adicionales en el resto de la economía local. Algunos autores consideran que estos multiplicadores del empleo son mayores para el turismo que para buena parte del resto de las actividades económicas³². Por otra parte, los desarrollos turísticos que utilizan el tipo más intensivo de alojamiento generan un multiplicador de empleo mayor y generan, por tanto, un mayor número de empleos (Vaughan, 1977 a, p.10).

Sin embargo, no hay que olvidar que el empleo turístico se caracteriza en general por una baja productividad, una bajo nivel de salarios, una estacionalidad acusada; unas exigencias muy bajas de formación para el inicio de la producción turística. Así por ejemplo, para el caso español, a pesar de los impactos sobre el empleo, el excedente bruto de explotación de la economía turística española alcanza una mayor participación en el VAB que la remuneración de los asalariados³³.

Desde el punto de vista del empleo, la economía española necesita emplear a 0,18 personas para satisfacer cada millón de pesetas de demanda turística, lo cual significa emplear a algo más de 1 millón de personas en 1992³⁴. No obstante, hay que tener en cuenta que se requiere un volumen mínimo de demanda turística necesaria para genera un ocupado en cada rama de actividad o agrupación sectorial. Así, siguiendo los cálculos de Cuadrado Roura y Arranz (1992) los 414,8 millones de pesetas de demanda turística total que garantizan un empleo en energía generan también los siguientes requerimientos adicionales en el resto de sectores: 8 en agricultura, 12 en industria, 2 en construcción, 52 en servicios destinados a la venta y uno en servicios no destinados a la venta. Es decir, un total de 76 ocupados en el conjunto de la economía³⁵.

³¹ Hay que tener en cuenta que los multiplicadores de ingresos y empleo no son idénticos y la maximización del primero no conduce necesariamente a la del segundo.

³² Archer (1973, p. 7) muestra que por cada 9 empleos directos creados en el turismo se creó un empleo adicional en la economía. También, establece que el empleo directo creado por unidad de gasto turístico fue dos veces más importante que el generado por el gasto general.

³³ La explicación se encuentra en el notable peso que tienen las rentas mixtas capita-trabajo en los servicios destinados a la venta, el bloque de mayor tamaño dentro de la economía turística.

³⁴ Hay que tener en cuenta que los datos no se refieren a los puestos de trabajo creados, sino a los requerimientos de empleo proporcionales a la estructura productiva estimada en la tabla input-output correspondiente. El número de empleos creados dependerá en última instancia de un número considerable de variables institucionales (modalidades de contratación, situación del mercado de trabajo, ...).

³⁵ Hay que tener en cuenta que para generar un ocupado teórico en el sistema económico tan sólo son necesarios 5,4 millones de pesetas de demanda turística.

Demanda turística necesaria para garantizar al menos una unidad de empleo en cada sector.			
Millones de pesetas corrientes de 1992			
	Demanda turística total	Demanda turística de los residentes	Demanda turística de los no residentes
Agricultura	50,1	48,1	53,1
Energía	414,8	393,2	446,9
Industria	35,2	35	35,6
Construcción	184,7	161,2	227,8
Servicios a la venta	8	8,2	7,8
Servicios no venta	335,1	316,3	363,2

Fuente: Cuadrado Roura & Arranz (1996)

Por otra parte, es necesario tener en cuenta que el empleo generable está influido por los tipos de oficios disponibles en la localidad y por las características de la oferta de trabajo existente localmente.

Por último, hay que tener en cuenta que las modificaciones en la estructura del mercado local de trabajo es uno de los mecanismos principales con que el turismo induce modificaciones en las actividades productivas y en la estructura económica del área. Una buena parte de estas modificaciones en la base económica dan lugar a una preponderancia del turismo y una pérdida relativa de otras actividades –principalmente primarias-. Pero, el turismo también puede contribuir a estabilizar o incrementar las poblaciones de áreas agrarias y los beneficios de la agricultura (Biem, 1980; Greenwood, 1976).

LA EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS.

Las razones que influyen en la elevación del nivel general de precios como consecuencia de la expansión turística son las siguientes: a) la presión sobre la oferta por el aumento directo que se produce en la demanda de los turistas de bienes y servicios; b) el aumento de la oferta monetaria como resultado de la expansión turística; c) el alza del precio de los bienes y servicios como resultado del aumento de la demanda de los residentes debida al aumento de la renta disponible; y, d) los efectos psicológicos sobre el mercado.

No obstante, hay que tener en cuenta que el exceso de demanda pueden no ser la causa última del incremento de precios. Los estrangulamientos en la oferta puedan presentarse en última instancia como la causa más significativa de los procesos inflacionarios. Estos estrangulamientos pueden estar motivados por las propias inercias del proceso económico (tiempo necesario para responder a la demanda, etc.) o, simplemente, ser la consecuencia del comportamiento de ciertos agentes económicos.

Las consecuencias inflacionarias del turismo pueden surgir de varias formas. Los turistas con elevado poder adquisitivo pueden pagar artículos caros, al tiempo que los vendedores al por menor, al reconocer que sus márgenes de ganancia se pueden incrementar si satisfacen al turista, aumentan sus precios.

Por otra parte, la inflación de los destinos turísticos se debe también al incremento del precio de la tierra. El crecimiento en el comercio turístico crea una demanda adicional de suelo y la competencia de los compradores potenciales obliga a elevar el precio del mismo. La demanda para construir más alojamientos puede aportar fuentes de ingresos para los constructores y propietarios. Pero el precio de la vivienda aumenta.

EL COMERCIO EXTERIOR.

El turismo puede tener una influencia sobre las relaciones comerciales internacionales. Por una parte, influye sobre las exportaciones. En este sentido, el turismo ejerce un papel de promotor sobre la compra de productos del país receptor; las campañas de promoción del turismo exponen igualmente productos del país que favorece su consumo posterior; el hábito adquirido durante la estancia lleva a consumir después esos productos fuera del destino turístico; el consumo de los turistas extranjeros durante su estancia puede ser considerado como una exportación.

No obstante, no hay que olvidar que el turismo también implica la realización de importaciones para satisfacer la demanda directa e indirecta ocasionada por el turismo. En este sentido, cabe considerar los productos demandados directamente por el turismo y los turistas; las importaciones que se generan en el proceso productivo de las empresas que prestan servicios a los turistas; y, por último, las importaciones inducidas por las empresas que están en contacto con el turismo y de aquellas otras que suministran productos y servicios a las primeras, para atender el consumo de los turistas.

Desde el punto de vista de las relaciones económicas internacionales, es necesario recordar que muchos países turísticos tienen un déficit persistente en la balanza de bienes e, incluso, en la cuenta corriente. En estos países, el turismo suele desempeñar el papel de fuente de financiación fundamental de la economía. Así en el caso de España, el turismo es la primera partida compensadora del déficit comercial; aunque esta contribución ha ido perdiendo importancia con el tiempo.

No obstante, hay que tener en cuenta que algunos posibles ingresos turísticos nunca llegan a las manos del país receptor. Así es el caso de los viajes realizados en las líneas aéreas extranjeras o de la compra de los paquetes turísticos mediante agencias o tour-operadores extranjeros. Los salarios y beneficios no se perciben en el país de destino y no figuran en la balanza de pagos como ingresos, aunque formen parte del gasto realizado por el turista.

En términos de las relaciones económicas internacionales, hay que tener en cuenta que los movimientos de divisas que ocasiona el turismo puede tener impactos positivos o negativos sobre

el tipo de cambio. Las depreciaciones y devaluaciones suelen mejorar la competitividad del sector turístico, pues se abaratan los precios turísticos expresados en divisas³⁶.

ENLACES INTERNOS Y EXTERNOS.

Los enlaces se centran en diversas características inherentes a una actividad productiva. Dadas estas características, la actividad empuja o invita a algunos operadores a asumir nuevas actividades. Pero el desarrollo de las actividades productivas requiere de la presencia de agentes económicos capaces de llevar a cabo dichas actividades. Así, una nueva categoría de enlaces se refiere al carácter interno o externo al territorio del agente socioeconómico. Este aspecto es especialmente relevante para el caso de las áreas de montaña dada la importancia del declive demográfico.

Por una parte, se encuentra la situación en la que los operadores económico que ya participan en la actividad existente son impulsados a emprender la actividad adicional. Este es el enlace debido a los participantes, o *enlace interno*. Por otra parte, es posible que el impulso para la realización de actividades nuevas no lo experimenten tanto quienes participan en la actividad existente como otros agentes. Por ejemplo, la actividad existente podría ser realizada por operadores económicos nacionales, mientras que la actividad nueva sería asumida por extranjeros o por el Estado. Estaríamos ante un *enlace externo* por tratarse de agentes económicos ajenos a la actividad precedente (Hirschman, 1977).

Con esta nueva terminología podemos presentar una formulación compacta de diversas proposiciones acerca de los patrones de desarrollo y generar hipótesis nuevas en el proceso:

- a) Si la actividad es tecnológicamente ajena a la actividad existente el enlace interno afrontará grandes dificultades;
- b) Los países donde la actividad se desarrollo por primera vez tienden a mostrar una preferencia particularmente marcada por los enlaces internos sobre los enlaces externos; así surge la conjetura de que
- c) En cambio los países que *importan* dichas actividades puede mostrarse más proclives a los enlaces externos.

Con el concepto más amplio de enlace podría definirse también una actividad nueva como la que genera el mismo producto que antes pero que ahora se realiza en un lugar nuevo. El enlace interno también puede ser visto pues como una invitación a la movilidad espacial. Existe

³⁶ No obstante, existen otros mecanismos que contrarrestan los posibles beneficios de una depreciación o de una devaluación. Así, la devaluación provoca un encarecimiento de las importaciones. En consecuencia, el sector puede ver cómo suben los costes de inputs importados, viéndose obligado a subir sus precios a medio y largo plazo –ocasionándose de este modo una inflación de costes- y, por tanto, el efecto positivo inicial es anulado por la inflación.

un enlace interno cuando ciertas características de la actividad existente imponen o invitan a algunos de sus operadores a trasladarse a otro lugar aunque no planeen, por lo menos al principio emprender una nueva actividad.

EL DESARROLLO REGIONAL Y ECOTURISMO.

A la hora de explicar los diferentes efectos que el desarrollo turístico tiene sobre el área geográfica donde esta actividad tienen lugar exige tener en cuenta algunos factores que pueden presentarse en dos grupos: por una parte, las repercusiones del turismo sobre el territorio dependen de la modalidad y características del turismo en cuestión. Esta cuestión se ha abordado anteriormente. Y, por otra parte dependen de una serie de factores y características específicas del territorio donde tiene lugar el desarrollo turístico. La interacción de ambos grupos de variables da lugar al desarrollo económico del área donde el turismo se implanta.

El turismo puede contribuir al desarrollo económico y social de múltiples zonas. Para Figuerola, el factor inicial de expansión vendría por la acción directa de los valores geoturísticos, que por sí mismo han atraído la demanda turística hacia la zona. Además, los factores de impulso y de sostenimiento vendrían por la acción de las iniciativas privadas y públicas, aportando dichos recursos financieros y técnicos que complementarían el proceso³⁷.

Las repercusiones directas e indirectas del turismo sobre el desarrollo territorial dan lugar a una movilización de los factores productivos. Esta movilización implica la aparición de ciertas actividades productivas totalmente nuevas y el crecimiento de algunas ya existentes. Pero también conlleva la desaparición de otras actividades debido a la competencia que el turismo abre o puede abrir por la lucha por los recursos económicos.

No obstante, es necesario tener en cuenta alguno desequilibrios posibles –sin considerar los estrictos desequilibrios sectoriales temporales- que pueden producirse como consecuencia del desarrollo del turismo. En primer lugar, la expansión turística puede ocasionar un desequilibrio cuantitativo y cualitativo en el mercado de trabajo. Si el desequilibrio cuantitativo puede ser el más fácilmente observable, el desequilibrio debido a la falta y a las carencias formativas (y a la paulatina desaparición de competencias tradicionales) puede ser más perjudicial a medio y largo plazo.

En segundo lugar, los desarrollo turísticos suelen implicar en algunas ocasiones la llegada de turistas con pautas de consumo diferentes a los de las zonas de destino; pautas de consumo que en muchos casos llegan a generalizarse entre la población local. En estos casos, es fácilmente apreciable la existencia de fugas. Es decir, ciertas compras externas al área serán necesarias para

³⁷ Tal y como hemos analizado más arriba, los efectos cuantificables de una manera inmediata serían: el aumento de la renta disponible por habitante; la expansión de otros sectores vinculados; cambios en la estructura del mercado de trabajo;

...

satisfacer las nuevas pautas de consumo. Estas fugas pueden estar motivadas también en razones estrictamente cuantitativas de un fuerte volumen demanda por parte de los turistas.

En tercer lugar, las actividades turísticas y el impulso general de la actividad económica que el turismo ocasiona generan un incremento de los ingresos públicos. No obstante, el propio desarrollo turístico genera una fuerte demanda de bienes públicos y/o privados cuya provisión, en algunos casos, y cuya financiación, en todos los casos, corre a cargo de las administraciones públicas.

LA GENERACIÓN DE EFECTOS DE ENLACE.

La generación de una buena parte de los efectos mencionados anteriormente depende del tipo de productores y abastecedores; de la capacidad de los productores locales; del desarrollo histórico del turismo; y del tipo de desarrollo turístico. Lundgren (1973), mostró que la naturaleza y magnitud de la actividad empresarial adicional generada por el turismo cambiaba dependiendo de la forma y del nivel del desarrollo hotelero. De hecho, las relaciones entre la demanda y el abastecimiento difieren significativamente según el tipo de alojamiento y el nivel de desarrollo económico del destino turístico. Así, el desarrollo gradual hotelero se caracteriza por una sucesión de mejoras y expansiones de la infraestructura sobre un largo período, lo cual crea un incremento gradual en la demanda para la producción local³⁸.

La mayoría de los destinos turísticos de los países y áreas menos desarrolladas se basan en grandes complejos hoteleros, de modo que el patrón empresarial presenta una serie de particularidades. En muchos países en desarrollo, el desarrollo hotelero ha sido rápido y ha creado una demanda inmediata muy importante cuantitativamente. Los abastecimientos locales suelen ser incapaces de satisfacerla. Además, los hoteles y los abastecedores extranjeros desarrollan un estrecho sistema integrado que no permite la intervención de empresas locales.

El patrón exacto de actividades empresariales varía de un lugar a otro, debido en parte a los factores que afectan a los enlaces. No obstante, es esencial que la industria turística se sirva, tanto como sea posible, de los productores locales, si se quiere incrementar su contribución potencial total a la economía local. Esto dependerá, en mucho, de la habilidad del destino para romper el dominio de los abastecedores extranjeros e intensificar las relaciones económicas con los abastecedores locales (Mathieson & Wall, 1986, pp. 110-1).

ENFOQUE DE ENLACES Y SOCIEDAD.

El enfoque de los enlaces fue inicialmente ideado para explicar el crecimiento y el desarrollo económico, pero puede explicar fácilmente el estancamiento y el empobrecimiento. Si algunos de los enlaces no se producen o, simplemente, fracasan, podemos establecer una

³⁸ Esto es importante para las economías en desarrollo, dado que el aumento de la demanda es paralelo al aumento en la capacidad de abastecimiento local. Se considera que, por razones económicas o tecnológicas, la oferta local es inelástica en el corto plazo y hay una fuerte dependencia de las importaciones.

clasificación de los puntos de fracaso e identificar las razones del mismo. Además, en algunas circunstancias un enlace puede ser un obstáculo más que una ventaja para el desarrollo. En consecuencia, no debe pensarse que la promoción de las actividades turística conlleva necesariamente la realización efectiva de su potencial económico.

Por otra parte, las constelaciones de enlaces características de un bien básico determinado –el turismo, en nuestro caso- conforman no sólo ciertos patrones de desarrollo o estancamiento probables, sino que, además, ejercen, a través de estos patrones, una influencia sobre el orden social y el sistema político de aquellos espacios donde el mismo ocupa un papel económico determinante o importante. El esfuerzo dirigido a reconocer dichas influencias consiste en un intento por identificar los efectos de las fuerzas productivas sobre las relaciones de producción. Se trata de un intento por explorar el grado de afinidad entre las actividades económicas clave y las formas de organización social y política. Hirschman precisa que no existe necesariamente una relación unívoca entre una actividad económica específica y un sistema político-social resultante. No obstante, es bastante probable que exista solamente un número de encajes reducidos; o que algunas configuraciones puedan ser claramente inadecuadas para ciertas actividades productivas o tecnológicas.

También, ha que tener en cuenta que la conexión causal entre la actividad productiva, sea un bien básico, y un sistema sociopolítico no fluye solamente en una dirección. Generalmente, el análisis parte de las características del bien básico para luego buscar sus huellas, efectos en la sociedad. Pero en muchos es posible y deseable invertir la dirección de la investigación: se puede preguntar si es probable que cierta clase de régimen político muestre una fuerte preferencia por un tipo determinado de desarrollo industrial. En otros términos, el desarrollo efectivo de un destino turístico también depende de las características sociopolíticas del espacio en cuestión.

BIBLIOGRAFÍA.

- Archer, B.H. (1973): *The Impact of Domestic Tourism*, University of Wales Press, Cardiff.
- Baños Castiñeira, C.J. (2001): "Modelos turísticos locales. Análisis comparado de dos destinos de la Costa Blanca", *Investigaciones Geográficas*, nº 21, pp. 35-48.
- Boyd, S.W. & Butler, R.W. (2000): "Managing Ecotourism: an Opportunity Spectrum Approach", in Ryan, Ch. & Page, Stephen (eds.) (2000): *Tourism Management. Towards the New Millennium*, Pergamon, Oxford, Cap. 22, pp. 337-51.
- Cuadrado Roura, J.R. & Arranz Calvo, A. (1996): "Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output", in Pedreño Muños, A. (dir.) (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*, Critica, Madrid, pp. 181-215.
- Dearden, P. and Harron, S. (1992): "Tourism and the Hill-tribes of Thailand", in Weiler, B. & Hall, C.M. (ed.) (1992): *Special Interest Tourism*, Belhaven Press, London, pp. 96-104.
- Figgis, P. (1993): "Eco-tourism: Special Interest of Major Direction", *Habitat Australia*, February, pp. 8-11.
- Figuerola Palomo, M. (1992): *Manual para el estudio de la economía turística en el ámbito macroeconómico*, WTO, Madrid.
- Furió-i-Blasco, E. (1996a): *Evolución y cambio en la economía regional*, Ariel, Barcelona.
- Furió-i-Blasco, E. (1996b): *Economía, turismo y medio ambiente*, Tirant lo Blanch, Valencia.
- Furió-i-Blasco, E. (1996c): "Enlaces, estímulos y plasticidad", *El Trimestre Económico*. México. 1996. Vol. LXVIII (4) nº 252. pp 1241-76.
- Furió-i-Blasco, E. (2000): "Globalización económica y mercado turístico. Análisis del caso español", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol 9. nº 3 et 4. pp. 286-315.
- Furió-i-Blasco, E. (2001): « Tourisme et environnement. Le cas méditerranéen de Valencia (Espagne) », *37^e Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française*, Bordeaux, 3-5 septembre 2001.
- Furió-i-Blasco, E. (2002): « Coastal Tourism, the Economy and the Environment », *42nd Congress of the European Regional Science Association. (ERSA)*, « From Industry to Advanced Services - Perspectives of European Metropolitan Regions », Dortmund, August 27th to 31st, 2002.
- Georgescu-Roegen, N. (1971) *The Entropy Law and the Economic Process*. Cambridge (Mass.), Havard University Press;
- Greenwood, D. (1976): "Tourism as an Agent of Change", *Annals of Tourism Research*, 3, pp. 128-42.
- Hirschman, A.O. (1958): *The Strategy of Economic Development*, Yale University Press, Ney Haven.
- Hirschman, Albert O. (1961): « Economics and Investment Planning: Reflections Based on Experience in Colombia », *Investments Criteria and Economic Growth*, Center for International Studies, MIT, Cambridge, Mass.
- Hirschman, A. O. (1977): "A Generalized Linkage Approach to Development, with Special Refernce to Staples", in Nash, M. (ed.): *Essays on Economic Development and Cultural Change in Honor of Bert F. Hoselitz*, University of Chicago Press, Chicago.
- Hirschman, A. O. (1982): *Shifting Involvements. Private Interest and Public Action*, Princeton University Press, Princeton, N.J.
- Kenchington, R. A. (1989): "Tourism in the Galapagos Islands: the dilemma of conservation", *Environmental Conservation*, 16(3), pp. 227-32.

- Lundgren, D.E. (1973): *The Tourist Business*, Cahners, Boston.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1986): *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, Londres.
- Meadows, D.L. (1972): *Los límites del crecimiento. Informe al Club de Roma sobre el predicamento de la Humanidad*, F.C.E., México, 1988.
- Merlin, P. (2001): *Tourisme et aménagement touristique. Des objectifs inconciliables ?*, La documentation Française, París.
- Miller, M.L. & Kaae, B.C. (1993): "Coastal and Marine Ecotourism: a Formula for Sustainable Development?", *Trends*, 30, pp. 35-41.
- Mullin, S. (1992): "Wilderness Access for Persons with Disability: a Discussion", *Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers*, pp. 20-5.
- OCDE (1980): *L'impact du tourisme sur l'environnement*, OCDE, París.
- Olinda, P. (1991): "The Old Man of Nature Tourism: Keyna", in Whelan, T. (1991): *Nature Tourism – Managing for the Environment*, Island Press, Washington, D.C., pp. 23-8;
- Orams, M.B. (2000): "Towards a more Desirable Form of Ecotourism", in Ryan, Ch. & Page, Stephen (eds.) (2000): *Tourism Management. Towards the New Millennium*, Pergamon, Oxford, Cap. 20, pp. 315-23.
- Pearson, S.R. (1970): *Petroleum and the Nigerian Economy*, Stanford University Press, Stanford.
- Richardson, J. (1993): *Ecotourism and Nature Based Holidays*, Simon and Schuster, Australia.
- Steiner, M. (1986): "El potencial económico regional y el desarrollo regional", *Estudios Territoriales*, nº 22, pp. 95-112.
- Teitel, S. & Thoumi, F. (1986): "From Import Substitution to Exports: the Recent Experience of Argentina and Brazil", *Economic Development and Cultural Change*, 34(3), April, pp. 455-90.
- Valentine, P.S. (1992) : "Ecotourism and Nature Conservation : a Definition with some Recent Development in Micronesia", *Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers*, pp. 4-9.
- Vaughan, (1977): *The Economic Impact of Tourism in Edinburgh and the Lothian Region*, Scottish Tourist Board, Edimburgo.
- Vaughan, R. (1977): *The Economic Impact of Tourism in Edinburgh and the Lothian Region*, Scottish Tourist Board, Edimburgo.
- Vera Rebollo, J.F. (2001): "El modelo turístico de la Marina Alta: apuntes para una nueva etapa desde la sostenibilidad como referencia", *Investigaciones Geográficas*, nº 24, pp. 133-41.
- Watkins, M.H. (1963): "A Staple Theory of Economic Growth", *Canadian Journal of Economics and Political Science*, 29(2), may, pp. 141-58.
- Wight, P. (1993): "Ecotourism: Ethics or Eco-sell?", *Journal of Travel Research*, 31(3), pp. 3-9.
- Zell, L. (1992): "Ecotourism of the Future –the Vicarious Experience", *Ecotourism Incorporating the Global Classroom. International Conference Papers*, pp. 30-5.
- Ziffer, K. (1989): *Ecotourism, an Uneasy Alliance*, Working Paper Nº 1, Conservation International and Ernst and Young, Washington, D.C.