

REFLEXIONES SOBRE LA REPRESENTACIÓN DEL FENÓMENO TURÍSTICO A TRAVÉS DEL USO DE ALGUNOS ÍNDICES SIMPLES

Luis Alfonso GONZÁLEZ POLLEDO
Profesor de Geografía. Universidad de León.

Dejando para una mejor ocasión la consideración de los notables problemas con los que se encuentra la investigación turística debido a la escasez y limitada desagregación espacial de las fuentes estadísticas, así como a la relativa contradicción a menudo existente entre fuentes referidas al mismo fenómeno, nos ocuparemos en este trabajo de las posibilidades que para el análisis espacial y la planificación del turismo, el ocio y la recreación tienen algunos índices sencillos con los que se pretende combinar el valor espacial de ciertos fenómenos con el impacto visual de los mapas temáticos.

Antes que nada, queremos que quede clara la diferencia conceptual existente entre los términos 'índice' y 'tasa'.

Un índice es una fórmula matemática simple cuyos valores se utilizan para establecer las variaciones, en el tiempo y en el espacio, de un determinado fenómeno. Algunos índices son denominados *tasas*, *ratios* o *coeficientes*; sin embargo, el término *tasa*, en concreto, (equivalente a 'medida' o 'regla') alude a la relación en que varía una magnitud *económica* respecto a otra con la que está relacionada¹.

El primer motivo que llama nuestra atención al contemplar el mapa que refleja el total provincial de plazas en hoteles y campings en 1965 (*vid.* MAPA 1) es la evidente (y presuponible) primacía de las provincias costeras en lo que a plazas turísticas se refiere.

La imagen ofrecida por el mapa se ajusta a lo que cualquiera podría esperar. A pesar de encontrarnos aún en 1965, la costa mediterránea aparece ya claramente prefigurada como destino turístico por excelencia. Las únicas notas discordantes vendrían dadas por la menor importancia turística de Almería y Huelva.

La segunda zona en importancia es el litoral cantábrico, que se muestra como una incipiente área de desarrollo turístico, en segundo plano con respecto al área mediterránea. De destacar es la presencia de Cantabria como importante destino turístico de las clases altas que han arrastrado el crecimiento en la oferta de plazas turísticas.

¹ Si hacemos esta precisión es porque una de las medidas que pretendemos poner en cuestión es la muy conocida 'tasa de función turística de Defert'.

El resto de la Península se halla en líneas generales por debajo de las cuatromil plazas. La dicotomía entre el litoral y el interior queda pues, claramente de manifiesto. El modelo de desarrollo turístico español se vislumbra, ya en 1965, como un modelo netamente periférico, litoral.

La única provincia que parece romper este modelo es Madrid. Su inclusión en una de las clases superiores en la distribución de frecuencias correspondiente al primer mapa ofrece la nota discordante que presenta dicho mapa en lo que se refiere al interior peninsular.

Ahora bien, cabe pensar que en el caso de Madrid están ejerciendo su influencia factores que pueden distorsionar la adecuada comprensión de la situación.

Efectivamente, la condición de capital del Estado y el extremado peso poblacional de Madrid en el interior distorsionan el problema. Este peso ficticio puede resolverse fácilmente de muchas maneras. Una de ellas es mostrando cuál es el número de plazas turísticas de cada provincia exceptuando las correspondientes a su capital administrativa. No se busca con ello desvirtuar la importancia turística de las capitales y menos aún la de Madrid ², sino que se trata de obviar el importante número de viajeros no turistas generados por las diversas actividades desarrolladas en las capitales de provincia precisamente por su condición de centros administrativos y económicos de primer orden.

La observación de los mapas correspondientes al total provincial de plazas en alojamientos turísticos en 1965 y 1990 (*cfr.* MAPAS 1 Y 2) nos pone en la pista de estas afirmaciones. La utilización de una misma distribución en clases para los dos momentos³ nos permite confirmar las afirmaciones anteriores.

En los veinticinco años que transcurren entre los dos mapas se aprecia un

² Este hecho ha sido puesto de manifiesto precisamente por Stephen L. J. SMITH (1989: 204-5) al analizar la Tasa de Función Turística de Defert, uno de los medios a través de los que podríamos resolver el mencionado problema del peso ficticio. La neutralización del sesgo introducido por una gran ciudad sobre la consideración de su propia importancia turística no debe hacernos obviar esa importancia. La consideración que SMITH hace para Londres («Aunque la Tf para Londres, por ejemplo, ciertamente no será la más alta del Reino Unido, Londres es responsable de más pernoctaciones que cualquier otro lugar del Reino Unido. Hay que tener cuidado al hacer inferencias, partiendo del tamaño de la Tf, sobre la importancia de una ciudad como generadora de turismo en el contexto de una región más grande» (*ibid.*: p. 205)) puede ser hecha de manera muy similar para Madrid.

³ Con la particularidad de que hemos decidido consignar los mismos límites de clases en los dos momentos tomando como base de partida la situación de 1990 y aplicándola posteriormente a 1965. De este modo podemos comprobar cuál es la situación actual y cómo ha evolucionado a partir de 1965. Evidentemente, es muy interesante reflejar el fenómeno a la inversa, aplicando la distribución en clases de 1965 (seis clases de siete provincias y una de ocho) a 1990, o simplemente hacer un mapa distinto para cada año, pero ante la carencia de espacio, hemos optado por la primera opción.

claro fenómeno de acentuación del fenómeno turístico en el litoral. Casi todas las provincias experimentan un aumento en el número de plazas ofrecidas, pero ese aumento es mucho más acusado en la costa.

Esta vocación turística de las provincias del litoral no significa, en cualquier caso, que su comportamiento haya sido similar a lo largo de esos veinticinco años. El mapa que refleja ese comportamiento mediante la representación de la tasa de incremento anual acumulativo del número de plazas en hoteles y campings es, en contra de lo que pudiera parecer, el esperado (MAPA 7). Dos cuestiones son inmediatamente destacables:

(a) No resulta extraño que algunas de las provincias del interior sean las que más han crecido en ese tiempo. El hecho de que partiesen de valores muy bajos en 1965 ha facilitado el que quintupliquen o sextupliquen el número de plazas ofrecidas. Palencia, Zamora, Cáceres, Toledo, La Rioja y Lérica destacan en este sentido.

(b) De la misma manera, aquellas provincias que, estando en el litoral, disponían en 1965 de una infraestructura turística anormalmente reducida (anormalmente en la medida en que eran provincias litorales y por comparación con las demás provincias costeras) han sido las que han experimentado un mayor crecimiento. El dato adquiere un notable interés en los casos de Almería, Huelva y Santa Cruz de Tenerife. La Coruña, Pontevedra y Asturias les siguen en ese sentido.

Por encima de todo, lo que pone de manifiesto el mapa 7 es algo fundamental, definido por dos vertientes muy distintas:

(a) El reducido crecimiento de la oferta en las provincias del litoral, en contra de lo que pudiera esperarse, es debido a que esas provincias se hallaban ya muy saturadas en 1965.

(b) El reducido crecimiento de la oferta en las provincias del interior, más esperado que en el caso anterior, es debido a las escasas expectativas turísticas presentadas por esas provincias, lo que inhibe las iniciativas destinadas a generar nueva oferta.

Tal y como bien señala PEARCE, «aunque los datos sobre la distribución de todas las unidades de acomodación o sobre la capacidad total de camas dan una útil indicación sobre dónde es importante el turismo en términos de un país o una región como un todo, los números absolutos no necesariamente reflejan la significación del turismo dentro de áreas concretas» (19-87: p. 115). Esto es cierto, aunque a su vez ha de ser tomado con precaución. La cifra absoluta de hoteles, de camas o de cualquier otra variable tiene también una importancia intrínseca. Dos provincias españolas como Barcelona y Gerona pueden constituir un buen ejemplo. Su monto poblacional, el tamaño de su capital administrativa o el volumen de su actividad económica pueden ser, y de hecho son, muy diferentes. Sin embargo, ambas tienen un peso turístico de notable entidad en el panorama nacional. Aún más, la provincia menos dotada en los aspectos antes mencionados, Gerona, dispone incluso de mayor infraestructura turística que la propia Barcelona. Los 701 hoteles y hostales de Barcelona o los 853 de Gerona frente a los 103 de Almería o los 142 de Murcia son un hecho por sí mis-

mo incontestable. Una cifra tan elevada de hoteles es un dato intrínsecamente significativo cuyo valor no debe ser negado.

Otra cosa es que pretendamos poner de manifiesto cuál es la importancia relativa del turismo, o que queramos mostrar simplemente si el turismo es importante y por qué. En este caso tendremos que hacer frente a varios interrogantes de no poca importancia:

1 ¿Acaso es preciso explicitar cuantitativamente la importancia del turismo?

2 ¿Con respecto a qué ha de considerarse la importancia del turismo? ¿Qué ha de ser tomado como punto de referencia para la comparación?

3 El hecho de que dos provincias tengan similar infraestructura turística pero distinta población, ¿indica que la importancia del turismo es diferente?

4 El hecho de que el peso económico del turismo sea diferente en dos zonas, aún cuando su infraestructura turística sea similar, ¿limita el valor intrínseco del turismo en aquella zona cuya economía es más boyante?

Estos interrogantes nos abocan a su vez a otras consideraciones quizá de mayor trascendencia:

I La implantación y el desarrollo de las actividades turísticas no parece tener mucho que ver con la situación poblacional o económica preexistente en una zona. Los ejemplos de contrastes entre similar desarrollo turístico y dispar situación poblacional o económica y viceversa podrían ser abundantes y evidentes.

II El desarrollo del turismo tampoco parece tener mucho que ver con la disponibilidad in situ de capitales dispuestos para la inversión en turismo. Los ejemplos sobre los mecanismos utilizados por tour-operadores nacionales o extranjeros para fomentar el turismo en una zona nos hablan de cooperación con -soporte económico para- inversores locales o simple actuación directa (*Cfr.* CALS, 1974: 179-186).

III Lo que sí ejerce el turismo, evidentemente, es un efecto a posteriori que sí resulta interesante para el análisis. El tirón que el turismo produce sobre la economía sí que ha de ser tenido en cuenta, así como ha de contemplarse el hecho de que ese efecto de arrastre puede ser mayor -más beneficioso, o más perjudicial- en unas zonas que en otras. Pero esto no es lo mismo que, por ejemplo, evaluar el peso del turismo en el empleo de una región o en su producto interior. A la hora de comparar con otras zonas, el peso económico del turismo sólo adquiere importancia en una perspectiva temporal que muestre la evolución de esa importancia económica del turismo.

El resultado de estas consideraciones es un cuestionamiento de determinados puntos de referencia que se toman para establecer la importancia relativa del turismo. La puesta en correspondencia con un dato tan sencillo como la superficie (MAPAS 5 Y 6) o un total nacional puede resultar más significativa que otras consideraciones más complicadas. En este sentido, la afirmación de Pearce antes transcrita puede no ser del todo aceptable.

Entre los índices propuestos para evitar esas cifras globales que nosotros tratamos ahora de defender -al menos en parte- se halla la Tasa de Función

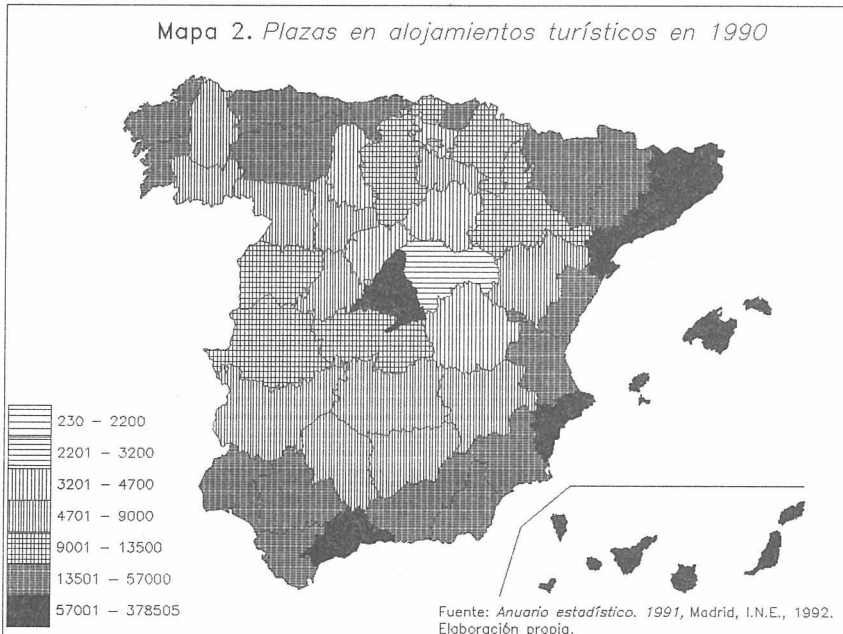
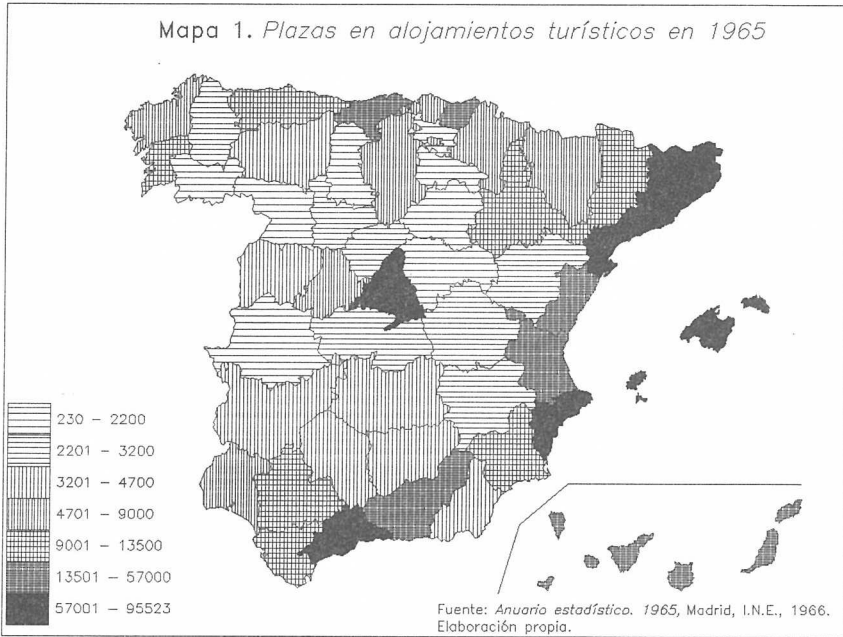
Turística de Defert (Cfr. MAPAS 3 Y 4). El propio PEARCE (1987: 115) parece hacer de valedor de dicha tasa al poner de manifiesto algunas de sus propiedades correctoras del sesgo introducido por el volumen poblacional. Lo que nosotros ponemos en cuestión es la introducción de la población total en la elaboración de esa tasa. No cabe duda de que es probable que la mayor parte de la población de la región neozelandesa de Fiordland se dedique al turismo (Cfr. PEARCE 1987: 115). Lo que resta por saber es si el turismo de Fiordland es en alguna medida importante para Nueva Zelanda.

A esto ha de añadirse la observación que hacíamos anteriormente tomada de Smith. Las grandes ciudades ven reducida su tasa de función turística debido a que su peso poblacional es muy elevado y a que por tanto la actividad turística pasa a un segundo plano en su economía, pero esa actividad tampoco puede ser obviada de manera tan sencilla⁴.

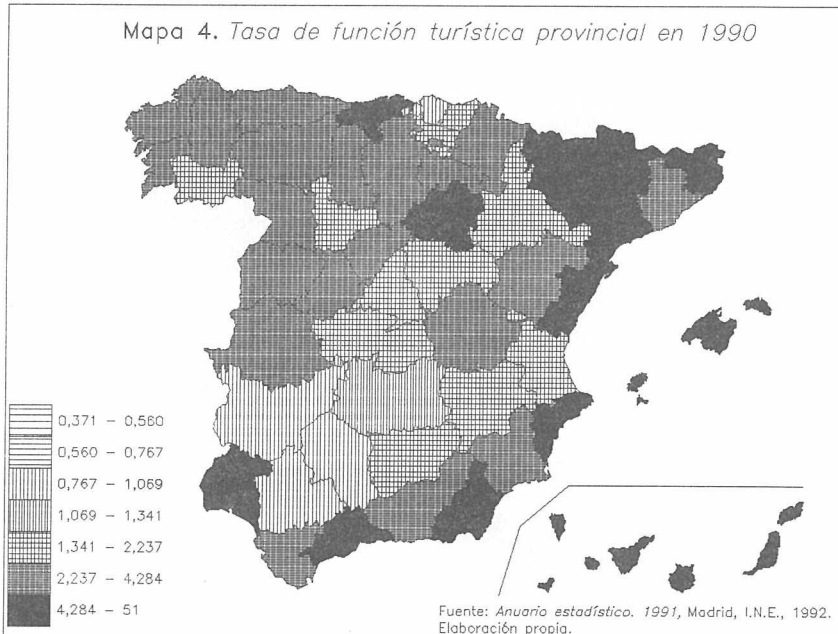
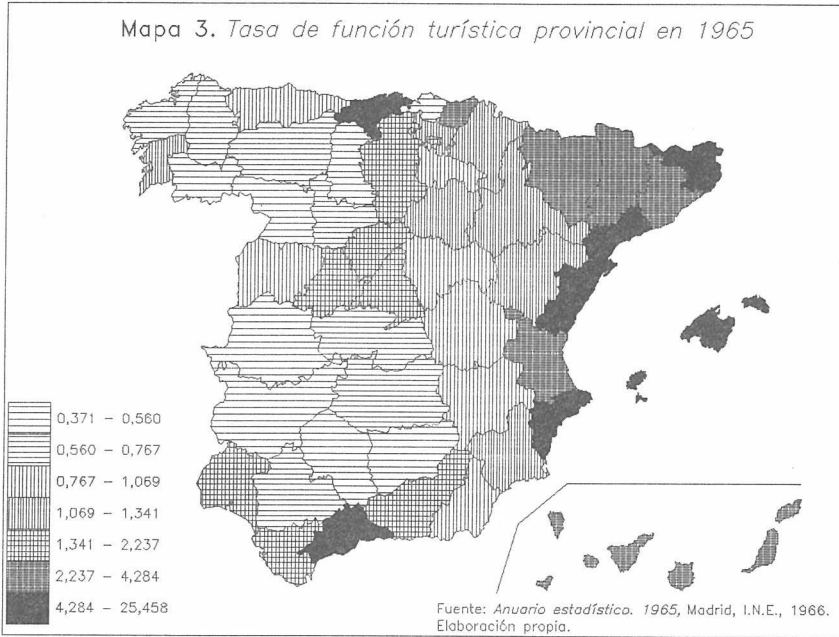
Esto es lo que ocurre en cierta medida en el mapa de España por provincias en el que hemos reflejado dicha tasa (MAPAS 3 Y 4). De él sigue desprendiéndose, no obstante, el predominio del litoral mediterráneo en cuanto al turismo. Además, las provincias de Pontevedra y Santander denotan una importancia turística que parece normal. Lo que ya no resulta tan normal son los valores alcanzados por, sobre todo, Castilla y León y Cáceres. La escasa población de estas provincias puede introducir un sesgo similar al que supone la excesiva corrección de las grandes capitales. Por otro lado, si lo que queremos es poner de manifiesto la importancia del turismo de una provincia no para sí misma, sino para el total nacional, no podemos utilizar un índice que nos diga que Barcelona es menos importante que Gerona cuando el número de plazas turísticas es muy similar.

⁴ «Una útil regla es la *Tasa de Función Turística de Defert* que compara el número de camas turísticas disponibles en un destino con el número total de residentes, o huéspedes, en la región. El índice es una útil guía sobre la magnitud relativa del turismo en una región, pero subestima el importante impacto del turismo en las grandes ciudades donde la población residente es numerosa» (BONIFACE & COOPER 1987: 6).

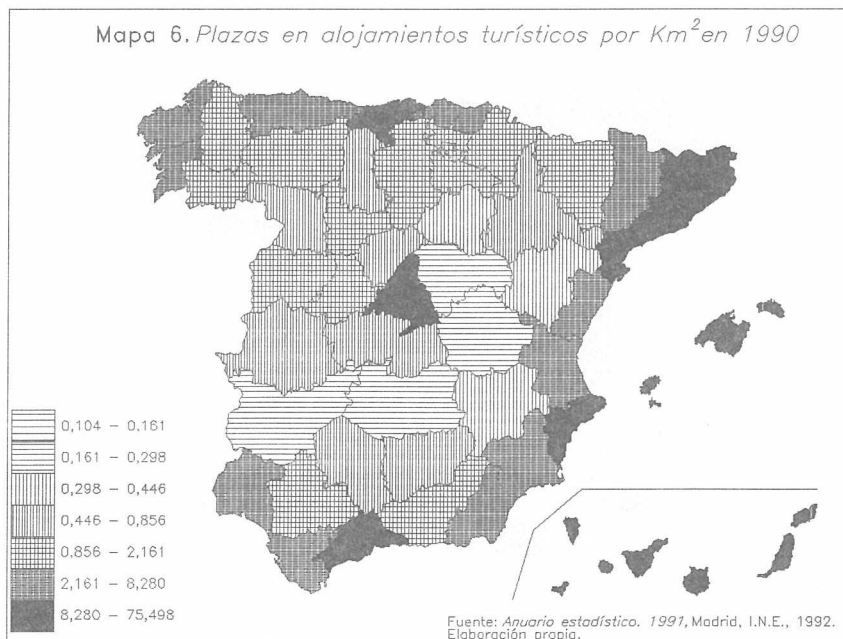
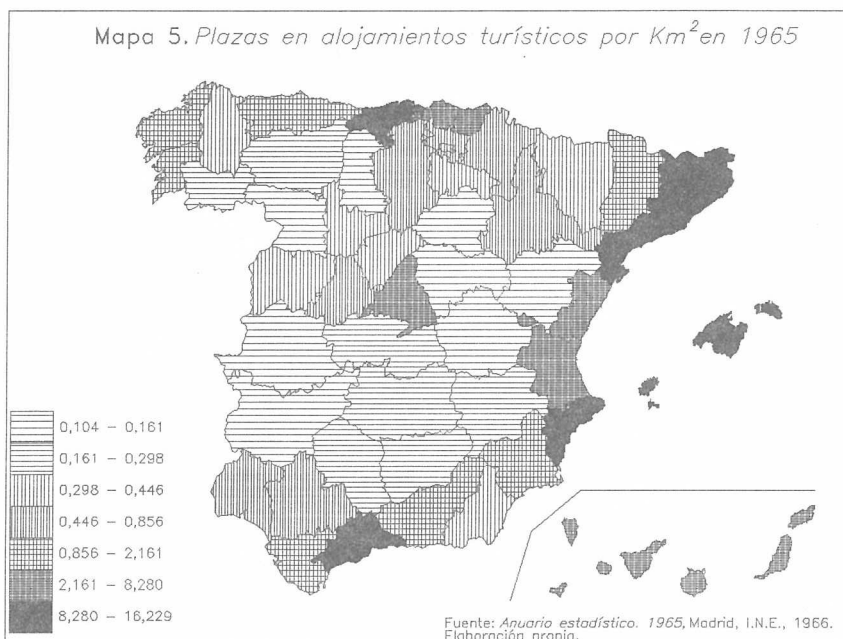
Mapas 1 y 2



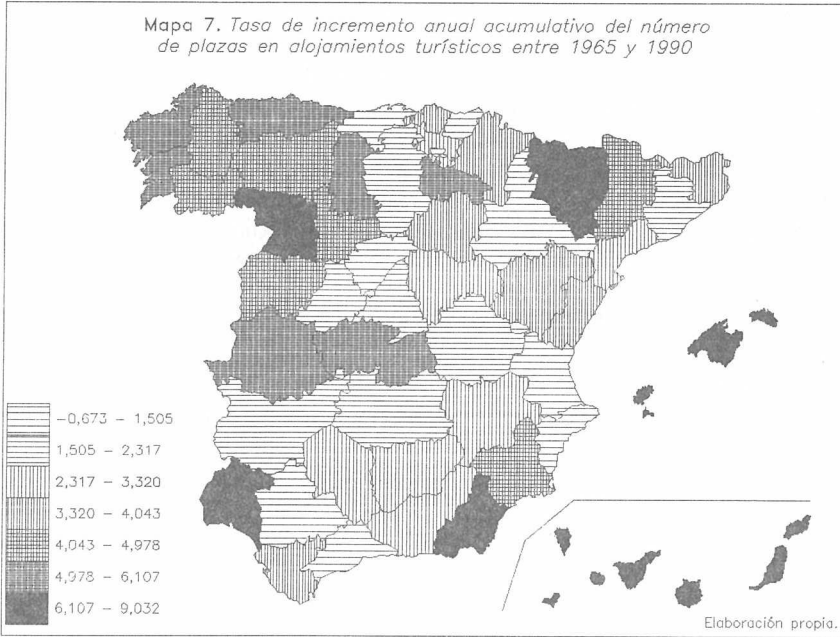
Mapas 3 y 4



Mapas 5 y 6



Mapa 7



BIBLIOGRAFÍA

- BARBIER, B. (1984) «Capacité d'hébergement et régions touristiques en France». *Revue de Géographie de Lyon*, 1984/1-2, pp. 41-49.
- BONIFACE, B. G. & COOPER, CH. P. (1987) *The Geography of Travel and Tourism*. Oxford: Heinemann.
- CALS, J. (1974) *Turismo y política turística en España: Una aproximación*. Barcelona: Ariel.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1982) «Les taxes de funció turística». *Atlas Socioeconòmic de Catalunya*, (Segunda parte), hoja 5.03.03. Barcelona: Caixa d'Estalvis de Catalunya, Ahorrobank, Servei d'Estudis del Banco Urquijo.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1988) «Geografía del turismo en España: una aproximación a la distribución espacial de la demanda y de la oferta de alojamiento». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 13, pp. 35-64.
- MIRANDA MONTERO, M.^a J. (1989) «La hostelería valenciana: Un sector en cambio». *Cuadernos de Geografía*, 45, pp. 51-71.
- PEARCE, D. (1987) *Tourism today: a geographical analysis*. Essex: Longman.
- SMITH, S.L.J. (1989) *Tourism Analysis. A Handbook*. Londres: Longman.