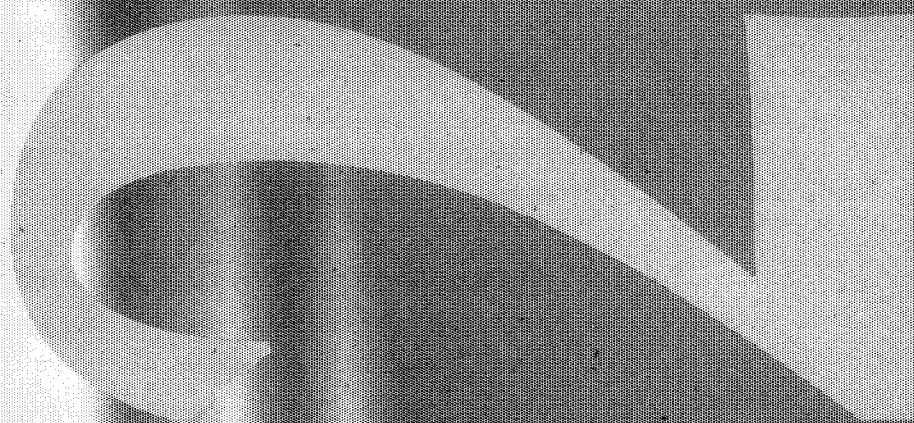
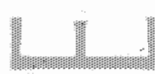


**Estudio de la competitividad del turismo en
España y la Costa Blanca, a través de la
evolución del tipo de cambio efectivo real**



Ana B. Ramón Rodríguez
Escuela Oficial de Turismo de la
Generalitat Valenciana-
Universidad de Alicante

Resumen

 El artículo forma parte de un trabajo de investigación sobre la competitividad vía precios y tipos de cambio del turismo en España y la Costa Blanca¹. De dicho estudio más amplio, se ha pretendido condensar en estas páginas un capítulo en el que se construye un índice de tipo de cambio efectivo real de las actividades turísticas como índice de competitividad. Se expone a continuación la metodología seguida para aproximar dicho indicador -tradicionalmente utilizado por el Banco de España para el análisis de la competitividad exterior del conjunto de la economía-, a las llamadas exportaciones de servicios turísticos, así como las principales conclusiones obtenidas a partir de los resultados de dicho indicador macroeconómico.

Palabras clave

Tipo de cambio efectivo nominal, tipo de cambio efectivo real.

1.- Introducción

La idea básica de este trabajo es estudiar la evolución de la competitividad vía precios y tipos de cambio de las actividades turísticas en España, con especial referencia a la Costa Blanca, durante el período 1986/1995. Se pretende analizar en qué magnitud una actividad netamente exportadora para la economía alicantina como es el turismo, se ha visto directamente influida por decisiones de política monetaria en la última década. Por tanto, el presente estudio aborda principalmente la vertiente exterior de las actividades turísticas: la demanda externa.

El concepto de competitividad de una economía hace referencia a su capacidad para ampliar o, al menos, mantener su participación tanto en los mercados externos como en el mercado interno, sin afectar adversamente al nivel de vida de sus ciudadanos. El turismo es una actividad productiva de demanda fuerte que presenta un crecimiento superior al crecimiento medio de la economía mundial. Dentro de este proceso de expansión, se ha ampliado el número de países turísticos emergentes que compiten con España y la Costa Blanca por el mismo segmento de demanda dada la escasa diferenciación de nuestro producto turístico y las indudables ventajas en precios que presentan muchas de estas economías.

El presente trabajo analiza, en primer lugar, la tendencia evolutiva de los precios relativos tanto del territorio nacional como de la C. Valenciana frente a los de sus principales países emisores de turistas. El siguiente apartado constituye el eje central del estudio y en él se estudia la evolución de la posición competitiva de los servicios turísticos, mediante el índice de tipo de cambio efectivo real. La idea principal consiste en complementar dicho indicador macroeconómico (elaborado por el Banco de España desde 1974, para el análisis de la competitividad exterior del conjunto de la economía), y acercarlo a las llamadas exportaciones de servicios turísticos, con el fin de mejorar la profundidad y/o rigurosidad de los análisis económicos que requiere dicho fenómeno en su vertiente exterior. Para ello, se elabora un tipo de cambio efectivo real turístico como indicador de competitividad que recoge los efectos de ambos determinantes, la cotización de las monedas y los precios relativos, en las actividades turísticas españolas respecto de sus principales países clientes.

¹ Este trabajo se extrae de la memoria de licenciatura presentada por la autora en la facultad de económicas y empresariales de la Universidad de Alicante, dirigida por el Dr. Moisés Hidaigo Moratal y becado por la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos en su primera Convocatoria de Ayudas a la Investigación.

2.- Análisis de los precios relativos con los principales países emisores

El factor precio ha jugado un papel relevante en el surgimiento y desarrollo de España como país especializado turísticamente y todavía lo juega a la hora de elevar o mantener la competitividad del sector mientras lo dotamos de un nivel de especialización e innovación que actúen como ventajas competitivas de nuestros destinos.

La información de los cuadros 1 y 2, pretende ilustrar uno de los mayores problemas estructurales que sufren todas las actividades productivas españolas que actúan en un mercado abierto (prácticamente la totalidad de ellas), y más concretamente las actividades turísticas. Se trata de la elevada tasa de inflación diferencial que presentan los precios al consumo (IPC) españoles respecto de los países de la Unión Europea o la OCDE. Esta situación provoca un efecto adverso no sólo sobre las actividades turísticas, sino también sobre la evolución del comercio exterior español y en consecuencia sobre la balanza por cuenta corriente. Cabe decir que, la relación precios - corriente turística de un determinado año puede ser retardada, especialmente cuando la influencia de los operadores turísticos mayoristas es significativa (como en el caso de Benidorm), ya que estos preparan sus paquetes con un año de antelación respecto a la temporada turística.

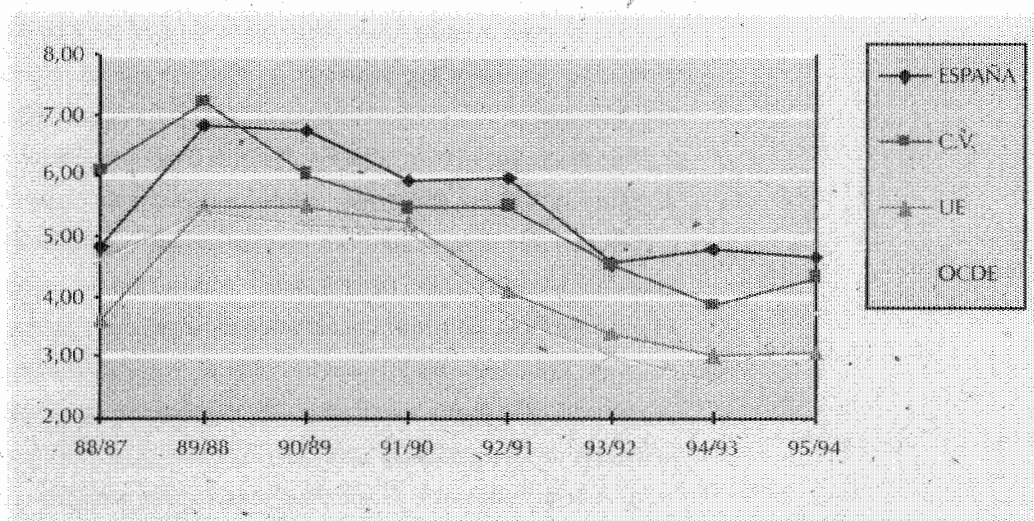
Cuadro nº 1: Tasa de Crecimiento del IPC (%)

	España	C.Valenciana	Unión Europea	Países OCDE
88/87	4,80	6,06	3,61	4,61
89/88	6,82	7,20	5,47	5,40
90/89	6,72	6,03	5,49	5,15
91/90	5,90	5,46	5,20	5,10
92/91	5,95	5,49	4,09	3,62
93/92	4,55	4,52	3,38	3,03
94/93	4,77	3,85	3,00	2,58
95/94	4,64	4,30	3,09	3,74
tasa media anual	5,52	5,36	4,16	4,23
total acumulado (87/95)	53,65	51,85	38,56	39,29

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, Banco de España y OCDE

Para el caso del sector turístico y referido a países miembros de la Unión Europea, el diferencial de inflación así medido se considera un acercamiento apropiado para analizar la competitividad ya que las medidas arancelarias y de contingentes a la exportación e importación han desaparecido. Además no es necesario descontar los impuestos indirectos ya que en el caso del turismo, el bien es consumido en el país donde se produce y soportado tanto por los consumidores nacionales como por los extranjeros.

Gráfico nº 1: Tasa de crecimiento anual del IPC (%)



Elaboración propia a partir de INE, Banco de España y OCDE

Partiendo de datos del Banco de España y considerando que los precios relativos miden la relación del índice de precios de España y el de un país o conjunto de países predeterminados, para un valor 100 en 1990 se obtiene que, dicha relación pasa a alcanzar un valor aproximado de 107% en 1995, respecto de los países de la Unión Europea y los de la OCDE, detectando un deterioro de la competitividad de nuestros productos (sin descontar el efecto del tipo de cambio) del 7%, en un período de cinco años. El diferencial de inflación positivo que presenta España respecto de la mayoría de los países de la UE no es exclusiva de este período, y ya constituyó un elemento clave en la salida durante los años ochenta de extranjeros residentes en España, al comprobar que la ventaja en precios que suponía España en la década de los sesenta había desaparecido (Hidalgo (1996)).

Por otro lado, merece la pena destacar como aproximación a la Costa Blanca, el comportamiento tendencial que presenta el IPC de la Comunidad Valenciana respecto al de España en los últimos años. Efectivamente los precios en la C. Valenciana partían de un comportamiento inflacionista superior a la media nacional

especialmente en el período 87-89, mejoran su posición relativa en la primera mitad de los noventa, gracias a la importante reducción en su crecimiento durante los dos últimos años analizados, a causa fundamentalmente de la contención de la demanda interna durante 1993-1994. Sin embargo, el IPC provincial alicantino² presenta desde 1994 una tendencia alcista respecto de los regionales:

Cuadro nº 2: Tasas de crecimiento anual del IPC de los principales países emisores de turistas a España

	España	Alemania	Francia	Reino Unido	Italia	Bélgica	Suiza	Holanda	Suecia	Noruega
87/86	5,24	0,20	3,12	4,16	4,72	1,58	1,49	-0,70	4,12	9,35
88/87	4,80	1,20	2,64	4,92	5,05	1,17	1,86	0,70	5,80	5,98
89/88	6,82	2,98	3,53	7,78	6,23	3,11	3,20	1,11	6,44	4,84
90/89	6,72	2,67	3,52	9,53	6,50	3,41	5,37	2,46	10,47	4,15
91/90	5,90	3,60	3,20	5,80	6,30	3,20	5,80	3,10	9,30	3,40
92/91	5,95	4,05	2,42	3,78	5,08	2,42	4,06	3,20	2,29	2,32
93/92	4,55	3,62	2,08	1,55	4,48	2,74	3,27	2,63	4,65	2,27
94/93	4,77	2,60	1,67	2,51	4,03	2,39	0,88	2,75	2,22	1,48
95/94	4,64	1,75	1,73	3,41	5,35	1,44	1,83	1,96	2,20	1,40
91/86	5,89	2,12	3,20	6,42	5,76	2,49	3,53	1,33	7,20	5,52
95/92	4,65	2,65	1,83	2,49	4,61	2,19	1,99	2,44	3,02	1,47
95/86	5,48	2,51	2,65	4,80	5,30	2,38	3,07	1,90	5,23	3,79

Fuente: elaboración propia a partir de datos OCDE "Main Economic indicators"

En el período de devaluación de la peseta (a partir de 1992) y corroborando la teoría que afirma que las devaluaciones provocan procesos inflacionarios, es España el país que mayor tasa de crecimiento del IPC presenta, seguido de cerca por Italia. Por lo tanto para el total del período analizado se confirma a pesar de los esfuerzos por su contención, una inflación diferencial positiva de los precios españoles respecto de los principales países emisores de turistas a nuestro país.

Sin embargo, las expectativas de evolución de la variable precios para 1996 y 1997 en España, son favorables gracias a la continuidad de la moderación salarial iniciada en 1994, a la debilidad de la demanda interna, así como la moderación en los precios internacionales que ha reducido el componente de inflación importada. Pese a ello, la generalizada contención de la inflación en el resto de los países de la Unión Europea con el objetivo de alcanzar los criterios de Maastrich en 1998, impedirán que España vuelva a mantener las ventajas comparativas vía precios que antaño disfrutó.

² El INE elabora IPC provinciales sólo desde 1993.

Por otro lado, se encuentran aquellos países desarrollados que presentan relevancia desde una doble vertiente, en base a su condición como países emisores y receptores de turistas. En efecto, Alemania, Francia, P. Bajos, Reino Unido, Suiza, actúan como generadores de turistas en el mercado internacional y, en concreto hacia la Costa Blanca, y como países oferentes de servicios turísticos. Reúnen todos ellos unos comportamientos en precios mucho más moderados que los españoles, cuestión que erosiona la competitividad de nuestros productos en los dos sentidos en los que dichos países inciden en el mercado turístico español; es decir, como clientes y como competidores.

1.1.- Mediciones con el Índice de Precios Turísticos (IPT)

Esta pérdida de competitividad que produce la inflación diferencial en el territorio español respecto a nuestros principales países europeos, se agudiza en el caso de las actividades turísticas españolas, si nos basamos en el denominado Índice de Precios Turísticos (IPT)³. El IPT para un país pretende medir la evolución de los precios de los bienes y servicios que consumen los turistas en dicho país. Son de nuevo las limitaciones estadísticas las que nos impiden analizar el IPT de países europeos directamente competidores de nuestro destino turístico por especializarse en el mismo tipo de turismo. Tal sería el caso de Grecia y Portugal entre otros.

³ En España, el IPT lo venía elaborando el Servicio de Estudios del Banco de España siguiendo la metodología proporcionada por la Subdirección General de Planificación y Prospectiva Turística. 1992 es el último año del que se dispone de datos en los momentos de redactar este artículo.

Cuadro nº3: Evolución de los precios turísticos (IPT) 1990 = 100

	Alemania	Francia	Reino Unido	Italia	Bélgica	España	Suiza	Holanda
86	95,53	81,03	74,47	75,44	87,07	74,92	81,71	91,94
87	96,78	85,16	79,17	80,27	90,55	78,52	84,90	93,78
88	97,74	89,51	85,58	85,97	92,90	83,94	88,50	95,18
89	99,50	94,61	92,00	92,76	96,06	91,16	93,33	97,09
90	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
91	101,60	104,60	108,50	106,10	107,10	106,90	107,30	103,00
92	104,14	109,10	114,58	106,10	114,60	117,27	113,42	103,00
Acumulado 86/92	9,01	34,64	53,85	40,63	31,62	56,52	38,80	12,03

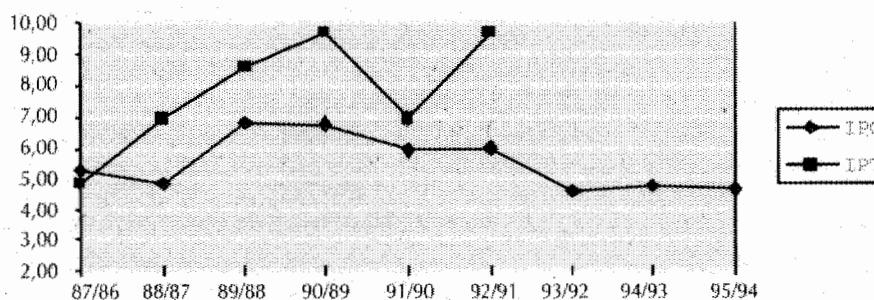
Fuente: elaboración propia a partir de OCDE Main Economic Indicators

Ante la escasa homogeneidad en el cálculo del IPT por países, se deduce que dicho índice no nos sirve más que de forma muy aproximada y que cualquier conclusión ha de ser tomada con cierta

cautela. Por ejemplo, se podría deducir del cuadro nº3, que los precios turísticos en el Reino Unido presentan un comportamiento casi tan elevado como los españoles. Sin embargo, hay que tener en cuenta la diferencia de partidas incluidas en el índice que aplican ambos países (en el caso inglés, los precios del alcohol, el tabaco, etc.).

La comparación entre el IPC y el IPT de España permite observar distintas tasas de crecimiento entre ambos, tal y como se observa en el gráfico nº2, tal vez causadas por ser el turismo un sector de demanda fuerte. Cabe pensar que el valor del IPT en la Costa Blanca ha de ser mayor que el calculado para el territorio nacional, si consideramos que la presión de la demanda turística en los 80 se canalizó vía crecimiento inmobiliario con claros intereses especulativos. Por otro lado, también se deduce qué carestía reflejada en el índice debe provenir de los precios de los bienes y servicios que se consumen fuera del hotel, fundamentalmente bebidas y comida, en cualquier tipo de establecimiento situado en zona netamente turística, donde en muchos casos, la relación calidad-precio para los turistas extranjeros es inferior a su lugar de origen.

Gráfico nº 2: Tasa de crecimiento anual del IPC e IPT en España (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y OCDE.
Nota: 1992 es el último año de datos disponibles en este índice.

3.- Un indicador de competitividad: el Tipo de Cambio Efectivo Real Turístico (TCERT)

Un encarecimiento relativo de los productos de una nación puede deberse a un incremento de los precios nacionales respecto a los del entorno (como ya se ha comentado), a una apreciación de la moneda del país considerado respecto del resto, o bien a una combinación de

ambos factores. En consecuencia, una tasa de inflación elevada saldaría sus efectos negativos sobre la competitividad (a priori), si se produjeran depreciaciones continuadas de la peseta respecto al resto de países competidores o receptores.

No podemos olvidar los efectos negativos que una depreciación supone para las importaciones de mercancías, ocasionando un encarecimiento de éstas y consecuentemente un incremento en los costes de los empresarios, con la consiguiente repercusión sobre la propia tasa de inflación a largo plazo en ausencia de políticas restrictivas. Tampoco se pretende obviar el efecto negativo de una devaluación sobre el endeudamiento exterior de las empresas y del sector público. Por otro lado, cabe pensar que la depreciación pudiera disminuir el valor de las entradas de divisas por turista. Sin embargo, ante el incremento en el número de turistas generado, es de esperar que se provoque también un incremento de los ingresos por turismo en términos absolutos. De hecho, las devaluaciones de la peseta de 1992 y 1993 han beneficiado enormemente al sector turístico, en un modelo que todavía descansa en amplia proporción en el precio al presentar una elasticidad demanda precio mayor que la unidad (Espasa, (1993)).

En relación a la salida de españoles al extranjero, el encarecimiento relativo de los precios exteriores ante la supuesta debilidad de la peseta, puede inducir a éstos a elegir un destino español para sus vacaciones dada la reducción que se produce en su poder adquisitivo real fuera de España.

Por tanto, cabe deducir de este razonamiento el caso contrario: una apreciación de la peseta puede llevar a una pérdida de competitividad del turismo español al suponer para el turista extranjero un encarecimiento del viaje en términos de su moneda.

Al contrario que las crisis turísticas anteriores a la década de los 90, que tienen su origen en adversas situaciones coyunturales internacionales (crisis energética, huelgas de mineros británicos, etc), la pérdida de dinamismo atisbada en la demanda turística desde 1988 viene ocasionada por un conjunto heterogéneo de factores, entre los que destaca una pérdida de competitividad como consecuencia directa de la apreciación de la peseta, al tiempo que se produce un continuo incremento de la inflación diferencial en España. En efecto, la presencia de ambos factores agravaron la situación inestable que sufrió el turismo en nuestro país en los años 1988-89, dificultando la venta de nuestros servicios en el exterior (Pedreño, (Dir.) (1990)).

Espasa (1993) demuestra que la elasticidad de la demanda turística respecto a los precios relativos corregidos por el tipo de cambio, puede considerarse incrementada en España durante los años 1988/90. Así mismo, se intuye que la elasticidad del gasto real turístico respecto a la de los precios relativos en sentido amplio de España con sus países de origen de turistas, está sujeto a estructuras no lineales y se incrementa a medida que la pérdida de competitividad supera determinados niveles.

El objetivo del presente epígrafe consiste en elaborar un tipo de cambio efectivo real turístico capaz de medir las variaciones que se producen en la competitividad las actividades turísticas. Si el TCR incorpora las variaciones en precios y tipos de cambio tratando de medir la evolución de un país frente otro, el TCER lo hace frente a un conjunto de países con los que se mantiene intercambios, ponderados por el peso que cada país supone en el comercio exterior de uno dado⁴. En concreto, con el fin de aproximar al sector turístico, se ponderará en función de la importancia de la procedencia de los turistas extranjeros a los destinos objeto de estudio: España y la Costa Blanca. El TCER es calculado por el Banco de España para el conjunto de la economía española desde 1974. En él se efectúa dicha valoración con arreglo a la importancia de los respectivos países en el comercio exterior español, sin computar en ella la exportación de servicios turísticos. Este hecho introduciría algunos matices, pues la participación de cada uno de estos países en el turismo español no coincide exactamente con la del comercio exterior (particularmente en Reino Unido y Francia).

El tipo de cambio efectivo real dentro de la investigación turística se utiliza como variable en modelos econométricos calculados para el caso español por Espasa, A., Gómez-Churrua, R. y Jareño, J. (1990) Denia, A. (1990), Espasa, A. (1993;1996); Buisán, A. (1995), entre otros. Dentro de esta línea de investigación la idea que aquí se propone es la de aproximar dicho indicador de competitividad a la evolución real de la actividad turística.

3.1. Metodología de elaboración del tipo de cambio efectivo real turístico.

Utilizamos el tipo de cambio efectivo nominal (TCEN), para medir la evolución de una moneda, la peseta, en un período determinado, marcado por el año base, frente a un conjunto de monedas correspondientes a una agrupación de países con los que mantiene intercambio, los principales clientes turísticos de España. Si además ajustamos el TCEN así hallado, por un factor que refleja las variaciones de los precios, tanto en el país que elabora el índice, España o la

⁴ Se califica como una mejora en la competitividad de los servicios turísticos españoles toda depreciación del tipo de cambio de la peseta que sea superior en porcentaje a la ampliación en el diferencial durante ese período entre los precios nacionales y los extranjeros, o toda caída en el diferencial de precios que supere la apreciación nominal de la moneda.

A pesar de su inmediatez y facilidad de comprensión, el análisis del tipo de cambio efectivo real bajo este prisma presenta ciertos inconvenientes básicos (Banco de España, 1985). En primer lugar, se deja al margen una serie de fenómenos como la calidad del servicio ofertado que tienen una singular trascendencia en el concepto de competitividad. Por otro lado, dicho indicador se ve afectado por los cambios que se producen en los impuestos indirectos y las subvenciones, así como en los beneficios empresariales. Además, la elección del índice de precios al consumo entre las diversas medidas de inflación existentes, provoca que las variaciones de los precios de bienes y servicios considerados incluyan aquellos que no son objeto ni de comercio entre países, ni de comercio turístico en particular, y que por ello no influyen en la competitividad exterior de las actividades turísticas. Dicha objeción hace pensar que el índice de precios turísticos constituiría para estos efectos, una mejor medida de la magnitud deseada.

Comunidad Valenciana, como en los demás a lo largo de un período determinado, estamos trabajando con el tipo de cambio efectivo real (TCER). Su expresión más generalizada es (Banco de España, (1980)):

$$\begin{aligned} \text{TCER}_t &= \left[\prod_{j=1}^n (C_{jo} / C_{jt})^{P_j} * 100 \right] * \frac{(IP_t / IP_o)}{\prod_{j=1, \dots, n} (IP_{jt} / IP_{jo})^{P_j}} = \\ &= \text{TCEN}_t * \frac{(IP_t / IP_o)}{\prod_{j=1, \dots, n} (IP_{jt} / IP_{jo})^{P_j}} \\ &\quad // \sum_{j=1, \dots, n} P_j = 100 \end{aligned}$$

Donde C_{jo} y C_{jt} representan las cotizaciones oficiales de la peseta frente a la moneda del país j en el año base y en el año t respectivamente (expresadas en pesetas por unidad de moneda extranjera). IP_t y IP_o son los índices de precios de España y IP_{jt} y IP_{jo} los del país j , en el período t y en el año base, respectivamente. P_j es la ponderación que recibe cada país ($P_j = 100$).

Construir un índice de competitividad supone elegir entre las variables que lo deben de integrar y decidir la forma de agregación de las mismas en un único indicador. Dicha selección se halla condicionada, en este caso, por la información estadística disponible para el sector turístico.

Una vez definido el tipo de cambio, se han de elegir los principales países con los que España y/o la Costa Blanca intercambian servicios turísticos. La variable utilizada para la selección de estos países es la entrada de visitantes por fronteras españolas que publica la Secretaría General de Turismo⁵. Dicha variable para la Costa Blanca, se aproxima mediante la media aritmética durante el período seleccionado, de la variable entradas de turistas extranjeros en alojamientos hoteleros proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y las llegadas de viajeros internacionales al aeropuerto del Altet que facilita el propio ente. En función de esta variable, los países de referencia son: Alemania, Francia, Italia, Inglaterra, Bélgica, Holanda, Suiza, Suecia y Noruega, que representan durante el período más del 70% del comercio turístico de España y el 96% del que se dirige a la Costa Blanca, procedente del exterior.

⁵ Dicha variable aglutina el total de visitantes entrados por ferrocarril, carretera, puertos marítimos y aeropuertos españoles.

$$P_j = \frac{(X_j + M_j)}{\sum_{j=1, \dots, n} (X_j + M_j)} \rightarrow$$

dado que no existen
datos sobre M_j

$$P_j = \frac{X_j}{\sum_{j=1, \dots, n} (X_j)}$$

$$\sum_{j=1, \dots, n} P_j = 100$$

⁷ Sólo se computa el comercio de exportación y no el total (importaciones más exportaciones), de nuevo por falta de datos estadísticos sobre el destino al que acuden los españoles o los valencianos cuando salen al extranjero. El sistema de ponderación bilateral resulta más adecuado que el multilateral para captar la importancia que un país representa como emisor de turistas a España. Sin embargo, no tiene en cuenta que los visitantes extranjeros entrados en España o la Costa Blanca procedentes de Francia por ejemplo, dependen no sólo del turismo interior de sus propios residentes, sino también de la salida de franceses a terceros países. Los sistemas conocidos como de doble ponderación tienen en cuenta este aspecto, pero para su aplicación es necesario conocer el volumen de producción de cada uno de los países considerados que se destina al mercado interno. Son de nuevo limitaciones estadísticas ligadas a la especificidad de un sector que basa los datos de flujos turísticos internacionales en recuentos por frontera, los que impiden su aplicación para el caso del turismo. Los datos sobre el denominado turismo doméstico o de los residentes en el mismo país, constituyen en la actualidad un vacío estadístico dada la ausencia de fronteras y la dificultad de estimación, sólo paliado a nivel interno por vagas e imprecisas aproximaciones.

No es posible realizar esta selección en función de la variable ingresos por turismo, la cual representaría de forma más aproximada el volumen total de exportación de servicios turísticos, al no encontrarse dicha fuente desglosada estadísticamente por países de procedencia. Sin embargo, y en la medida en la que podemos disponer de ellos de una forma global, haremos algunas referencias a los efectos que sobre los ingresos en divisas generados por el turismo provocan las variaciones en los TCER de las monedas consideradas.

El paso siguiente consiste en la elección de un determinado sistema de ponderación, P_j ⁶, asignado a cada país en el indicador de competitividad, ya que no todos los países presentan la misma importancia en el comercio turístico de España⁷. El sistema elegido es un sistema de ponderación simple denominado bilateral, que se basa en la importancia que tiene cada uno de los países en el comercio turístico de España. A partir de la variable de entrada de visitantes por frontera, se considera la equivalencia "entrada de turistas = exportación de mercancías" para su adaptación a la formulación matemática de dicha ponderación. De esta forma se otorga la misma importancia a los turistas que entran en España independientemente del tiempo que permanezcan en el destino. Se realiza así mismo otra estimación alternativa ponderando dicha variable en función del volumen de pernoctaciones realizadas por las distintas nacionalidades durante su estancia, al considerar que, de alguna forma, la duración de la estancia media otorga mayor importancia a unas nacionalidades que a otras. La variable estancia media presenta ciertas deficiencias en el método de estimación al disponerse de estos datos a nivel nacional y regional sólo del sector hotelero y acampamentos turísticos.

Para mejorar la eficacia del índice a la hora de actuar como un buen indicador de la demanda real, se procede a homogeneizar desde el punto de vista de la capacidad de compra el P_j obtenido (Padilla, (1988)): se ha reponderado multiplicando el número de turistas de cada país por un indicador de su renta per cápita nacional (PNB por habitantes en 1993), con lo que se obtiene lo que denominamos número de "turistas normalizados" provenientes de estos países con aproximadamente la misma capacidad de compra. Por tanto el cálculo de los P_j ha sido el siguiente:

X_j = media aritmética del número de turistas acumulados en el período procedentes del país j .

Y_{j93} = PNB per cápita del año 1993 correspondiente al país j .

x_j = número de turistas normalizado procedente del país j que entra a España en el período, es decir:

$$X_j = \frac{X_j * Y_{1993}}{\sum_{j=1, \dots, n} (Y_{1993})}$$

Con ello, las ponderaciones P_j :

$$P_j = \frac{x_j}{\sum_{j=1, \dots, n} (x_j)}$$

Se han utilizado por tanto, ponderaciones constantes para un mismo país de procedencia durante todo el período muestral, que son la media aritmética del número de años considerados en cada caso.

3.1.1. Ponderación en Paridad de Poder Adquisitivo (PPA)

El concepto de renta nacional o renta per capita, tradicionalmente utilizado por los economistas como índice fiable de medición de la riqueza de una economía, recibe numerosas críticas desde diversos foros de investigación, sobre todo cuando se trata de comparar las cifras de renta nacional de un país con otro. En concreto, aquella que hace referencia a la no existencia de relación entre dicho indicador y los tipos de cambio de las distintas monedas, cuando los diferentes tipos de cambio pretenden determinar el poder adquisitivo de éstas. Al ser nuestro objetivo aproximar dicho poder de compra hemos utilizado dos tipos de indicadores de renta per capita alternativos: uno en función a la forma tradicional de medición de la renta per capita estimada según el tipo de cambio, y el otro en base a la estimación en Paridad de Poder Adquisitivo (PPA); considerando en principio, que esta última forma realizaría una mejor aproximación al gasto turístico por nacionalidades. Ambas estimaciones se obtienen de las estadísticas que publica el Banco Mundial.

La estimación de la renta per cápita en paridad de poder adquisitivo es simplemente un tipo de cambio indicativo entre dos monedas que hace que ambas tengan una capacidad adquisitiva similar. Dicha estimación consiste en un deflactor de la renta per capita convertida por los tipos de cambio de forma real utilizando un índice mundial de precios que

calcula las desviaciones de cada país con un nivel de precios comparativo a nivel mundial. Quizá sean los propios turistas, antes que los economistas, los primeros en apreciar que el actual tipo de cambio entre países no se corresponde con el poder adquisitivo de las respectivas monedas. Utilizando la estimación de renta per cápita en PPA se intenta evitar que la moneda de, por ejemplo Túnez, esté subvalorada en relación a sus precios y la de Suiza sobrevalorada.

Por otro lado, los efectos de una devaluación pueden llevar a variaciones artificiales en la tradicional forma de medir el poder adquisitivo de las monedas. Tal es el caso de Gran Bretaña donde la fuerte devaluación sufrida por su moneda unida a la salida de la libra del Sistema Monetario origina una subvaloración de su renta nacional en 1993, que quedaría de alguna forma paliada utilizando PPA. Al considerar que esta subvaloración del poder adquisitivo de los británicos podría distorsionar las conclusiones del análisis, dada su importancia en los destinos turísticos analizados, se procede a realizar los cálculos del tipo de cambio efectivo real de ambas formas. Así se pretende comprobar si estimaciones alternativas de la renta per capita tradicional provocan resultados sustancialmente distintos en dicho indicador de competitividad.

3.1.2. Variable Precios

A la hora de calcular el TCER Turístico es necesario introducir el factor precios relativos que analiza la evolución de los precios en España respecto al conjunto de los países emisores de turistas. Para ello, se deflacta el tipo de cambio efectivo nominal por los precios relativos de España con cada uno de los países considerados en función de los siguientes pasos:

En primer lugar se debe calcular la variación registrada en los precios de los diferentes países entre el año base (1990) y el período que se está estudiando, utilizando el cociente IP_{jt}/IP_{jo} para cada país. Se calcula posteriormente para cada uno de los países considerados, la evolución de sus precios en cada período respecto de su año base ponderada por la importancia que tiene cada país en la vertiente exterior del turismo español, utilizando las ponderaciones P_j que se aplican a cada país.

A continuación se calcula la media geométrica, para todos los países de la agrupación considerada, de las variaciones ponderadas de sus precios. El cálculo de esta media ponderada se efectúa utilizando medias geométricas ya que presentan ventajas de manejo sobre las aritméticas, al conservar en los índices compuestos las propiedades de

los índices elementales que los componen (transitividad, reversibilidad, adición, multiplicación y división):

$$\pi_{j=1, \dots, n} (IP_{jt}/IP_{j90})^{p_j}$$

El siguiente paso consiste en hallar la evolución de los precios en España en relación con los del conjunto de países de referencia.

$$\frac{(IP_t/IP_{90})}{\pi_{j=1, \dots, n} (IP_{jt}/IP_{j90})^{p_j}}$$

Respecto del nivel de precios adecuado para comparar las diferencias de inflación de los servicios turísticos entre países, un Índice de Precios Turísticos fiable constituiría sin duda la opción más aproximada para este análisis. Ya se ha hecho mención a las limitaciones estadísticas respecto de dicho índice en España, junto a la escasa homogeneidad en las metodologías utilizadas por el resto de los países que disponen de dicho dato, unido a la carencia de este tipo de datos a nivel provincial o regional para su utilización en la Costa Blanca. A pesar de ello, y sólo a nivel nacional y hasta 1992 se ha elaborado el TCER Turístico en base al IPT que publica la OCDE, completándose y actualizando la información con otros indicadores en función de los respectivos IPC de España y la Comunidad Valenciana.

3.2.- Consideraciones acerca de los diferentes métodos de ponderación

En este apartado se pretende exponer los resultados de las ponderaciones obtenidas en la elaboración del tipo de cambio efectivo real turístico para la Costa Blanca y España. Se especifica también las disyuntivas surgidas entre los distintos métodos de aproximación elegidos, ante las diferentes opciones de ponderar los países de referencia dentro del índice de competitividad.

Los datos del cuadro nº4 reflejan las alteraciones en el subfactor de ponderación renta ante la elección de considerar una u otra estimación de renta per cápita. Se pondera en función del peso de cada país sobre la suma de rentas del conjunto de países considerado⁸. Son fundamentalmente relevantes los cambios de ponderación en Reino Unido, Noruega y Suiza. El cuadro nº5 muestra las diferencias en la

⁸ Se obtienen los mismos resultados que de hallarlo en función del porcentaje de cada país sobre la media.

duración de las estancias medias calculadas para cada nacionalidad y su factor de ponderación en función del peso de las pernoctaciones de cada país en la suma de las estancias medias totales.

Cuadro nº 4: Renta Nacional Per Cápita 1993. Países de origen

	Estimación según PPA	Factor de ponderación	Estimación según Tipo de cambio	Factor de ponderación
Alemania	20.610	12,29	23.166	10,89
Bélgica	18.160	10,83	21.360	10,04
Francia	19.200	11,45	22.360	10,51
Holanda	17.560	10,47	20.710	9,73
Italia	17.730	10,57	19.620	9,22
R.U.	16.730	9,97	17.970	8,45
Suiza	22.100	13,18	36.410	17,11
Noruega	18.040	10,75	26.360	12,39
Suecia	17.610	10,50	24.830	11,67
Suma	167.740	100	212.786	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

A la vista de los resultados del cuadro nº5, se precisa realizar algunas matizaciones. Dada la ausencia de cualquier tipo de encuesta a nivel nacional o regional que, de forma homogénea, muestre información sobre la duración de las estancias por nacionalidades de todos los turistas, dicha aproximación al gasto que realizan los turistas extranjeros en España y la Costa Blanca ha sido estimada en función de las estancias medias en establecimientos hoteleros y acampamentos turísticos. Es decir, primero se calcula el cociente entre pernoctaciones y viajeros entrados en hoteles y acampamentos turísticos, cada uno de los términos ponderados por su importancia relativa en el total de la demanda nacional y/o provincial. Seguidamente se halla la proporción que representan las pernoctaciones realizadas por el país j atendiendo a su estancia media, sobre el volumen total de pernoctaciones realizadas, siempre en función de la suma de las estancias medias⁹.

⁹ Lo cual representa el equivalente a calcular número de pernoctaciones del país j / número de pernoctaciones totales, si el número de visitantes por frontera fuera idéntico al de viajeros que entran a establecimientos turísticos.

¹⁰ No ocurre lo mismo con los holandeses, al presentar una estancia media de 17 días en acampamentos turísticos de la Comunidad Valenciana.

Se observa cómo principalmente en la Costa Blanca los turistas británicos, nacionalidad que llega fundamentalmente a través de paquete turístico en hotel de tres estrellas, estuvieran sobreestimados al considerar la estancia media única y exclusivamente en función de pernoctaciones hoteleras, reflejando una situación bastante alejada de la realidad de la zona. Pese a ello, la considerable reducción en la importancia de los turistas alemanes, franceses, italianos y noruegos¹⁰

Tabla nº.5.- Estancia media por nacionalidades
(Hoteles + ACAMPAMENTOS)

	Estimado para España	Factor de ponderación	Estimado para la Costa Blanca	Estimado para España
Alemania	8,87	15,18	6,18	9,63
Belgica	7,46	12,58	10,16	15,83
Francia	4,04	6,86	4,94	7,69
Holanda	6,81	11,58	11,80	18,38
Italia	4,30	7,27	4,48	6,98
R.U.	8,38	14,17	10,93	17,02
Suiza	6,41	10,74	6,33	9,86
Noruega	6,28	10,51	4,24	6,60
Suecia	6,51	11,11	5,14	8,01
Suma	59,07	100	64,20	100

Fuente: Viajeros entrados en establecimientos turísticos, Instituto Nacional de Estadística.

Nota: La estancia media en acampamentos turísticos se estima a partir de los datos de dicha variable en 1993 de España y la Comunidad Valenciana respectivamente.

Cuaadro nº 6: Ponderación de los países de referencia en el comercio de servicios turísticos de España

	Pj = Visitantes por frontera			Pj = Visitantes por frontera * estancia media		
	Pj	Pj* ppa	Pj** tc	Pj	Pj* ppa	Pj** tc
Alemania	21,96%	24,03%	23,20%	29,99%	32,86%	31,93%
Bélgica	4,15%	4,00%	4,04%	4,77%	4,61%	4,68%
Francia	35,15%	35,84%	35,85%	21,87%	22,33%	22,49%
Holanda	5,90%	5,50%	5,57%	6,19%	5,78%	5,89%
Italia	5,05%	4,75%	4,52%	3,34%	3,15%	3,01%
R.Unido	21,02%	18,68%	17,23%	27,14%	24,15%	22,42%
Suiza	3,51%	4,12%	5,82%	3,46%	4,07%	5,80%
Noruega	1,05%	1,00%	1,26%	1,01%	0,97%	1,23%
Suecia	2,22%	2,08%	2,52%	2,23%	2,09%	2,54%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadística de Turismo a España, Secretaría General de Turismo; Viajeros entrados en establecimientos hoteleros del Instituto Nacional de Estadística y Banco Mundial.

Nota: Pj ppa = importancia relativa de las diferentes procedencias de turistas ponderada por su renta nacional estimada en paridad de poder adquisitivo.

Pjtc = importancia relativa de las diferentes procedencias de turistas ponderada por su renta nacional estimada en función del tipo de cambio.