

Valoración de los bienes públicos en los destinos turísticos: El excedente del consumidor de turistas europeos a Portugal

MARCOS ÁLVAREZ-DÍAZ * [marcos.alvarez@uvigo.es]

MANUEL GONZÁLEZ-GÓMEZ ** [mgonzalez@uvigo.es]

MARÍA SOLEDAD OTERO-GIRÁLDEZ *** [sotero@uvigo.es]

Resumo | En este artículo analizamos los bienes públicos en un destino turístico. Su importancia en la concreción final de los bienes y servicios de que dispone un turista nos permite concluir que pueden ser decisivos para la competitividad. Sin embargo, las características de los bienes públicos implican una tendencia del mercado a generar un infrasuministro de los mismos frente a los de mercado. Los métodos de valoración monetaria asignan un valor monetario a las preferencias de los individuos aunque no existan mercados de intercambio para los mismos. En el artículo se discuten las posibles utilidades de los valores monetarios asignados a bienes públicos para atenuar la falta de bienes públicos que puede ser la causa de que destino turístico no sea competitivo y, sin olvidarse de la eficiencia económica. Por último, con el método de los costes de desplazamiento se estima el excedente del consumidor de visitantes europeos a Portugal, detectando un incremento debido al mayor valor de la seguridad tras la primavera árabe.

Palavra-chave | Destino turístico, bienes públicos, fallo de mercado, método del coste de desplazamiento, revuelta árabe

Abstract | This article analyzes public goods in tourist destinations. Its importance in the tourist destination allows us to conclude that public goods may be considered decisive for competitiveness. However, the character of public goods implies that market forces will tend to undersupply them. The Valuation methods presented in the paper assign a monetary value to the preferences of individuals for the public goods. The paper considers both economic efficiency and the relevance of the monetary values assigned to public goods in order to enhance competitiveness. Finally, the consumer surplus for European outbound tourism to Portugal using the travel costs method is estimated. The results show an increase in the consumer surplus caused by the Riots in some Arab countries.

Keywords | Tourist destination, public goods, market failure, travel cost, arab spring

* **Doctor** por Columbia University. **Profesor Titular** en Universidade de Vigo (desde 2010)

** **Doctor** por la Universidade de Vigo en 1998. **Profesor Titular** en Universidade de Vigo (desde 2002)

*** **Doctor** por la Universidade de Vigo en 1998. **Profesor Titular** en Universidade de Vigo (desde 2002)

1. Introducción

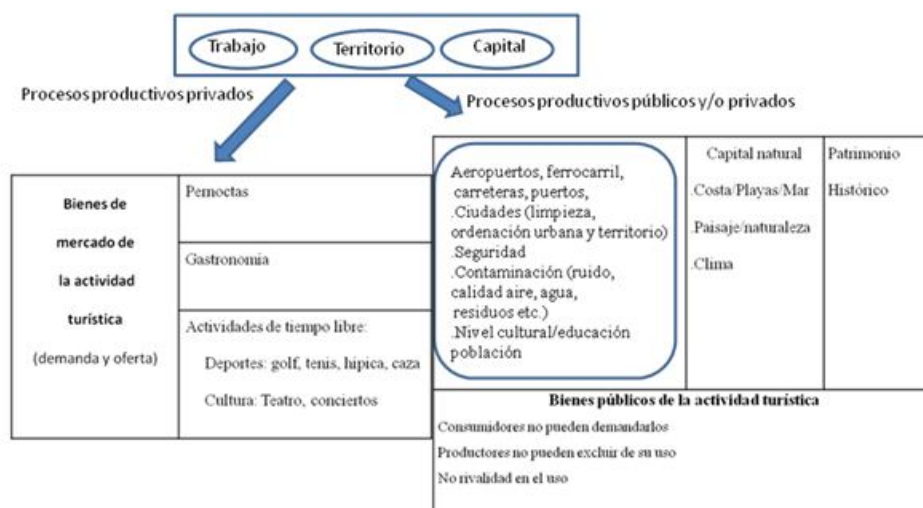
El sector turístico ha sido fundamental en la generación de empleo y crecimiento económico en Portugal. La UNTWO (United Nations World Tourism Organization) estima un incremento del 4% anual en visitantes a destinos europeos, muy por encima del crecimiento medio de la economía. Sin embargo, los destinos turísticos se enfrentan a una creciente competitividad derivada de las mejoras en los destinos existentes, pero también de la aparición de otros nuevos. Además de los factores explicativos de la llegada de turistas que han sido sugeridos por la economía y corroborado por estudios empíricos como el precio y la renta (Song, Smeral, Li & Chen, 2010)), la cantidad y calidad de los distintos bienes y servicios que definen un destino turístico son decisivos en el nivel de competitividad del sector.

El objetivo del presente trabajo es profundizar en el análisis de los bienes y servicios ofertados en los destinos turísticos desde el punto de vista económico. Con aportaciones desde el Análisis económico diagnosticamos puntos de debilidad de los procesos productivos de los destinos turísticos,

diferenciando bienes de mercado y bienes públicos para contribuir a corregir la tendencia del mercado al infrasuministro de ciertos productos en un destino turístico. Pretendemos contribuir a aliviar la falta de satisfacción de las preferencias de los turistas o asignación ineficiente de recursos. La ineficiencia es especialmente importante en el caso producirse en un destino turístico porque puede abocarlo a no ser competitivo en un entorno tan cambiante y global, con las consiguientes implicaciones sobre los niveles de empleo y actividad económica en la región. Hacemos un esfuerzo en sugerir mecanismos útiles para corregir la falta de bienes públicos que pueden mejorar cuando se combinan con valoraciones monetarias.

2. Procesos productivos del sector turístico

El gráfico 1 representa los bienes públicos y de mercado que nos encontramos en los destinos turísticos resultado de distintos procesos productivos.



Fuente: Elaboración propia

Figura 1 | Los procesos productivos en los destinos turístico

Por una parte existe un grupo de procesos productivos que da lugar a bienes de mercado (hospedaje, viajes, comidas). En el segundo grupo, de bienes públicos, nos encontramos, en primer lugar, con procesos productivos tradicionales generadores de bienes a partir de los inputs trabajo, territorio y capital (carreteras, limpieza, educación, seguridad, cultura etc.). Otros bienes públicos consumidos en los destinos turísticos (playas, clima, paisaje, calidad del agua, calidad del aire) se obtienen básicamente en procesos naturales. Ambos grupos de bienes, públicos y de mercado, son muy importantes y complementarios para el éxito o grado de competitividad del sector en un territorio concreto (destino turístico). Sin embargo, cada uno de los grupos de bienes tienen una dinámica muy distinta en términos económicos que implica la posibilidad de que exista un déficit de oferta o infrasuministro, y a su vez sea el factor explicativo fundamental de que un destino turístico no sea competitivo, es decir, elevada probabilidad de que un territorio con potencialidad turística no tenga éxito por falta de bienes públicos.

2.1. Los bienes de mercado en el destino turístico

Los turistas o visitantes conociendo sus características individuales y precios, es decir, sus preferencias y posibilidades de consumo compran bienes o servicios aislados (alojamiento, actividades, manutención, transporte) o paquetes en el mercado.

La función del mercado es coordinar las decisiones individuales. Por medio de los precios los visitantes obtienen información sobre la utilidad individual de un recurso a la que tienen que renunciar, es decir, los costes de oportunidad. En el momento en que un turista asigna las unidades de pago para un servicio, manifiesta que valora la intensidad de la satisfacción de sus necesidades ostensiblemente más que la pérdida de utilidad que soporta por no consumir otros para los que ya no

dispone de renta. La utilidad que obtiene el turista por el bien también es mayor que la que obtendrían otros sujetos económicos del consumo de este servicio que ya no está disponible. El mercado como mecanismo de distribución minimiza la escasez y consigue una distribución eficiente en la que cada turista obtiene la cantidad en la que su Tasa Marginal de Sustitución (TMS) iguala a su Tasa Marginal de Transformación (TMT). Los turistas, de acuerdo a sus utilidades marginales, adaptan sus demandas a la relación de precios reasignando la utilización de factores o inputs mediante la influencia que ejercen sobre los valores de mercado de las productividades marginales. Si se incrementa la utilidad marginal de un bien en relación a otro el turista está dispuesto a pagar más por ese bien, incrementando el valor de la productividad marginal de los factores y haciendo que los productores utilicen mayor cantidad de factores para la producción de ese bien hasta igualar la TMS y la TMT. Sin embargo, un destino turístico, como conjunto que satisface necesidades no está compuesto únicamente por servicios de mercado.

2.2. Los fallos de mercado en el destino turístico

A partir del concepto de bienes públicos (Lafont, 1988) es posible avanzar en la caracterización de los bienes utilizados en los destinos turísticos. Una adscripción de los bienes de un destino turístico según estas características podría ser la recogida en el siguiente cuadro 1. Existen bienes públicos en sentido puro si se da alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Son utilizados en la misma medida por todos turistas al no ser técnicamente posible excluir a usuarios (no exclusividad en el uso)
- b) Pueden ser totalmente utilizados por todos los turistas sin que se vean limitadas las posibilidades de uso de otros sujetos (no ri-

validad en el uso).

La primera característica (no exclusividad) conduce al problema del comportamiento free-rider (polizón) según el cual un turista o visitante racional parte de que su aportación en relación a los costes totales de producción de un bien son insignificantes y consecuentemente intentará disfrutar del bien sin tener que pagar nada. Como todos los turistas tenderán a comportarse de esta manera no se manifiesta demanda en el mercado ni aparece oferta.

nificantes y consecuentemente intentará disfrutar del bien sin tener que pagar nada. Como todos los turistas tenderán a comportarse de esta manera no se manifiesta demanda en el mercado ni aparece oferta.

Cuadro 1 | Exclusividad y rivalidad de los bienes sin mercado en los destinos turísticos

	RIVALIDAD EN EL CONSUMO	NO RIVALIDAD EN EL CONSUMO
ES POSIBLE LA EXCLUSIVIDAD EN EL CONSUMO	Gastronomía Transporte Hospedaje Actividades de tiempo libre en general (paseo en barco, caballo, helicóptero etc.; teatro;...)	Playa ¹ Patrimonio histórico y cultural ² Infraestructuras de TIC o transporte ²
NO ES POSIBLE LA EXCLUSIVIDAD EN EL CONSUMO	Playa ² Paisaje ² Patrimonio histórico y cultural ²	Playa ² Paisaje ² Patrimonio histórico y cultural ² Infraestructuras de TIC, transporte, etc. Seguridad Entorno limpio Nivel cultural educativo de la población Calidad del agua para baño Calidad del aire Ordenación del territorio Ordenación urbana

Fuente: Elaboración propia

La segunda característica (no rivalidad) tiene por resultado que, en los casos en que fuese posible establecer derechos de uso del bien, la exclusividad acompañada de tasas marginales de utilidad positivas para ese bien sería ineficiente dado que los costes sociales marginales del conjunto de turistas en el uso de un bien público existente son iguales

a cero. Un turista puede mejorar su situación si usa un bien sin que otro empeore y con ello el bienestar en el sentido de Pareto (Laffont, 1988) puede incrementarse.

A diferencia de un bien de mercado, un bien público no tiene un precio y, en consecuencia, el sector privado no está dispuesto a utilizar recursos en

1 Se considera que no existe rivalidad en el consumo hasta que no se produzca una saturación o congestión. Respecto a la exclusividad depende del país, pues por ejemplo en España el derecho de acceso a la playa y al patrimonio en vías públicas está garantizado.

2 Hasta un cierto nivel de usuarios no existe saturación y por tanto rivalidad en el uso. En algunos casos en la práctica se excluye el uso con precio o tasa (autopista, uso de líneas de comunicaciones) y en otros no existe exclusión en el uso (carreteras, autovías, senderos etc.)

su producción. La oferta no está justificada desde un punto de vista de racionalidad económica. Si esta oferta se produce nos encontraríamos en una situación de falta de racionalidad económica salvo que exista legislación que obligue/subvencione a

los propietarios privados o exista oferta pública. En el caso de que el bien público tuviese precio se incrementaría la producción hasta que los costes marginales de la producción se igualaran al precio.

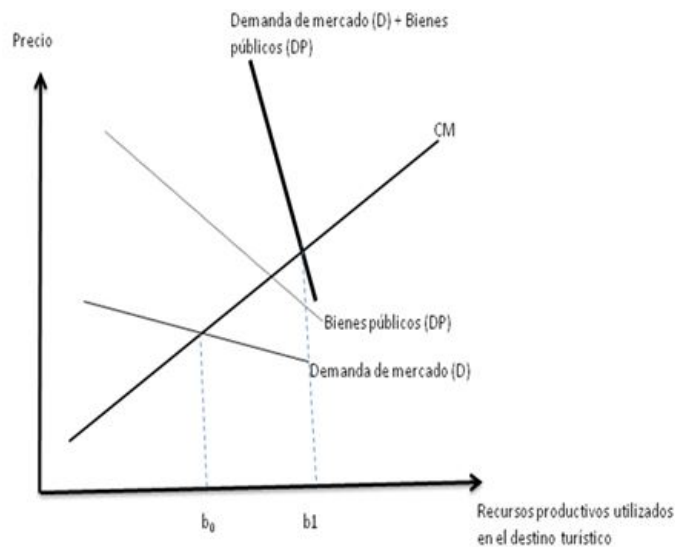


Figura 2 | Infrasuministro en la producción de bienes en los destinos turísticos

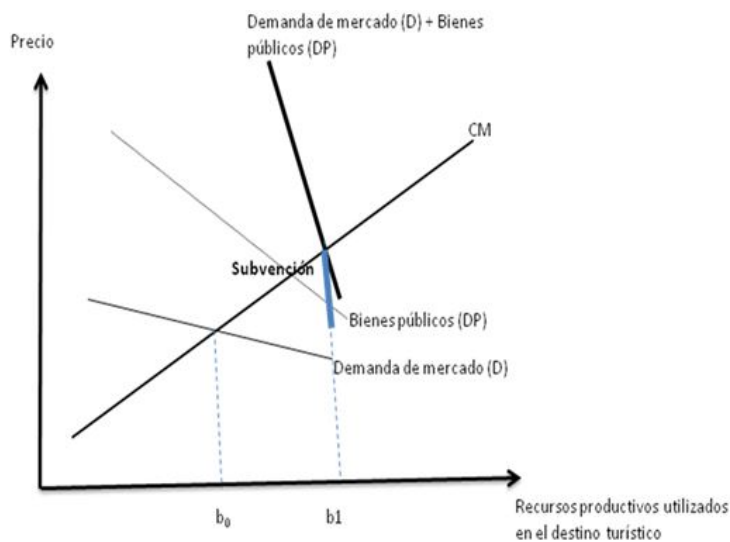


Figura 3 | Subvenciones a la producción de bienes públicos

En consecuencia, como los bienes públicos no cuentan con mercado y precio tenderán a presentar la ineficiencia representada en el gráfico 2. La cantidad de bienes integrantes en los paquetes turísticos (b_0) viene dado por el punto de corte de la curva de la suma de las disponibilidades marginales al pago para los bienes de mercado como gastronomía, actividades de ocio (D), y su oferta (CM). En el caso de que los individuos deseen disponer de más bienes en el paquete o destino turístico que tienen la característica de bien público no existen mecanismos para manifestar sus preferencias. En el gráfico 2, la cantidad de bienes producidos y recursos destinados al destino turístico en equilibrio está situada a la derecha de b_0 y por consiguiente existe un fallo de mercado. La simple existencia de bienes públicos no genera un fallo de mercado sino que es necesario que los bienes públicos sean escasos, es decir, que exista una disposición marginal al pago positiva.

2.3 Valoración monetaria

La falta de propiedad sobre los bienes públicos implica falta de incentivos para su producción y existen diversas opciones para corregir la situación de infrasuministro (González-Gómez, 1999) que mejore la competitividad de un destino turístico.

Establecer incentivos/desincentivos en el sentido de Pigou (1932) influye en las variables de cálculo de maximización del beneficio de los agentes privados orientando sus decisiones en el sentido deseado. La intervención pública puede ir dirigida a utilizar instrumentos fiscales por el lado del ingreso (impuestos, tasas) y/o por el lado del gasto (subvenciones) para aliviar el infrasuministro de bienes públicos demandados por el sector turístico (subvenciones a propietarios para rehabilitar barrios históricos, impuestos a industrias o actividades contaminantes). Lógicamente al reducir el coste de producción de ciertos bienes públicos me-

diante una subvención como por ejemplo la rehabilitación de barrios o pueblos históricos de acuerdo un plan preestablecido o la utilización de especies que mejoran el paisaje se incrementa su oferta o suministro y se palia el fallo de mercado. Por el contrario, un impuesto o tasa que incremente el precio de bienes causantes de escasez de bienes públicos como por ejemplo la calidad del aire o del agua, la contaminación acústica, etc., se debilita la demanda de los mismos causantes de la falta de bienes públicos. Por último, la intervención del Estado puede consistir en la provisión u oferta pública.

A la hora de corregir fallos de mercado fijando subvenciones o impuestos, estos deben establecerse de tal forma que la tasa marginal de sustitución (TMS) se corresponda con la tasa marginal de transformación (TMT), es decir, las productividades marginales de los factores sean iguales a los precios de estos factores. Si las productividades marginales superan los valores de mercado una subvención a su producción persigue atraer más recursos para su producción. De esta forma los valores sociales de las productividades marginales, es decir, la cantidad que estarían dispuestos a pagar los turistas en el hipotético caso de que pudieran expresar sus preferencias por los bienes públicos, se correspondería con los precios de los factores usados en su producción y, en consecuencia, se produciría la igualdad entre los valores sociales de las productividades marginales en todas las posibles utilidades de estos factores. La cuantía de las subvenciones debe ser igual a las productividades marginales indirectas de los factores o recursos y corresponde a la parte de los resultados de la utilización de los factores que no es posible apropiarse debido a la existencia de productividades marginales indirectas que se manifiestan en forma de bien público. En el caso de impuestos, se persigue un incremento de los precios, en la cuantía correspondiente al daño marginal, de los bienes generadores de efectos negativos, como por ejemplo vertidos de aguas no suficientemente limpias, emisiones a

la atmósfera de transporte o industria, actividades ruidosas, que disminuyen la cantidad y/o calidad de los bienes públicos en el destino turístico.

La segunda opción de utilización de las valoraciones monetarias de los bienes públicos en destinos turísticos parte de que algunos productores de bienes privados pueden detectar bienes públicos que aumenten las productividades marginales de sus negocios. Se abre así la posibilidad de buscar acuerdos basados en compensaciones si al menos uno de los agentes involucrado puede mejorar su situación (Coase, 1960). En general, no es necesaria una intervención del Estado, salvo que la suma de los costes, de transacción de las negociaciones y de información entre los agentes, sea mayor que los beneficios de la cooperación (Bromley, 1986). La existencia de una cuantía de compensación para que los sujetos económicos adapten sus actividades económicas facilitará el éxito de negociaciones cooperativas. De esta forma la valoración monetaria de los bienes públicos en un destino turístico abre camino para reducir el infrasuministro o ineficiencia, mejorar la competitividad y producir soluciones efectivas en términos de costes. La información acerca de la utilidad marginal que obtiene cada sujeto por unidad adicional de uno o varios bienes públicos puede ser utilizada para una negociación cooperativa de tal forma que se fijen las cuantías de las compensaciones que permita que la totalidad de los beneficios adicionales sean absorbidos en su totalidad por los oferentes de bienes públicos.

Cuando el bien sin mercado es suministrado por una administración pública local, regional o estatal puede ser oportuno o necesario disponer de criterios y métodos que permitan cuantificar todos los efectos significativos que para la sociedad se derivan del suministro público. Generalmente, si esa cuantificación la plantea en términos monetarios se acude al ACB (Análisis Coste-Beneficio), que es la técnica más recomendada y con mayor tradición para estudiar el impacto económico de implantar determinados proyectos públicos. Ya desde

los años sesenta diversos organismos en los Estados Unidos obligaban a que la realización de ciertos proyectos públicos fuese precedida de un análisis coste - beneficio. A partir de 1981 se viene aplicando esta técnica de forma generalizada para evaluar nuevas regulaciones bajo la "Executive Order 12291". En Europa comienza a ser utilizada en la década de los sesenta para evaluar la construcción de infraestructuras. Los primeros estudios realizados con esta técnica se centraban en la valoración de aquellos componentes que tuviesen algún tipo de presencia en el mercado, sin incorporar en el análisis valoraciones de bienes sin mercado que empiezan a tenerse en cuenta a partir de la década de los setenta aplicando dentro del ACB el procedimiento de valoración contingente a "Areas of Water and Sewerage Management", "Coastal defence" y "Afforestation".

Adicionalmente, es necesario considerar la tasa a la que la sociedad está dispuesta a ceder consumo presente por consumo futuro. Una vez homogeneizados los flujos de rendimientos (beneficios-costes), que se producen en distintos periodos de tiempo su rentabilidad generalmente se determina calculando el valor actual neto (VAN).

3. Métodos de valoración

La finalidad de la valoración es transformar la existencia de disposiciones al pago latentes por bienes públicos en el sector turístico en valores monetarios. Los métodos se dividen en directos e indirectos. Los primeros se fundamentan en preferencias expresadas a partir de situaciones hipotéticas y el segundo en preferencias reveladas a partir de comportamientos observados (Pommerehne, 1987).

Dentro del último grupo, el método de los precios hedónicos (MPH), propuesto por Rosen (1974), permite detectar el beneficio que reporta

un bien público sobre bienes privados utilizados en el sector turístico como los precios de los hoteles o precio de las segundas residencias en entornos paisajísticos cuidados y/o con dotación de bienes públicos. Si la cantidad y/o calidad de un bien público no son iguales para todos los individuos, la elección de un bien privado permite obtener información sobre la valoración de un bien público. Los precios y cantidad consumida de los bienes privados contienen información sobre la demanda de bienes públicos. Estamos partiendo de una oferta de bienes públicos diferentes en distintas localizaciones. Cuando un individuo decide hospedarse o comprar/alquilar su residencia de vacaciones también está teniendo en cuenta los bienes públicos de una localización concreta.

Diferentes atributos que tienen la característica de bien público como tranquilidad, no contaminación, clima, paisaje, seguridad, infraestructuras, patrimonio histórico, cultural y natural, pueden ser decisivos en la elección de un destino turístico. El método de los costes de desplazamiento (MCD), propuesto por Hotelling (1947) se basa en la relación complementaria entre el bien público y los costes privados, a partir de la que se construye una curva de demanda de visitas. La utilidad derivada de la utilización de un destino turístico se estima así en base a los costes necesarios relacionados con el desplazamiento y/o permanencia en el destino turístico para poder disfrutar de los bienes públicos.

Entre los métodos directos, valoración contingente (VC), propuesto por Davis (1963) y que registra el mayor desarrollo en los años ochenta y noventa (Carson, 1999; González-Gómez et al., 2001; Álvarez-Díaz et al., 2010) está basado en entrevistas estructuradas mediante las que los encuestados revelen el valor monetario de un servicio público concreto. Se le pide a los encuestados su máxima disposición al pago (o mínima compensación exigida) para que una mejora se ponga en marcha (o soportan un empeoramiento). Los esfuerzos se concentran en perfeccionar los cuestionarios y los

procesos de entrevistas para evitar o minimizar sesgos.

El segundo método directo de valoración basado en encuestas es el de los Experimentos de Elección (EE) que es una variante del “*Conjoint-analysis*” utilizado en marketing. El método de EE está basado en el hecho de que la satisfacción que los visitantes y turistas obtienen de un bien es realmente debido a los distintos atributos que lo definen. El método está basado en pedir a los entrevistados que elijan entre diferentes alternativas que se diferencian por las dotaciones de los atributos y los costes. A partir de esta información, recogida para todos los entrevistados, se estima el valor de las dotaciones de los atributos (Adomowicz et al., 1994; González-Gómez & Olschewski, 2008).

4. Valoración de bienes públicos del destino turístico Portugal

Para estimar el valor de los bienes utilizados por el colectivo de turistas europeos a Portugal utilizamos la versión zonal del método de los costes de viaje o desplazamiento (Hotelling, 1947). La base teórica de este método es que los bienes suministrados por los destinos turísticos y el desplazamiento son complementarios. El bienestar generado por el destino turístico se estima por medio de los desplazamientos, es decir, con la relación entre la tasa de visita por zonas alrededor del destino “Portugal” y el coste de desplazamiento de esta zona hasta destino. Se trata de la estimación de la demanda agregada de viajes al destino, por zonas alrededor de éste. En cada zona, la superficie por debajo de la curva de demanda y por encima del coste de esta zona, multiplicada por la población de la zona, se interpreta como el excedente del consumidor que se puede atribuir a esta zona. Para conseguir una medida global del beneficio generado por el espacio para el que estimamos el bienestar generado, se suman los excedentes de

todas las zonas. Finalmente, dividiendo por el número de turistas se interpreta como un excedente por turista (Willis, Benson & Whitby. 1988).

En primer lugar es necesario definir zonas de procedencia en función de la distancia a Portugal. Para minimizar la arbitrariedad que supone construir estas zonas tomamos cada país emisor como una zona. Para cada país t calculamos una tasa de visita $TV_t = N_t / P_t$ donde P_t es la población del país t y N_t es el número de visitantes anuales a Portugal procedentes de este mismo país. Los

datos fueron obtenidos de Eurostat.

A cada país le corresponde un coste en euros, integrado por gastos de transporte en que incurren los individuos para llegar al destino. Los kilómetros para cada país se determinan tomando dos veces la distancia de la capital a Lisboa. Los kilómetros son multiplicados por 0,20 € para determinar un coste medio de viaje para los visitantes de cada zona (González-Gómez, 2005):

*Coste de viaje de cada país o zona = 2 veces la distancia de la capital de cada país a Lisboa * 0,20.*

Cuadro 2 | Estimación de la función de demanda para cada año

Año	Coeficientes estimados		Estadísticos t		p-valor	
	Constante	Coste	Constante	Coste	Constante	Coste
2004	0.068516	-6.52E-05	4.031	-3.075	0.00	0.00
2005	0.060416	-5.19E-05	3.774	-2.828	0.00	0.01
2006	0.069812	-6.07E-05	3.809	-2.890	0.00	0.01
2007	0.074407	-6.49E-05	3.855	-2.938	0.00	0.01
2008	0.072637	-6.28E-05	3.953	-2.985	0.00	0.01
2009	0.073673	-6.53E-05	3.837	-2.972	0.00	0.01
2010	0.074371	-6.57E-05	3.808	-2.934	0.00	0.01
2011	0.075619	-6.65E-05	3.940	-3.023	0.00	0.00
2012	0.070107	-5.98E-05	4.288	-3.196	0.00	0.00
2013	0.074580	-6.40E-05	4.305	-3.183	0.00	0.00

Esta solución de imputar costes no está totalmente justificado puesto que el coste únicamente es conocido por el propio visitante y no es verificable por terceros. Siguiendo a Randall (1994), la determinación del coste de desplazamiento individual por parte del investigador es esencialmente arbitraria. Por lo tanto, el investigador solo puede acogerse a convenciones existentes, y cualquier estimación o medida de bienestar dependerá de

la convención escogida. Con los datos de tasa de visita y costes de desplazamiento para cada país (o zona) estimamos cada año con datos de corte transversal y mediante Mínimos Cuadráticos (MCO) la siguiente recta de demanda $TV_t = \beta_0 + \beta_1(\text{coste})$, donde β_0 , β_1 son los parámetros a estimar. La relación entre los costes y la tasa de visita es la esperada (Cuadro 2). Como muestran los t-estadísticos y los P-valores de la

variable coste y la constante son significativas.

Para cada zona y año, a partir de la estimación podemos inferir como evolucionaría la tasa de visita en cada país según cambios en los costes. Integrando la curva entre el coste en que se incurre en la actualidad desde cada país y el que iguala las visitas de la zona a cero, y multiplicando por la población del país, calculamos el excedente por país emisor. Para el conjunto de los visitan-

tes europeos a Portugal, el excedente total anual estimado con los costes definidos oscila desde 53 millones de euros corrientes en 2004 a cerca de 80 millones en el año 2013. El rango del excedente por visitante está entre los 8 euros en 2004 y 12 en 2013. Cabe destacar el incremento debido a la mayor seguridad relativa del destino Portugal tras la primavera árabe (Álvarez et al., 2016).

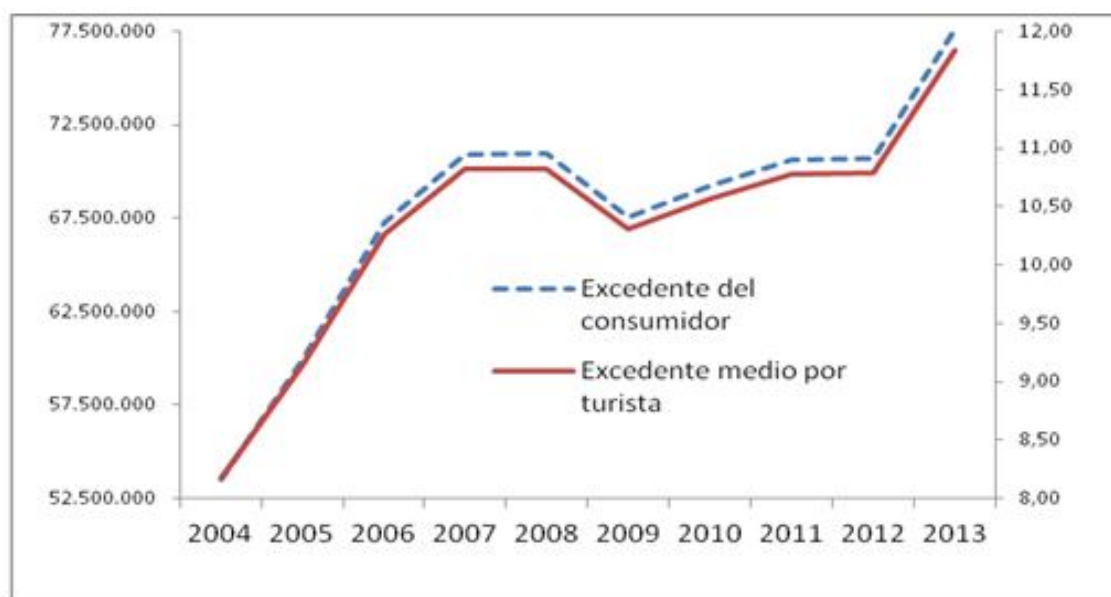


Figura 4 | Excedente total y por visitante a Portugal de turistas europeos (en €, 2004-2013)

5. Conclusão

El excedente del consumidor para los turistas no residentes europeos a Portugal asciende en 2013 a casi 78 millones de euros y 12 euros por visitante. Se aprecia un incremento coincidiendo con la revuelta árabe y refleja un aumento del valor del bien público “seguridad” en el destino turístico Portugal causado por la creciente escasez de ese atributo, principalmente por la primavera árabe. La valoración de los bienes públicos en general relacionados con la actividad turística de un país (disfrutar del sol, playas, patrimonio cultural, seguridad, infraestructura, educación de la población, etc.) para los turistas tiene limitaciones porque no nos

da información de la dotación de cada uno de los bienes ni de un destino concreto. Su utilización se restringe a un posible análisis coste beneficio (ACB) de los gastos de la administración para dotar de esos bienes públicos en la parte destinada a los turistas no residentes de los países europeos, es decir teniendo en cuenta que parte de los bienes públicos también reportan utilidad a los turistas residentes en Portugal, a los no residentes no europeos e incluso a la propia población local. Una vez conocidos los valores de todos los colectivos podríamos conocer si los recursos públicos que se destinan responden a las preferencias sociales

La ventaja de este método es que podemos re-

alizar la valoración sin incurrir en apenas costes específicos porque partimos de información disponible. La estimación se podría extender a nivel local y regional. Para bienes públicos concretos se adaptan mejor otros métodos presentados en este trabajo pero que implica incurrir en mayores costes. La realización de encuestas para el método de valoración contingente o los experimentos de elección implica mayores costes. Como contrapartida, son flexibles en la aplicación y se adaptan más a productos y destinos turísticos que planten mejoras concretas en hospedaje, gastronomía, servicios de ocio diversos, infraestructuras, seguridad, paisaje, agua de baño.

En definitiva, estos métodos de valoración pueden proporcionar información que contribuya a mejorar la eficiencia en la distribución de los recursos de la producción de bienes y servicios turísticos de tal forma que los inputs se destinen a producir el output que demandan los visitantes. La corrección de fallos de mercado o mejoras de eficiencia significan tanto evitar gastos no demandados por los turistas como hacerle frente a la falta de bienes y servicios que puede limitar la competitividad de un destino turístico.

Referências

- Adomowicz, W. Louviere, J. & Williams, W. (1994). Combining revealed and stated preference methods for valuing environmental amenities. *Journal of Environmental Economics and Management*, 26, 271-292.
- Alvarez-Díaz, M., González-Gómez, M., Saavedra-González, A. & Uña-Álvarez, J. (2010). On dichotomous choice contingent valuation data analysis: Semiparametric methods and Genetic Programming. *Journal of Forest Economics*, 16, 145-156.
- Alvarez-Díaz, M., González-Gómez, M. & Otero-Giraldez, S. (2015a). Estimating price and income demand elasticities to Spain separately by the major source markets. *Tourism Economics* <http://dx.doi.org/10.5367/te.2014.0396>
- Alvarez-Díaz, M., González-Gómez, M., Otero-Giraldez, S. & Trigo-Iglesias, A.B. (2016). La demanda de turistas británicos a España. *Revista de Economía Aplicada (forthcoming)*.
- Baumol, W.J. & Oates, W.E. (1988) The theory of Environmental Policy. Cambridge University Press.
- Bromley, D. W. (1986) Closing Comments at the Conference on Common Property Resource Management."In Proceedings of the Conference on Common Property Resource Management, *National Research Council*, 591-97. Washington, DC: National Academy Press.
- Carson, R. T. (1999) "Contingent Valuation: A User's Guide". Discussion Paper, 99-26, University of California at San Diego.
- Coase, R.H. (1960) The Problem of Social cost. *Journal of Law and Economics*, 3, 1-44.
- Davis, R.K. (1963). The Value of Outdoor Recreation: An Economic Study of the Maine Woods. Unpublished Ph.D. dissertation, Harvard University.
- Hanemann, W. M. (1994) Valuing the Environment through Contingent Valuation. *Journal of Economic Perspectives* 8/4, 19-43
- Hotteling, H. (1947). The Economics of Public Recreation. The Prewitt Report, Washington: National Park Services.
- González-Gómez, M. (1999). La intervención pública medioambiental en sociedades desarrolladas. *Economía e Sociología*, 67, 5-31.
- González-Gómez, M., González-Martínez X. M. & Polomé, P. (2001) "Evaluating Public Management in a Tourist Natural Area: an application to the Cíes Islands". *Tourism Economics* 7 (3), pp. 251-265.
- González-Gómez, M. (2002) Zielgebietbefragungen und Verzerrungen in der forstlichen Meinungsforschung und monetären Wertschätzung des Waldes, *Allgemeine Forst und Jagdzeitung*. 173. Jg., Heft 10, 186-191.
- González-Gómez, M. (2005) Economía y Conservación. En Cordero Rivera, A.(Coord.) *Ecología. Galicia*, Capítulo 10. Hércules Ediciones.
- González-Gómez, M., & Olschewski, O. (2008) Die Wertschätzung forstwirtschaftlicher Flächennutzung in der Küstenregion Spaniens und Portugals. *Allgemeine Forst und Jagdzeitung*. 179. Jg., Heft 12, 219-225.
- Laffont, J. (1988) *Fundamentals of Public Economics*. Cambridge, Mass. MIT Press
- Pommerehne, W.W. (1987) Präferenzen für öffentliche Güter. Ansätze zu ihrer Erfassung. Mohr

- Pigou, A. C. (1932). *The Economics of welfare*. MacMillan&Co. (Reprinted AMS Press, 1978)
- Randall, A.J. (1994). A difficulty with the Travel cost Method. *Land economics* 70 (1), 88-96.
- Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: Product differentiation in pure competition, *Journal of Political Economy*, vol. 82, no. 1, pp. 35-55.
- Song, H., Smeral, E., Li, G, & Chen J.L. (2010) 'Tourism forecasting: The accuracy of alternative econometric models revisited. San Diego, USA: *30th International Symposium on Forecasting*.
- UNTWO. (2013) <http://media.unwto.org/press-release/2014-10-30/international-tourism-shows-continued-strength>
- Weimann, J. (1991) *Umweltökonomik. Eine Theorieorientierte Einführung*. Springer Verlag.
- Willis, K.G., Benson, J.F. Y Whitby , M.C. (1988). *Values of user-benefits of forest recreation and wildlife*. Department of Town and Country Planning. University of Newcastle upon Tyne. Report to the Forestry Commission.