

Los artículos del segundo apartado son más recientes y se agrupan bajo el título «Métodos del mercado exterior de servicios», referente a tres tipologías de expansión exterior con más o menos riesgo: exportación, licencias e inversión directa. En el primero de los casos se analizan comportamientos de marketing de exportación basándose en entrevistas a firmas norteamericanas. Las licencias de exportación suponen un mayor compromiso de la firma en *know-how* y patentes, que constituyen la mayor parte de las operaciones internacionales corporativas de hoy en día. El resto de lecturas se basa en las condiciones de inversión de las pymes europeas, que configuran un amplio soporte teórico y empírico de la firma —*joint-ventures* y otros modelos de cooperación mutua— y sus dificultades de expansión en mercados con fuertes barreras externas, caso del Japón.

El tercer apartado constituye un repaso a los procesos de internacionalización (de autores como Dunning, Vernon, Servan-Schreiber, Horst y otros), a pesar de que el concepto no se acaba de definir con exacta precisión. Destaca el artículo de otros autores clásicos⁶ que comparan las experiencias americanas y europeas en el dilema entre autonomía local de las subsidiarias y el control de la empresa matriz.

El penúltimo capítulo trata de la organización de la firma multinacional, con estudios de organizaciones y gestión de las firmas multinacionales. En un intento por definir su contexto organizativo, se clasifican las empresas transnacionales en fragmentadas, dependientes, autónomas e integradas. Se hace hincapié en el papel del entorno multinacional de la firma y la relación tridimensional de las subsidiarias respecto a la casa matriz, las autoridades

locales y su conexión a las redes locales. También se consideran relaciones *vis à vis* entre sucursales, al margen de la oficina principal y organizaciones multicéntricas.

El último capítulo agrupa algunos estudios escandinavos con teórico-prácticos sobre conceptos como distancia física, actitud y percepción, entorno cultural en la gestión y relaciones de cooperación entre firmas competidoras de la producción y los servicios.

Como resumen, podemos afirmar que estamos ante una publicación que, además de ser una buena colección de artículos de economía internacional, constituye un trabajo serio de geografía económica —y geografía de la firma— y una profunda reflexión nada usual sobre el comportamiento espacial y la organización y expansión de la moderna corporación multinacional. El análisis de la internacionalización y la generación de modelos al respecto ha sido un importante foco de atención de la investigación económica en las últimas décadas, por lo que lecturas como ésta animan a incrementar el cuerpo geográfico en campos como la geografía política, económica y behaviorista. En fin, una extraordinaria recopilación muy especializada sobre el tema multinacional, con abundantes y continuas referencias bibliográficas en cada uno de los artículos y un índice temático amplio al final del libro.

Xavier Paunero i Amigó
Departament de Geografia
Universitat de Girona

6. Stopfor, J.M. y Wells, Louis T. (1972). *Managing the Multinational Enterprise Organization of the Firm and Ownership of the Subsidiaries*. Nueva York: Basil Books.

CALS, J.; MATAS, A. i RIERA, P. *Evaluación de proyectos. Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y ocio*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 1993 (Serie: Libros sobre turismo, 1), 187 p.

Leno, F. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 1993 (Serie: Libros sobre turismo, 2), 261 p.

Des de fa dècades, el turisme espanyol té el privilegi d'ocupar una posició de liderat en el mercat turístic internacional, tant des del punt de vista del volum d'ingressos com també pel nombre de turistes que traspassen les fronteres estatals per gaudir dels atractius que se'ls ofereix al nostre país. És per aquesta raó que la investigació científica i el desenvolupament de noves tècniques i metodologies per poder posar en pràctica aquesta investigació esdevenen un dels requisits imprescindibles per al funcionament de qualsevol activitat productiva i per al manteniment d'una posició competitiva dins d'aquest mercat mundial, cada vegada més dur i selecte. Així, fomentar i impulsar la recerca en l'àmbit turístic per tal de facilitar una planificació adient d'aquesta activitat ha d'implicar, en primer lloc, i abans de res, una anàlisi dels recursos turístics disponibles i potencials en general, i en segon lloc, de les tècniques existents per avaluar aquest potencial turístic en particular. Ambdós aspectes han de ser considerats com elements de gran utilitat en la presa de decisions de localització de projectes i d'iniciatives turístiques, tant en l'àmbit empresarial com institucional. Exemples d'això són presents en moltes experiències dutes a terme als Estats Units, a la Gran Bretanya, a l'antiga Unió Soviètica, al Canadà, a França, a Austràlia, etc. A Espanya, i d'acord amb el nivell de desenvolupament del turisme, també s'han realitzat nombrosos treballs de planificació turística. Aquesta, però, ha posat més èmfasi al tradicional turisme de platja (a l'estiu) o de muntanya (a l'hivern), i ha deixat de banda moltes vegades les noves formes de practicar el turisme que han sorgit i que comencen a consolidar-se en determinades àrees, i que es podrien

englobar sota l'etiqueta de «turisme alternatiu»: agroturisme, turisme ecològic, d'aventura, de patrimoni, etc. (sense que quedi ben clar, però, quines són les diferències entre unes i altres). Per tant, aquesta necessitat d'investigació i de millora de l'aparell productiu de què tant es parla actualment en els cercles polítics i econòmics també s'ha de reflectir en el camp del turisme.

En aquesta línia, la Secretaria General de Turisme (dependent del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme) ha començat a publicar un seguit de treballs d'investigació que poden ser d'un gran interès per als professionals i estudiosos del tema (generalment provinents de l'àmbit de l'economia, la geografia, la sociologia i l'arquitectura). El primer d'aquests estudis, realitzat per un equip de professors de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), està dedicat principalment a l'estudi de la metodologia de l'anomenada anàlisi cost-benefici (ACB) i les seves possibles aplicacions a l'activitat turística i de l'oci. En paraules dels mateixos autors (p. 11): «su objeto es el estudio de los instrumentos económicos que permitan realizar cálculos de la rentabilidad social de un determinado proyecto de inversión, o de un programa de gastos públicos, incorporando la valoración de los beneficios y los costes externos generados por el mismo». D'aquesta afirmació es desprèn que aquest és un llibre d'anàlisi econòmica pura, encara que l'objectiu no és tan sols la seva difusió entre els economistes, sinó també entre els altres professionals del turisme, i en general entre els responsables de les administracions públiques (així doncs, entre els òrgans de decisió). Per aquesta raó, els conceptes utilitzats són definits, descrits i exemplificats de manera àmplia per tal de facilitar aquesta comprensió als «profans» de la matèria. Tot i així, de vegades es fa difícil copsar el significat real i complet de conceptes tan fonamentals com, per exemple, «excedent del consumidor», «preus

ombra», «taxa de descompte», «taxa de rendiment intern», «economia neoparetoiana», etc.

El llibre està estructurat en quatre capítols, els tres primers de caràcter netament teòric, i el darrer dedicat a les aplicacions pràctiques d'aquesta ACB. Cal partir de la premisa que, a l'hora de fer avaluacions de projectes i anàlisis de rendibilitat social i econòmica, no hi ha una metodologia única i universalment acceptada; al contrari, existeixen diverses estratègies per afrontar aquest difícil repte de fer prediccions sobre coses i fets que encara no han succeït, tot i que estiguin fonamentades en complicades fórmules matemàtiques i supòsits aparentment lògics i previsibles. En aquest sentit, la metodologia de l'ACB i la seva utilitat no tenen el reconeixement general, i les crítiques, tant pel que fa als seus supòsits com a les tècniques que utilitza, són importants i remarcables. Tot i així, sembla un instrument força vàlid per a l'avaluació de projectes i per orientar les administracions públiques en relació amb la racionalitat de les decisions adoptades sobre inversions o suport a projectes d'indole privada, sempre que no se'l consideri com la decisió última i definitiva que cal considerar.

El primer capítol del llibre estudia la valoració dels efectes externs derivats de la realització d'un determinat projecte, és a dir, les anomenades externalitats o economies i deseconomies externes. Aquestes, en l'àmbit turístic i de l'oci, acostumen a estar relacionades amb els efectes de caire mediambiental que afecten o bé la qualitat de l'experiència turística del visitant, o bé la qualitat de vida de la població resident a les zones receptores. Són efectes de quantificació difícil perquè pertanyen a un seguit de béns de consum que no s'intercanvien al mercat i, per tant, hom en desconeix el preu (per exemple, com valorar monetàriament la destrucció paisatgística o la contaminació d'una platja). D'altra banda, els autors lliguen aquest

concepte d'externalitat amb el de bé col·lectiu, que en termes turístics pot ser exemplificat en la bellesa d'un paisatge, una platja o un monument històric.

El segon capítol estudia els fonaments teòrics de l'ACB (no seria més lògic explicar això abans?) i les etapes que integren el procés d'avaluació d'un projecte (descripció, recerca d'alternatives, identificació d'impactes, predicció i quantificació, avaluació en termes monetaris, i selecció d'un criteri de decisió). Breument, l'ACB és el càlcul de la diferència entre dues magnituds: la suma dels ingressos (beneficis) dels agents afectats i la suma dels costos privats i externs. Si la diferència és positiva —en favor dels beneficis— el projecte podria conduir a una situació econòmica millor que la prevista per qualsevol altra alternativa. Cal tenir present que la seva aplicació implica l'existència d'un conjunt de judicis de valor, dels quals dependrà el resultat final. No és qüestió de dir quina selecció de valors és més correcta, sinó explicitar-la i ser coherent amb la seva aplicació pràctica (per exemple, l'ACB tradicional no es preocupa de qui pot rebre els costos i els beneficis d'un projecte i, en canvi, un ACB no convencional sí que tindria en compte els aspectes de distribució òptima de la renda).

Les crítiques sempre han acompanyat aquesta metodologia, i han destacat, per exemple, la difícil valoració monetària d'elements immaterials (la vida humana, la contaminació i la destrucció del paisatge, etc.). Per tant, es demostra que aquest mètode d'avaluació és un element més que serveix per prendre i racionalitzar les decisions públiques d'inversió, però que en cap cas és un substitut.

Justament és en el capítol següent on els autors analitzen la valoració d'aquests béns de caire immaterial o intangible (de no mercat), especialment tres: el valor donat a l'estalvi de temps en els desplaçaments, a la mateixa vida humana, i als costos i als impactes ambientals. Són tres també

els tipus d'estratègies estudiades que es poden utilitzar per avaluar aquests béns, juntament amb les seves tècniques d'aplicació: el mètode dels preus hedònics (obtenir el preu d'un bé pels seus efectes en un mercat real que hi està relacionat, com per exemple, la incidència del medi ambient en relació amb el mercat immobiliari), el de les preferències revelades o del comportament individual (pagar per un bé de no mercat com l'estalvi de temps de desplaçament), i finalment, l'anomenat mètode de la valoració contingent (coneixement del preu d'un bé immaterial per mitjà d'una enquesta als usuaris).

El darrer capítol és una aplicació pràctica dels mètodes i de les tècniques exposats al bloc anterior per avaluar projectes de turisme i oci (prèviament, els autors fan un recordatori de les etapes que cal seguir i dels problemes que s'hauran de resoldre per poder fer una ACB). Els casos seleccionats corresponen tant a projectes d'un àmbit més general (una infraestructura de transports) com també sectorial (regeneració i potenciació de platges, recreació en aigua dolça —llacs i rius—, protecció d'espais d'interès natural i paisatgístic, parcs temàtics i ports esportius). El capítol finalitza amb un estudi de la relació entre l'anàlisi dels impactes econòmics derivats d'un projecte turístic, i defineix l'anomenat efecte del multiplicador (atès que tota inversió turística en una regió significa una injecció de capital que repercutirà en la renda de tots els sectors econòmics), amb l'anàlisi de la rendibilitat social de l'ACB.

El segon llibre que ressenyem, *Tècniques de evaluación del potencial turístico*, es limita més a l'aspecte descriptiu, ja que és una autèntica guia pràctica de les tècniques que s'han utilitzat en l'anàlisi dels recursos turístics, amb la doble vessant d'inventari i catàleg d'una banda, i d'avaluació del potencial turístic d'una altra. Però, tot i l'aplicació d'aquest inventari a casos pràctics, els comentaris crítics són fins cert punt escassos i hi predomina la descripció de les metodologies i dels resultats

obtinguts arran de l'aplicació d'una tècnica o d'una altra. No obstant això, no deixa de ser un llibre de gran interès a causa de la gran quantitat d'exemples d'arreu i de situacions extrapolables que es plantegen, resultat dels quals són una extensa bibliografia, un exhaustiu ventall de quadres, gràfics i figures complementàries a l'explicació, i un apartat final d'annexos (fins a 14).

El text s'ha organitzat en cinc grans blocs. En el primer capítol s'analitzen quins són els factors principals que determinen la localització territorial de l'activitat turística: el clima, la seva accessibilitat (tant en termes físics com de mercat, és a dir, proximitat als centres emissors de la demanda), i la capacitat de càrrega (*carrying capacity*), que fa referència al límit de l'activitat turística més enllà del qual té lloc una saturació de l'equipament turístic, una degradació del medi ambient o una disminució de la qualitat de l'experiència del visitant. De tota manera, aquests factors només contribueixen a un augment o a una disminució de la rellevància turística d'un indret, sempre que hi hagi un recurs turístic. És a dir, la importància d'aquests tres elements és nul·la si no existeix un element que atregui els turistes (per tant, cal veure el recurs com la matèria primera de l'activitat turística).

Així, al segon i tercer capítols es fa una reflexió sobre el concepte de recurs turístic i també sobre la classificació i la metodologia de l'inventari d'aquests recursos, amb una atenció especial al disseny metodològic efectuat per dues entitats d'àmbit supraestatal: l'Organització d'Estats Americans (OEA) i l'Organització Mundial de Turisme (OMT). La identificació dels atractius turístics esdevé una tasca fonamental en la diagnosi d'un procés de planificació turística. El problema, però, és que no hi ha una única metodologia acceptada, i el cas més freqüent és l'existència de classificacions diferents per àrees particulars sense que sigui possible una compara-

ció entre aquestes. Malgrat això, el coneixement (en nombre i tipus) dels recursos existents no és suficient i caldrà també conèixer la seva importància per poder establir un ordre de prioritats en la tasca de planificació.

El llibre acaba amb dos capítols més, els més llargs i complexos quant al contingut, i constitueixen una enumeració i explicació dels mètodes, les tècniques i les estratègies desenvolupades per avaluar els recursos turístics en general, i a un nivell més concret, el paisatge. El valor real del potencial turístic d'una àrea no és mesura únicament pel nombre de recursos, sinó per la qualitat. I aquest és l'objectiu de les tècniques d'avaluació: establir uns valors sobre els quals s'haurà de fonamentar la presa de decisions. S'estudien aquí tres tipus d'avaluacions: l'anàlisi (valorar un recurs en funció de les seves característiques intrínseques), l'econòmica (aplicació de tècniques i conceptes de l'economia tradicional a situacions no convencionals), i la del coneixement de les preferències dels usuaris (mitjançant la realització d'enquestes a experts).

Finalment, un encert de l'autor ha estat el tractament diferenciat que fa de la variable paisatge, atès que el turisme és una activitat identificada amb el medi ambient i amb la seva representació física, el paisatge. Així, la seva avaluació, qualificació i valoració, d'una manera objectiva (convertint en termes científics i tècnics els elements que entren de ple en el món de l'estètica, l'art i la subjectivitat personal), són temes de singular interès per a una bona planificació turística. L'autor analitza tres vies per avaluar el paisatge: la consensuada (realitzada per experts mitjançant fotografies, mapes, reconeixement del terreny, etc.), per components (valo-

ració de la qualitat dels elements que integren aquest paisatge a partir d'uns estàndards), i els estudis de preferències (basats en les opinions i els gustos demostrats pel públic en general i no solament pels experts en aquests temes).

Malgrat tot això, el caràcter subjectiu de les apreciacions del paisatge fa que encara no s'hagin resolt satisfactòriament els problemes de definició, d'investigació i d'avaluació. Per a alguns, la bellesa no pot ser descrita i, per tant, tampoc pot ser definida o analitzada sobre una base científica. Per a uns altres, en canvi, l'existència innegable d'aquesta subjectivitat no ha de ser cap impediment per no abordar un esforç d'objectivitat. Si es vol adoptar decisions, cal arribar a un tipus de valoració que sigui d'equilibri entre el que és objectiu i el que pertany al món de la subjectivitat, entre els termes monetaris i percentuals, i els estètics.

En definitiva, el resultat d'aquests dos llibres són uns textos a cavall entre el manual i l'examen o el reconeixement en l'àmbit de l'avaluació del potencial turístic i de la rendibilitat social dels recursos d'aquest tipus. A més a més, per la seva complementaritat, es recomanaria una lectura conjunta dels dos llibres i no separadament, atès que els possibles dubtes que puguin sorgir en determinats aspectes després de la lectura d'un poden quedar aclarits amb l'altre. Esperem que la publicació d'aquesta classe d'estudis continui endavant per la seva gran utilitat i l'aportació que poden fer en aquesta línia d'investigació.

Joan Carles Llurdés i Coit
 Departament de Geografia
 Universitat Autònoma de Barcelona