



MEDITERRANEO ECONOMICO

Las nuevas formas del turismo

Coordinador: Joaquín Auriolés Martín

Director: Jerónimo Molina Herrera

Consejo Asesor:

Juan del Aguila Molina
Joaquín Auriolés Martín
Francisco Ferraro García
Jose María García Álvarez-Coque
Jordi Nadal Oller
Manuel Pimentel Siles

Coordinador: Joaquín Auriolés Martín

Consejo de Redacción:

Rodolfo Caparros Lorenzo
Francisco Joaquín Cortés García
Roberto García Torrente
Abel La Calle Marcos
Antonio Parejo Barranco
Andrés Sánchez Picón

Edita: Caja Rural Intermediterránea. Cajamar

Producido por: Instituto de Estudios de Cajamar

www.instituto.cajamar.es

Portada: Gaybel Comunicación

Diseño y maquetación: Francisco J. Fernández

Imprime: Escobar Impresores, S.L. El Ejido (Almería)

Depósito legal: AL - xxx - 2004

ISBN: 84-95531-20-8

El Instituto de Estudios de Cajamar no se responsabiliza de la información y opiniones contenidas en esta publicación, siendo responsabilidad exclusiva de sus autores.
© Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, así como la edición de su contenido por medio de cualquier proceso reprográfico o fónico, electrónico o mecánico, especialmente imprenta, fotocopia, microfilm, *offset* o mimeógrafo, sin la previa autorización escrita del editor.



Índice

A MODO DE INTRODUCCIÓN, PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTO	7
<i>Joaquín Auriolas Martín. Fundación Centro de Estudios Andaluces.</i>	
. A. ECONOMÍA Y TURISMO	
EL MEDIO Y EL LARGO PLAZO EN EL TURISMO ESPAÑOL	15
<i>Joaquín Auriolas Martín, Carmen Fernández Cuevas y Elena Manzanera Díaz. Fundación Centro de Estudios Andaluces.</i>	
LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO: ALGUNOS INDICADORES BÁSICOS PARA EL ANÁLISIS DEL TURISMO EN ESPAÑA	39
<i>Agustín Cañada Martínez. Subdirección de Cuentas Nacionales, INE.</i>	
ESTRATÉGIAS DE EXPANSIÓN DE LOS GRUPOS EMPRESARIALES DEL SECTOR TURÍSTICO. REFERENCIA A ANDALUCÍA	53
<i>Clemente del Río Gómez y Juan R. Cuadrado Roura. Universidad de Alcalá. Madrid.</i>	
MODELOS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN ESPAÑA: SEGMENTACIÓN POR PAÍSES DE PROCEDENCIA	81
<i>Águeda Esteban Talaya. Universidad de Castilla-La Mancha.</i>	
. B. LA CALIDAD DEL TURISMO	
LA IMPOSICIÓN DEL TURISMO	105
<i>Alberto Gago Rodríguez, Xavier Labandeira Vilot y Miguel Rodríguez Méndez. Universidad de Vigo.</i>	
ESTRATEGIAS DE CALIDAD TURÍSTICA. EL PAPEL DE LOS SISTEMAS DE ACREDITACIÓN Y CERTIFICADOS DE CALIDAD	118
<i>César Camisón Zornoza. Universidad Jaime I.</i>	
LA CALIDAD EN EL TURISMO. MECADO DE TRABAJO: FORMACIÓN Y CAPITAL HUMANO	169
<i>José Luis Fernández Noriega. Federación Española de Hortelería (FEHR).</i>	



. **C. PIEZAS PARA EL CONOCIMIENTO DEL TURISMO**

LA URBANIZACIÓN DEL TURISMO. UN PUNTO DE VISTA CLÁSICO	197
<i>Damián Quero Castanys. Arquitecto.</i>	
POLÍTICA TURÍSTICA EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN	215
<i>Eduardo Fayos-Solà. Organización Mundial del Turismo (OMT).</i>	
TURISMO RESIDENCIAL Y MIGRACIÓN DE JUBILADOS	233
<i>Vicente Rodríguez Rodríguez. Instituto de Economía y Geografía.</i>	
DESARROLLOS DEL TRANSPORTE AÉREO AL COMIENZO DEL NUEVO MILENIO: EL PAPEL DE LOS TRANSPORTISTAS DE BAJO COSTE	254
<i>Ofelia Betancor Cruz. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.</i>	
LA POLÍTICA TURÍSTICA EN ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA	268
<i>Carmelo Pellejero Martínez. Universidad de Málaga.</i>	



A MODO DE INTRODUCCIÓN, PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTO

Joaquín Auriolas Martín

La revista **MEDITERRÁNEO ECONÓMICO** aborda de manera monográfica el estudio del turismo en este volumen. Su doble vocación, económica y mediterránea, justifica sobradamente la elección, de la misma manera que otros números anteriores se han dedicado al estudio en profundidad de temas como la política agraria común, los movimientos migratorios, el urbanismo o el medio ambiente. Sin duda el turismo forma parte de la imagen económica del Mediterráneo puesto que a algún punto de su perímetro se dirige la cuarta parte de los viajes turísticos internacionales y se concentra algo más de la quinta parte de los ingresos que genera esta actividad a nivel mundial. Se trata además de una actividad que crece intensamente, amparada en una extraordinaria combinación de sol, mar y cultura, si bien es cierto que a un ritmo inferior al del resto del mundo.

El Mediterráneo es, sin embargo, cualquier cosa menos homogéneo. El mosaico de realidades políticas, económicas, sociales y culturales que se suceden a lo largo y ancho de su ribera se refleja en la conformación de un espacio turístico de una enorme diversidad. Destinos emergentes y en expansión conviven con las principales vanguardias del sector a nivel internacional, como es el caso de Italia, Francia, Egipto, Grecia y, desde luego, España; y esta vecindad, junto con su proximidad al mercado europeo, da lugar a un fenómeno turístico singular, irrepetible y difícil, o imposible, de conceptualizar.

España es, dentro de esta diversidad, su baluarte más representativo. Como segunda potencia internacional en tráfico de viajeros, detrás de Francia y, en ingresos, detrás de Estados Unidos; el turismo español constituye una referencia para el resto del mundo, tanto en lo que se refiere a la explotación de sus recursos naturales más estrechamente vinculados al concepto convencional de turismo, como en su capacidad de adaptación a las nuevas preferencias de la demanda y a las exigencias de un mercado que se ha transformado profundamente tras la crisis de los años 90. Tras superar sin grandes traumas las convulsiones que han afectado al sector en los años que han transcurridos del siglo actual, el turismo español ha mostrado sus fortalezas al mercado presentándose como un destino capacitado para hacer frente al deterioro de las condiciones en que se desenvuelve la actividad a nivel internacional. Se trata de una coyuntura radicalmente diferente de la que se vivió hace tan sólo una década, cuando la crisis turística internacional produjo, no solamente un tremendo impacto negativo sobre el sector en términos de actividad y empleo, sino una profunda transformación en sus estructuras.

La teoría económica establece que con el cambio de ciclo se aceleran los procesos de transformación y, en especial, los de renovación de la demografía empresarial. Las empresas

y actividades "obsoletas" ceden sus espacios respectivos en el mercado a las emergentes, dando lugar a un proceso de renovación de empresas, productos y procedimientos que normalmente tiene lugar en periodos relativamente cortos de tiempo. La fortaleza con que el turismo español está superando la crisis internacional en el sector invita a pensar en que el proceso de renovación que tuvo lugar tras la crisis de los 90 fue intenso y afortunado, aunque no debe conducir al error de pensar que podemos ser impermeables a los cambios que puedan precipitarse con la crisis actual. Es por ello que el conjunto de este volumen se ha estructurado con la intención de revisar un conjunto de cuestiones estrechamente vinculadas con las tendencias y señales de cambio que se aprecian en la actualidad. El primer bloque se dedica al estudio de cuestiones propias del análisis económico convencional. Se analizan los determinantes del comportamiento de la demanda turística en el medio y el largo plazo y sus características a través de funciones de comportamiento, las relaciones entre turismo y economía y los procesos de transformación en el sector.

El análisis de las transformaciones que experimenta el turismo español tras el cambio de ciclo a comienzos de la década anterior es la cuestión central del artículo de Auriolles, Fernández y Manzanera. El trabajo rechaza toda consideración sobre las cuestiones que determinan el comportamiento del sector en el corto plazo y se centran en la observación de sus inercias en el medio y el largo plazo. Resulta evidente que el turismo español ha desarrollado músculo a lo largo de los noventa, apreciándose un reforzamiento de su potencial de crecimiento con respecto a los años ochenta. A ello contribuye decisivamente la diversificación de la oferta como consecuencia de la consolidación de nuevos segmentos turísticos diferentes al sol y playa y de la entrada en el mercado de otros destinos diferentes de los convencionales.

Como no podía ser de otra forma, el turismo ha sido una de las actividades donde los efectos de la internacionalización de la economía y la globalización son más evidentes. El artículo de Juan R. Cuadrado y Clemente del Río aborda el estudio de proceso de reestructuración empresarial que se ha producido en el sector a nivel internacional en los últimos años y avanzan postulados sobre su posible influencia en la alteración de las condiciones de competencia en el mercado. La ganancia de tamaño se entiende como estrategia para competir con garantías y, sobre todo, para abordar las enormes expectativas de crecimiento del sector a nivel internacional. Los procedimientos, sin embargo, varían en función del tipo de agente y de la zona. Los touroperadores han optado por la integración vertical en un proceso que ha tenido lugar fundamentalmente en Europa. La formación de grandes cadenas hoteleras se produce sobre todo en Estados Unidos, siendo la integración horizontal la fórmula dominante; mientras que en el caso de las compañías aéreas las alianzas estratégicas han sido la opción elegida para posicionarse de cara a la evolución futura del sector. Es muy significativo que en el trasfondo de los procesos de concentración que se han producido el papel del sector financiero ha resultado decisivo, poniéndose de manifiesto que, salvo excepciones, la tradicional desconfianza hacia el turismo de las entidades financieras españolas puede haber sido un obstáculo para que el posicionamiento en el mercado de las empresas españolas haya sido más ambicioso.



La perspectiva económica no es la única desde la que puede observarse el turismo, si bien es una de las más trascendentes y, sobre todo, la que probablemente ha adquirido mayor protagonismo en los últimos quince años. La intuición de su importancia en términos de contribución a la formación de la renta nacional y del empleo ha hecho que los intentos de cuantificar sus relaciones con el resto de la economía hayan sido reiterados, si bien con el hándicap de ausencia de consenso sobre el método. De hecho, uno de los obstáculos tradicionalmente más difícil de superar ha sido la propia definición del turismo, es decir, que es y que no es turismo. Desde hace algunos años la OMT viene trabajando en la elaboración e implantación de una metodología común para la elaboración de Cuentas Satélite de Turismo, con la finalidad de ofrecer un procedimiento que, en armonía con el Sistema de Cuentas Nacionales, permita, por un lado, visualizar con claridad la dimensión económica del turismo y, por otra, realizar análisis consistentes de las relaciones entre el turismo y el resto de la economía. El Instituto Nacional de Estadística es uno de los pioneros a nivel internacional en el desarrollo de este instrumento y Agustín Cañada uno de los principales responsables de que en estos momentos España sea uno de los pocos países que ha conseguido presentar resultados, cuyos rasgos más destacados son desarrollados en su artículo.

Existe una tradición en el estudio de la demanda turística española que ha permitido construir un cierto consenso acerca de la importancia que la renta en los países de origen de los turistas, los precios y el tipo de cambio tienen en la explicación de las oscilaciones. Desde este punto de partida Águeda Esteban profundiza en el estudio de dicha demanda segmentando por países de procedencia con el fin de identificar diferencias de comportamiento e influencia de los factores señalados. La renta se manifiesta como la variable más influyente en las variaciones en la demanda, si bien con tendencia a disminuir, circunstancia que la autora interpreta como señal de la progresiva reducción del umbral de renta a partir del cual se consumen los servicios turísticos españoles. A pesar de ello, los valores de las elasticidades demanda-renta sugiere que el turista característico es de poder adquisitivo relativamente bajo, especialmente los que proceden de Reino Unido y Alemania, mientras que Francia y Holanda muestran las elasticidades más rígidas. Los precios sólo resultan significativos en el caso de los turistas procedentes de Suecia y, en menor medida, de Bélgica y Holanda.

Como se ha señalado, la perspectiva económica puede ser la que en mayor medida se haya desarrollado en los últimos años a la hora de observar el turismo, pero no la única. En concreto, la perspectiva medioambiental viene capturando, desde hace ya algún tiempo el interés de los estudiosos como consecuencia, probablemente justificada, del tradicional conflicto sobre la forma de aprovechamiento de los valores naturales y turísticos que suelen concurrir en un mismo espacio o territorio. El carácter irreversible que normalmente acompaña a la segunda de las opciones plantea incertidumbres acerca de los límites de tolerancia que normalmente chocan con los contundentes argumentos que sobre oportunidades de bienestar proporcionan las experiencias conocidas de desarrollo turístico en zonas desfavorecidas. En la actualidad existe un cierto consenso acerca de la necesidad de buscar modelos equilibrados en términos de sostenibilidad a largo plazo y un convencimiento cada vez más extendido de

que los atributos medioambientales resultan determinantes de los parámetros de calidad que caracterizan a un destino. También el concepto de calidad refuerza su condición de factor determinante de la capacidad para competir en un marco de relaciones económicas como el actual y todavía más en el caso del turismo.

Medio ambiente y capital humano constituyen los dos temas en los que se plantean reflexiones sobre la estrategia de la calidad en el turismo. En el caso del medio ambiente se hace desde una doble perspectiva: la fiscal y el papel de las acreditaciones y certificaciones de calidad. En realidad, el trabajo de Gago, Labandeira y Rodríguez Méndez va más allá de la simple consideración sobre la fiscalidad ecológica del turismo. Además de algunas reflexiones acerca de la tributación del turismo como cualquier otra actividad económica, se plantean dos perspectivas de gran interés. Por un lado, a partir del hecho de que el turista consume servicios públicos que se financian con los impuestos que paga la población residente y, por otro, como forma de abordar los costes ambientales y de congestión que genera la actividad y que dio lugar a la polémica ecotasa balear.

El artículo de César Camisón proporciona una valoración actualizada, completa y empíricamente contrastada de las consecuencias que sobre el desempeño de sus funciones han tenido las estrategias empresariales basadas en la diferenciación en calidad frente al precio como argumento de competencia. El trabajo presenta una revisión de la senda recorrida en el desarrollo de los sistemas de acreditación de la calidad en las empresas turísticas, tanto a nivel nacional como internacional, concluyendo que sus consecuencias son positivas en términos de mejora de las condiciones de competitividad. El autor, no obstante, confronta estos resultados con los obtenidos por quienes han optado por la implantación de sistemas de "Gestión de la Calidad Total" concluyendo, con el refuerzo de las evidencias empíricas que presenta, que las ventajas son mayores en el caso de esta última opción.

El siguiente artículo aborda el tema de la calidad en el turismo desde la perspectiva de los recursos humanos y, más concretamente, de la formación de los mismos. Fernández Noriega considera que los recursos humanos son el elemento determinante de la calidad de los servicios turísticos y que existe una estrecha relación entre las características productivas de trabajadores, empresarios y directivos y sus niveles de formación. El turismo encuentra dificultades para cubrir sus necesidades de recursos humanos, identificándose un desequilibrio entre las necesidades de las empresas y la oferta de empleo existente. El problema se agrava como consecuencia de algunas características del mercado de trabajo en el sector entre las que destacan la elevada rotación del personal y el prestigio social de la actividad. En el apartado de propuestas se apunta la necesidad de incluir la cualificación tecnológica (nuevas tecnologías de la información y la comunicación) en los planes de formación, la reforma de la formación profesional y ocupacional con el fin de conseguir una mejor adaptación a las necesidades del mercado y el apoyo al reconocimiento social y profesional del turismo.



El tercer bloque de temas aborda un conjunto diverso de cuestiones que constituyen referencias inevitables a la hora de tomar el pulso a la dinámica de transformaciones que se están produciendo en el sector. Los artículos de Carmelo Pellejero y Eduardo Fayós se refieren a la política turística, el primero desde una perspectiva histórica y el segundo desde una óptica actual y aventurando valoraciones prospectivas.

El trabajo de Pellejero proporciona una visión documentada e imprescindible de la historia de la política turística en España. Se trata de un recorrido por los acontecimientos que acompañaron el desarrollo del sector desde comienzos del siglo XX, cuando la política turística perseguía fundamentalmente el crecimiento del sector, partiendo de niveles de actividad muy reducidos, estaba muy centrada en el segmento de sol y playa y se gestionaba de manera centralizada. El enfoque permite apreciar la formación de la conciencia política y administrativa que se va generando a medida que se desarrolla y consolida el sector hasta llegar al periodo constitucional, cuando las autonomías irrumpen en el escenario y se produce una gran transformación, no sólo en la concepción de la política turística, sino también en su gestión y contenido como consecuencia de la aparición de nuevas formas de turismo alternativos al convencional.

El artículo de Eduardo Fayós parte del reconocimiento de que el turismo se ha convertido en un sector económico consolidado a nivel internacional y que de manera generalizada los gobiernos de los distintos países y regiones, haciéndose eco de su importancia, han buscado sin excepciones su posicionamiento en el mismo. La realidad del turismo actual, sin embargo, contiene restricciones que anteriormente no existían o eran irrelevantes y que se relacionan con la globalización de las relaciones económicas y con la necesidad de conciliar las diferentes escalas que entran en juego y que van desde lo local a lo global. El turismo es ahora más incierto y cambiante; incorpora elementos de costo novedosos, aunque se reduzca el precio relativo del servicio; y bastante más complejo en términos de geografía, formas de viaje y tipología de productos. En este contexto el autor se adentra en lo que denomina la Nueva Política Turística que, en todo caso, sigue persiguiendo la maximización de su contribución al bienestar de la sociedad.

Entre las señales que mejor permiten identificar la realidad del turismo actual en España tienen necesariamente que considerarse dos fenómenos singulares: el turismo residencial y la aparición en el escenario turístico internacional, pero especialmente en el europeo, del fenómeno de las compañías aéreas de bajo coste.

El artículo de Vicente Rodríguez se introduce en la relación entre turismo, movimientos migratorios y cambio de residencia que le lleva a identificar su trascendencia como fenómeno turístico y su capacidad de transformar una actividad, y un espacio, cuyo potencial de adaptación a fenómenos de dimensiones como éste es extraordinaria. Las consecuencias son importantes sobre el propio turismo convencional, puesto que terminan afectando a la estacionalidad, al asentamiento de otras actividades productoras de bienes y servicios y, consiguientemente, de una población laboral inducida. El autor deja abiertas algunas cuestio-



nes cuyo origen se encuentra en la paradójica convivencia de conceptos inicialmente antagónicos, como el de turismo y residencia o el de migrante y turista. En cualquier caso, la reflexión conduce a cuestionar el tipo de relación existente entre turismo convencional y residencia (complementariedad o competencia); la fortaleza del proceso y su singularidad mediterránea; y el propio sentido de las políticas públicas de promoción dirigidas a incentivar el cambio de residencia de la población jubilada.

El Secretario General de la OMT señaló en su discurso de noviembre de 2002 que las compañías aéreas de bajo coste constituían una de las mutaciones más destacadas en el turismo internacional del siglo XXI. El trabajo de Ofelia Betancor se introduce en el sector del transporte aéreo con el fin de analizar las profundas transformaciones que ha experimentado en pocos años y que han supuesto una alteración sustancial de las condiciones de competencia en el mismo. Las alianzas estratégicas han sido la fórmula de supervivencia adoptada por los transportistas tradicionales que, de esta manera, han intentado hacer frente a la profunda crisis que ha afectado al sector desde finales de la década anterior. El fenómeno más significativo ha sido, sin embargo, la entrada en funcionamiento de nuevas compañías cuyo argumento para competir ha sido la reducción de precios y costes hasta niveles inalcanzables por las antiguas compañías. El futuro aparece lleno de incertidumbres, especialmente para las líneas de vuelos chárter, fundamentalmente como consecuencia de que si bien pueden ser competitivas en costes, adolecen de mayor rigidez en el diseño y realización de sus operaciones.

El conflicto por el uso del suelo, la alteración de los paisajes y la concepción de la ciudad como espacio común para la satisfacción de las necesidades materiales colectivas e individuales, junto con el gozo estético, obliga a incluir en este volumen una reflexión sobre la forma en que el turismo encaja en nuestra interpretación de la ciudad y el urbanismo. El artículo de Damián Quero introduce una premisa: el urbanismo adquiere sentido cuando se concibe como hábitat que proporciona condiciones para una adecuada convivencia de los individuos con su cultura, es decir, con sus mitos y ritos en cada época. Desde este punto de vista, son los conceptos de "estructura y figuración, vinculados respectivamente a las nociones sociológicas de orientación y cosmopolitismo, los que han de asegurarse en la concepción y el proyecto del territorio para el turismo". El turista, sin embargo, es un trasgresor temporal de hábitos y rutinas que espera encontrar en su viaje oportunidades de emancipación y de realización de su sensibilidad. El autor sostiene que las ciudades deben dejarse leer por sus observadores y que los espacios vacíos o no funcionales tienen tanta capacidad estructurante como los ocupados. Desde este punto de vista realiza una visión crítica del paisaje que resulta de la concepción ordenada del urbanismo: *"la ciudad ha ocultado la tierra para esconder su conciencia de culpa"*.