

APROXIMACIÓN AL ÚLTIMO MEDIO SIGLO DE TURISMO EN ESPAÑA, 1959-2009*

Catalina Vacas** y Marco-Hugo Landeta***

Resumen: Desde los últimos años de la década de los 50 hasta el momento actual, se han producido cambios muy importantes en el turismo español, pasando de ser un sector destinado a las élites a su actual industrialización, como reacción al turismo de masas. Estamos convencidos de que la reactivación de la economía española, destruida en la Guerra Civil, se debió en gran medida a los ingresos provenientes del turismo. España pasó de una economía agraria a una economía de servicios y la capitalización de los beneficios obtenidos por el turismo permitió la industrialización del país.

La actividad turística se ha consolidado como una actividad estratégica de la economía española. No se podría entender la reciente historia de España y explicar el grado de desarrollo económico alcanzado, sin hacer una referencia al turismo, que se ha convertido en el primer sector productivo de la economía española si nos atenemos a su participación en la renta y en el empleo, además de haber tenido una extraordinaria influencia en las pautas sociales y culturales de los españoles.

Medio siglo de expansión del turismo en España nos ha proporcionado unos conocimientos muy valiosos acerca de lo que debe y no debe hacerse en turismo.

Palabras clave: turismo español, historia del turismo, historia económica.

Abstract: From the last years of the 50's up to the current moment, there have been some considerable changes in the Spanish tourism, passing of being a sector destined for the elites to its current industrialization, as a reaction to "mass tourism". We are sure that the reactivation of the Spanish economy, destroyed in the Civil war, was due to a large extent to the incomes that came from tourism. Spain passed from an agrarian economy to an economy of services, and the capitalization of the benefits obtained by the tourism allowed the industrialization of the country.

The tourist activity has been consolidated as a strategic activity of the Spanish economy. The recent history of Spain might not be understood and explain the degree of achievement of its economic development, without doing a reference to the tourism, which has turned into the first productive sector of the Spanish economy if we only talk about its participation in the revenue and in the employment, beside having had an extraordinary influence in the social and cultural guidelines of Spain.

Half a century of tourism expansion in Spain has provided us a lot of very valuable knowledges of what has to be done and must not be done in tourism

Keywords: Spanish tourism, tourism history, economic history.

I. INTRODUCCIÓN

La actividad turística se ha venido consolidando como una de las actividades estratégicas de la economía española. No se puede comprender la reciente historia de

España y explicar el grado de desarrollo económico alcanzado, sin hacer una referencia al turismo, que se ha convertido en el primer sector (1) productivo de la economía española si nos atenemos a su participación en el PIB y en el empleo, además de haber

* Este trabajo tiene su origen en la lección inaugural del curso 2006-2007 de la Universidad Rey Juan Carlos, pronunciada por la directora de la Escuela Universitaria de Turismo, doctora Catalina Vacas Guerrero, en octubre de 2006. El trabajo ha sido actualizado y revisado por el profesor Marco-Hugo Landeta.

** Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y directora de la Escuela Universitaria de Turismo. Universidad Rey Juan Carlos.

*** Licenciado en Ciencias del Trabajo, master en Gestión y Dirección Hotelera por la Universidad Politécnica de Madrid y master en Marketing por la URJC. Profesor del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos.

tenido una extraordinaria proyección e influencia en las pautas sociales y culturales de los españoles.

Todo esto se ha conseguido gracias a una serie de ventajas competitivas de las que goza el turismo español, entre las que se encuentran: una amplia experiencia y un profundo conocimiento tanto de la oferta como de la demanda, así como de los nuevos canales de comercialización; una gran variedad de destinos y productos; un alto nivel de fidelidad de los visitantes; y una situación geográfica inmejorable que está siendo muy importante desde el punto de vista de las líneas aéreas de bajo coste, hecho que está favoreciendo la llegada de turistas internacionales también a zonas de interior. A estos aspectos hay que añadir una serie de fortalezas basadas en el clima, las playas, el patrimonio cultural, la seguridad, la gastronomía o la diversidad de ocio, sin olvidarnos de la óptima situación política y económica de España en relación con la de otros competidores, y que a lo largo de los últimos años se ha producido un importante desarrollo de las infraestructuras.

Esta posición de liderazgo, que permite afrontar de forma privilegiada los retos futuros, no debe hacernos olvidar que nuestro turismo tiene una serie de debilidades como son la concentración de la demanda, el tener unos destinos maduros que necesitan renovación, la baja productividad, el aumento del diferencial de inflación respecto a la Unión Europea o la revalorización del euro respecto al dólar o la libra. La realidad concreta a la que se enfrenta el turismo se identifica con una situación en donde

la demanda internacional está cambiando de manera profunda, y nuestra oferta hace muy poco por acomodarse a las nuevas actitudes del turista actual. Los viajeros son diferentes a los de los años 70, 80 y 90, y numerosos espacios emergentes se están convirtiendo en nuevos destinos adaptados a los deseos y comportamientos del turista del siglo XXI.

El posicionamiento de España en el *ranking* de destinos turísticos del mundo, por número de visitantes y volumen de ingresos, suele oscilar entre el segundo y tercero, según el año. A lo largo de este último medio siglo el número de turistas (2) internacionales que han llegado a nuestro país no ha dejado de crecer, hasta casi rozar los 60 millones en el año 2007, que aportaron unos ingresos de 42.171 millones de euros. Si a estas cifras añadimos el turismo doméstico, estaríamos hablando de cerca de los 100 millones de personas. Los datos de 2008 fueron ligeramente inferiores, y dada la crisis económica mundial, las previsiones para el actual 2009 no son muy halagüeñas.

Pese a la crisis, sigue siendo uno de los sectores productivos más importantes de la economía española, con una participación en el PIB del 10,7% y da empleo a más de dos millones y medio de personas. Desde el punto de vista de su contribución al equilibrio de la balanza de pagos, los ingresos por turismo en 2008 cubrieron un 32% del déficit comercial. En el Cuadro 1 del Anexo, comprobamos como los ingresos por turismo han ido compensando, año tras año, a la crónicamente deficitaria balanza comercial, si bien, la cobertura en los últimos años ya no alcanza los valores de décadas anteriores

(en 1985 casi llegó a cubrir el 170% del déficit comercial). Las razones de la menor cobertura actual: por un lado, el descenso del saldo de turismo por la salida creciente de españoles al extranjero y por otro por el aumento del déficit comercial.

El análisis de las cifras que explican la dimensión del turismo español manifiesta la enorme magnitud de sus valores, pese a lo cual, la actividad turística no está suficientemente valorada, produciéndose la paradoja de ser considerada como un medio para financiar el déficit comercial de la balanza de pagos y no como un fin en sí misma, lo que daría lugar a su reconocimiento como una actividad básica y prioritaria en la economía nacional. Y esto no sólo ocurre en el ámbito nacional, como demuestra la siguiente conclusión a la que llega la OMT (3) en un informe de 1992: «La política pública sigue volcada en la agricultura, la minería y la manufactura, a las que se considera como fuentes principales de fortalecimiento económico sin llegar a apreciar el potencial económico del turismo».

La idea de que el turismo no representa más que una actividad transitoria y sometida a fuertes fluctuaciones, ha persistido a lo largo de muchos años. En los años sesenta, mientras que los organismos internacionales reconocían a la actividad turística un papel estratégico en la economía de los países en desarrollo, el Banco Mundial, en un informe sobre el desarrollo económico de España (1962) mostraba grandes reticencias sobre el potencial de la actividad turística, afirmando que su demanda es coyuntural y fácilmente desviable de unos destinos a otros, y por tanto poco estable a largo plazo.

Tuvieron que pasar muchos años para que los hechos quitaran la razón al citado Banco, cuyos informes fueron realizados desde la óptica centroeuropea y con criterios de análisis del sector industrial.

El turismo resistió mucho mejor que otros sectores productivos la crisis del petróleo del año 1973, la guerra del Golfo de 1991 y las recesiones económicas que siguieron a estos acontecimientos, y a los trágicos sucesos del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York o del 11 de marzo de 2004 en Madrid, por citar sólo algunos.

Quizás esta falta de reconocimiento del turismo esté motivada por tratarse de una actividad con mayores dificultades de delimitación y cuantificación que otros sectores ya que, pese a los esfuerzos de la OMT, siguen existiendo grandes limitaciones estadísticas y metodológicas. En la mayoría de los países, incluso en los desarrollados, falta una definición y valoración de magnitudes básicas, como por ejemplo el valor añadido o la inversión y consumo turístico, produciéndose cierta confusión entre la actividad turística y otras actividades vinculadas. Por ejemplo, en la Contabilidad Nacional, a la hora de calcular el Valor Añadido Bruto sólo se mide la participación del subsector hotelería y restaurantes, y no de toda la actividad turística, teniendo en cuenta que, por muy vinculadas que estén ambas actividades, evidentemente no son coincidentes (4).

Las siguientes palabras de Fuentes Quintana (1988:68) sobre el papel jugado por el sector servicios en el desarrollo económico español, podemos hacerlas extensivas al

sector turístico, sin necesidad de cambiar ni una sola letra:

«El sector servicios reúne en España tres características:

- Es el más dinámico si nos atenemos al crecimiento de sus producciones y de la ocupación.
- Es el primer sector productivo si atendemos a su participación en el PIB y en el empleo.
- Es el más desconocido».

En conclusión, se hace necesario revalorizar la actividad turística dentro de la economía española, para que ocupe el lugar que le corresponde, siendo preciso para conseguirlo superar las siguientes deficiencias:

- a) La falta de reconocimiento como actividad estratégica para la economía española.

- b) Los esquemas teóricos inadecuados, muchas veces basados en la actividad industrial.

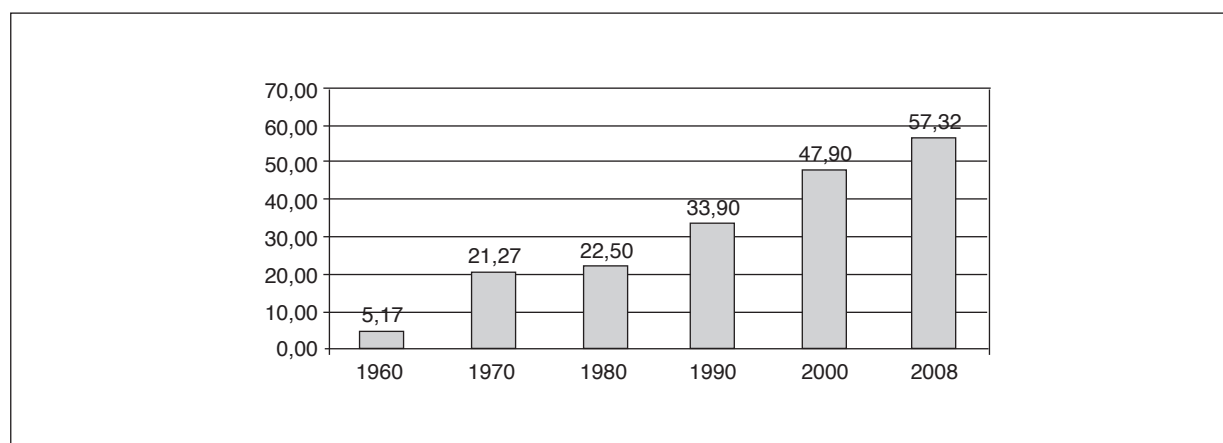
- c) La escasa atención por parte de los investigadores económicos.

- d) la insuficiente información estadística que impide la elaboración de trabajos de mayor calidad científica.

II. EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL

Desde los primeros años sesenta hasta el momento actual, los cambios que se han producido en la actividad turística española han sido considerables, pasando de ser un sector minoritario y de élite a su actual industrialización, como respuesta al turismo de masas. La transformación ha afectado prácticamente a todos los ámbitos: la organización administrativa, la propaganda

Figura 1
Llegadas internacionales (millones de turistas)



Fuente: IET, INE y elaboración propia.

turística, la oferta hotelera, las agencias de viajes o los medios de transporte.

No es nuevo el interés de los investigadores por la historia de los viajes y del turismo (Lavaur, 1974,1978; Salas, 1992) si bien es cierto que en los últimos años se ha producido una atención creciente sobre el tema, como lo demuestran las numerosas publicaciones aparecidas (Boyer, 2002; Vallejo, 2002; Larrinaga, 2002; Panizo y Esteban, 2003; Romero, 2004; Garau y Manera, 2005; Morère, 2006; Moreno, 2005, 2007) incluso en otros países con menos tradición turística que el nuestro (Walton, 2002; Gordon, 2002; Tissot, 2005). También se han publicado verdaderos trabajos enciclopédicos (Fuster, 1991; Bayón, 1999; Pellejero, 1999). Aun así, nos atrevemos a adentrarnos en el estudio de la historia del turismo, si bien limitándonos al último medio siglo, en que las clases medias han comenzado a viajar y se ha desarrollado el denominado turismo de masas.

Estamos convencidos de que la recuperación de la economía nacional destruida durante la Guerra Civil se debió en gran medida a los ingresos del turismo. España pasó de una economía agraria a una economía de servicios y la capitalización de los beneficios obtenidos con el turismo permitió la industrialización de nuestro país (5).

Medio siglo de expansión turística a lo largo de la geografía española, nos proporciona valiosas enseñanzas sobre lo que debe y no debe hacerse en turismo, y que podrían resumirse en las seis siguientes etapas:

- 1.^a Los orígenes, con anterioridad a 1959.
- 2.^a Crecimiento acelerado, de 1960 a 1973.
- 3.^a Crisis económica y reorganización del sector, de 1974 a 1982.
- 4.^a Consolidación e internacionalización del sector turístico, de 1982 a 1996.
- 5.^a Madurez del sector y pérdida de competitividad, de 1996 a 2007.
- 6.^a Nueva crisis económica mundial, de 2008 a la actualidad.

II.1. Los orígenes (con anterioridad a 1959)

Es difícil fijar una fecha sobre el origen del turismo español y paralelamente de la hotelería como su principal manifestación. Pero es evidente que antes de 1959, fecha en la que situamos el inicio del turismo de masas, se habían conseguido algunos avances, no espectaculares pero sí dignos de ser tenidos en cuenta dadas las difíciles circunstancias por las que pasó España en la primera mitad del siglo pasado, y sobre todo en la década de los treinta y los cuarenta. Hubo personas e instituciones públicas y privadas que intuyeron las enormes posibilidades que para la economía española podía tener el creciente deseo de viajar y conocer otros países.

En 1905 se creó la Comisión Nacional de Turismo adscrita al Ministerio de

Fomento. En el primer cuarto de siglo XX la oferta hotelera era escasa, y los pocos establecimientos que existían estaban dedicados al turismo de lujo y se ubicaban en las grandes ciudades, en ciudades balneario, principalmente del norte de España, o en torno a los casinos. A su vez, durante la primera década del siglo se inauguraron los emblemáticos hoteles Ritz de Madrid y Barcelona, y pocos años después el Palace de Madrid, el Real de Santander o el Carlton de Bilbao.

El Patronato Nacional de Turismo (6) se creó en 1928, con una misión tanto inspectora como promotora del turismo español en el exterior, y entre cuyas actuaciones más notables destacan: la publicación de la primera guía oficial de hoteles, la nueva reglamentación de hostelería, la creación de una Red Nacional de Paradores de Turismo y Albergues de Carretera (7) destinados a un turismo de clase media y la introducción en los hoteles del libro de reclamaciones. Queremos señalar que entre las funciones del Patronato figuraba estudiar los medios para llegar a la implantación de Escuelas de Turismo que facilitasen personal titulado con dominio de idiomas extranjeros y con la debida cultura artística para servir de guía a los turistas.

En la primera guía oficial de hoteles se registraban 1.200 establecimientos, y aparecía San Sebastián a la cabeza de la hotelería española con 2.300 camas, seguida muy de cerca por Madrid, Barcelona y Sevilla. Santander contaba con 1.800 camas y Palma de Mallorca con 1.000 camas. También figuran con un número importante de camas, ciudades balneario del norte de España

como Zarauz, Zumaya o Suances, y algunos hoteles en la sierra de Madrid y en las Islas Canarias. No figuraban en la guía Torremolinos, Fuengirola o Estepona, y Marbella figuraba con dos establecimientos que sumaban 33 camas. En la guía también figuran los balnearios.

Con motivo de la Exposición Iberoamericana de Sevilla (1929) y de la Exposición Universal de Barcelona (1930), tuvieron lugar grandes cambios en la hotelería española, dado el importante número de visitantes que se esperaban.

Sin embargo la Guerra Civil y la posguerra terminaron con este incipiente desarrollo del turismo. Para hacernos una idea de la nueva situación, en un diario de Navarra de 24 de septiembre de 1936, se podía leer (citado por Bayón, 1999a) «el turismo ha de sustituirse por el viaje sacrocastrense» y «la Falange prohibirá terminantemente, bajo penas severísimas, el turismo». Pero las cosas no fueron tan negativas y el 30 de enero de 1938 las autoridades franquistas crearon el Servicio Nacional de Turismo (8), que recogería las competencias del antiguo Patronato, y la Orden Ministerial de 8 de abril de 1939 aprobaba una nueva reglamentación para los alojamientos hoteleros, que contemplaba una clasificación por categorías y un sistema de precios tasados por la Administración (9).

A finales de los años cuarenta, una vez pasadas las penurias de la posguerra, volvió el interés por el turismo y por mostrar España al exterior (10). El nuevo régimen no tardó en darse cuenta de los efectos positivos del turismo para la balanza de pagos,

iniciando cierta apertura al exterior que culminaría con la masificación del turismo a partir de la década de los sesenta.

La preocupación de la Administración Pública por el turismo se puso de relieve en 1951 con la creación del Ministerio de Información y Turismo, que asumió el proceso de desarrollo y crecimiento y del sector, si bien, no se acompañó al nuevo Ministerio de los recursos presupuestarios necesarios para cumplir los objetivos previstos. La escasez de recursos se palió, en parte, con la «Póliza Turística», antecedente de la Ecotasa balear, que se recaudaba mediante una tasa sobre las pernoctaciones hoteleras y se destinaba a cubrir algunos gastos de funcionamiento y mantenimiento, y de conservación de monumentos artísticos.

Según fuentes del Ministerio de Información y Turismo, en la década de los cincuenta la oferta hotelera era muy limitada (casi la misma que antes de la guerra) y localizada en las zonas que ya citamos. Los hoteles eran, o de lujo o pensiones, fondas y pequeños hoteles familiares. El censo de hoteles y pensiones en 1950 era de 1.318 establecimientos, con una capacidad de 78.771 plazas, y al finalizar la década había 2.414 establecimientos una capacidad de acogida de 142.451 plazas.

El turismo que se recibía en este período, seguía estando formado por clases sociales altas, intelectuales y artistas, y en menor medida se iniciaba un turismo más popular de viaje de novios con destino a Mallorca. Los turistas extranjeros que llegaban a los hoteles eran sobre todo franceses y en menor medida ingleses y alemanes.

Por lo que se refiere al funcionamiento de los hoteles, la propiedad de los establecimientos era individual, y la gestión muy elemental en cuanto a planteamientos organizativos o financieros. La mano de obra era abundante y barata lo que permitía una atención muy personalizada al cliente; las categorías laborales estaban muy estructuradas y jerarquizadas, y las tareas de cada categoría muy bien definidas. Las relaciones laborales eran básicamente paternalistas y los horarios muy prolongados.

El hotel estaba muy poco tecnificado, apenas existía maquinaria especializada, a excepción de la caldera de la calefacción y algunas cámaras de frío. La organización de la cocina era totalmente artesanal, con unas condiciones de trabajo muy duras, sobre todo en verano.

En cuanto a los organizadores de viajes, la primera agencia de viajes española se fundó en Barcelona en 1910 (Viajes Marsansrof, que en 1920 cambiaría su denominación a Viajes Marsans) (11). La regulación de la actividad mercantil de las agencias de viajes no se produciría hasta 1942. En ese año se inscriben agencias como Viajes Iberia, Wagons Lits Cook, Viajes Meliá, Viajes Internacional Expreso, Viajes Cafranga, entre otras, alguna de las cuales aún sigue operando.

II.2. Crecimiento acelerado (1960 a 1973)

El turismo de masas se inicia en España con el Plan de Estabilización (12) aprobado en julio de 1959, que permitió declarar la convertibilidad de la peseta, supuso una

incipiente liberalización de la economía española coincidiendo con cierta apertura hacia el exterior, y permitió recoger los frutos del fuerte crecimiento económico surgido en Europa tras la posguerra. Este crecimiento se refleja en el *boom* turístico de los años sesenta, que transforma el litoral mediterráneo y trae a España oleadas de visitantes a los que había que atender.

El aumento de la demanda estuvo propiciado por varias circunstancias: el incremento en el nivel de vida en el centro y norte de Europa, el alargamiento de las vacaciones pagadas, la organización de vuelos chárter en los viejos aviones militares y la gran diferencia de precios entre esos países y España.

Durante la década de los sesenta España se incorpora definitivamente al grupo de naciones especializadas en la recepción del turismo de masas. Si los países emisores europeos se especializaron en la creación de operadores turísticos (*touperadores*) y compañías chárter, España, como país receptor, deficitario en infraestructuras y equipamientos, necesitó crear en muy poco tiempo toda una planta hotelera, restaurantes, agencias de viajes receptoras, mejorar las carreteras, los puertos y los aeropuertos.

La favorable situación coyuntural europea en 1960 repercutió positivamente en la economía española, llegándose a producir superávit en la balanza de pagos. Aumentaron la entrada de divisas por turismo y las inversiones extranjeras, que se materializaron tanto en la industria⁽¹³⁾ como en el turismo, además de incrementarse las exportaciones. El turismo permitió en este

período una entrada neta de divisas de 14.000 millones de dólares, cifra muy aproximada al montante del Plan Marshall en la República Federal Alemana.

Para potenciar las exportaciones el gobierno tomó una serie de medidas (14) que supusieron una auténtica subvención a los sectores considerados como exportadores aunque desafortunadamente el turismo no fue considerado como tal, pese a que ya era la primera industria exportadora del país.

Todo lo anterior trae consigo un crecimiento vertiginoso del turismo empujado por la demanda: si en 1960 habían entrado en España 6.113.255 visitantes, en 1973 eran 34.558.943, con un crecimiento medio interanual cercano al 15% cada año (ver Anexo, Cuadro 2). Las costas españolas se llenaron de turistas ingleses y alemanes que empezaron a superar a los franceses, nuestros tradicionales visitantes. Se trataba de un turismo poco habituado a viajar, poco exigente y dispuesto a dejarse sorprender por el *typical spanish*.

En torno a esta masificación de la demanda se abrieron cientos de hoteles en un tiempo récord, provocando todo tipo de desequilibrios, alguno de los cuales aún no se han podido solventar. El crecimiento del sector fue desordenado, sin ningún tipo de planificación, ni control urbanístico, destruyendo de manera irreversible paisajes y zonas de gran valor ecológico. Se creó un sector económico de grandes dimensiones y dinero fácil a partir de una nula experiencia empresarial, sin cualificación profesional y sin control legal alguno.

La Administración, con el fin de que la situación no se le escapase de las manos comenzó a aprobar una abundante normativa. Una de sus primeras preocupaciones fue el control de precios (Orden Ministerial de 7 de noviembre de 1962), a la que le siguieron otras muchas: en 1963 se aprueba la Ley 48/1963, de 8 julio, sobre Competencias Turística, clave para el posterior marco legislativo institucional, y en el mismo año la Ley 197/1963, de 28 de diciembre, sobre Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional, con la que se pretendió participar en el ordenamiento del territorio; en 1965 el Estatuto Ordenador de las Empresas y Actividades Turísticas Privadas (Decreto 231/1965, de 14 de enero) que establecía medidas de control e impulso de las actividades turísticas y en 1968 la nueva Reglamentación para Establecimientos Hoteleros (Orden Ministerial de 19 de julio de 1968), que pasa por ser la más importante y completa de las publicadas en España, y que estuvo vigente durante quince años con alguna modificación mínima. Desde las instituciones públicas también se quiso desarrollar una estructura formativa e investigadora, para lo que se crean la Escuela Oficial de Turismo y el Instituto de Estudios Turísticos. También en este período se abren numerosas Oficinas de Turismo en el extranjero.

Otra característica de esta etapa es la intervención directa del Estado en el sector empresarial con la participación en dos cadenas hoteleras: la Red de Paradores y Albergues, dependiente del Ministerio de Información y Turismo, y la Empresa Nacional de Turismo (ENTURSA), dependiente del INI, que también intervenía en el transporte, tanto terrestre (ATESA) como aéreo (AVIACO) y en agencias de viajes

(Marsans), sin olvidar que el Estado también controlaba Iberia.

En paralelo a estos acontecimientos, recordemos que el gobierno español sintió la necesidad de programar el crecimiento económico, aprobando los Planes de Desarrollo, que estuvieron vigentes entre 1964 y 1975, e incorporaron un capítulo dedicado expresamente al turismo.

Los ingresos por turismo aumentaban en mayor proporción que el número de visitantes, si bien las cifras pueden resultar engañosas si no se tiene en cuenta la inflación, la influencia del tipo de cambio y se valoran los ingresos a precios constantes. Durante el período 1960-1973 (ver Anexo, Cuadro 1) los ingresos por turismo compensaron, año tras año, el déficit comercial de la balanza de pagos, que no dejaba de incrementarse por el aumento de las importaciones.

La oferta hotelera también creció considerablemente, tanto en el número de establecimientos como en la dimensión de los mismos, aunque no de forma tan acelerada como la demanda (ver Anexo). Téngase en cuenta que en este período también aumentó la dimensión de la oferta de alojamientos extra-hoteleros, apartamentos y camping sobre todo.

El rápido crecimiento de la oferta supone una falta de cualificación profesional en toda la plantilla, desde el director-propietario al último camarero. Pero a pesar de que la calidad del servicio es baja, los hoteles se siguen llenando. Como falta mano de obra, se recurre al sector agrícola; no se cumple la legislación laboral ni en cuanto a horarios

ni en cuanto a cotización a la Seguridad Social, y se produce una gran rotación de las plantillas como forma para resolver los conflictos que surgen.

Las carreras profesionales son muy rápidas: el recepcionista asciende a director, el camarero a *mâitre*, etc., antes de haber adquirido la suficiente experiencia profesional, y ante la falta de personal cualificado, los pocos profesionales existentes gozan de una posición privilegiada.

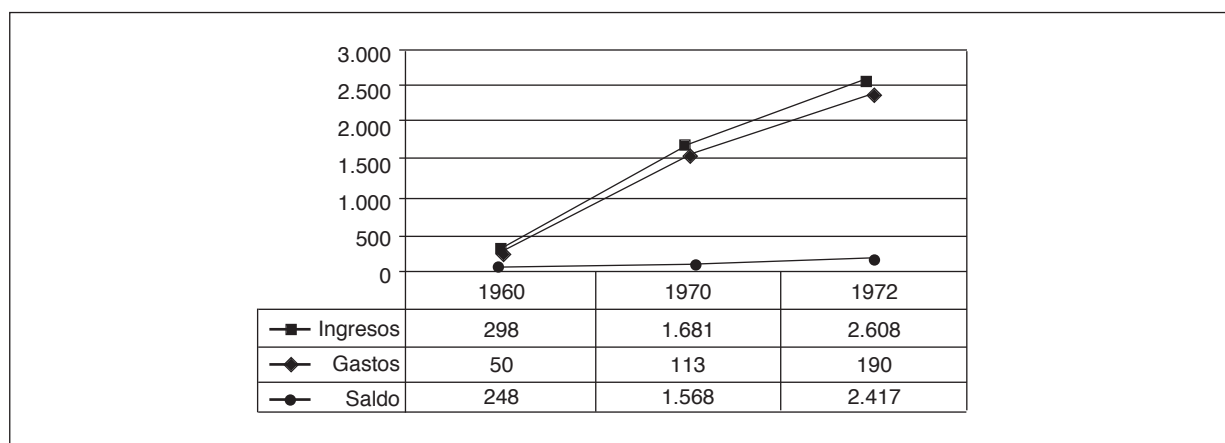
Las innovaciones técnicas se van introduciendo poco a poco en el hotel: aire acondicionado, aspiradoras, máquinas de facturación, etc. En la cocina comienzan a instalarse todo tipo de equipos y aparatos eléctricos: cámaras de frío, máquinas para lavar platos, para cortar fiambres, batidoras, etc., pero la organización del menú sigue siendo artesanal, aunque simplificada al máximo y de una baja calidad.

En los primeros años setenta, se introduce un cambio que sería trascendental en el comedor de los hoteles: el *buffet*, primero parcial (sólo los primeros platos) y más tarde integral. Este hecho va a suponer una modificación radical en la organización del trabajo en el comedor y en la cocina.

Los hoteles siguen siendo en una gran parte de propiedad individual, pero empiezan a surgir las primeras cadenas casi siempre de capital extranjero.

En el período analizado no sólo crecen los alojamientos turísticos, también la industria complementaria (restaurantes y cafeterías, salas de fiesta, agencias de viajes, etc.) sigue un ritmo paralelo. En esta etapa se produjo un verdadero cambio de la dimensión económica del turismo, convirtiéndolo en el principal motor del desarrollo de nuestro país. Otros sectores también crecieron, pero a un menor ritmo que el turismo.

Figura 2
Balanza de pagos: turismo y viajes (millones de dólares)



Fuente: Banco de España y elaboración propia.

Esta etapa de euforia y crecimiento acelerado comienza a desvanecerse con la crisis del petróleo de 1973, y se inicia una etapa de fuerte recesión que también afecta al turismo, aunque en menor medida que a otros sectores y aparecen los primeros problemas para los hoteles.

II.3. Crisis económica y reorganización del sector (1973-1982)

Entre los años 1973 y 1982 se producen fuertes descensos del número de turistas que llegan a nuestro país y el sector hotelero comienza a darse cuenta de que el turismo no es un filón inagotable y se hace imprescindible una reorganización que permita rentabilizar las explotaciones existentes.

La crisis energética de 1973 provoca la caída de la demanda exterior, aunque no llega a notarse hasta el verano siguiente. El techo conseguido en 1973 (34.558.943 visitantes), tardó años en recuperarse. En 1974 el número de visitantes descendió en un 12,2% (30.342.891), continuando el descenso en 1975, aunque en menor medida, tocando fondo en 1976 con 30.014.087 visitantes (15) (ver Anexo, Cuadro 2).

La crisis del petróleo fue el detonante, pero las causas que influyeron en la recesión económica general del trienio 1974-1976, y en la particular del turismo español, fueron varias: las diferencias de precios entre Europa y España se habían acortado, la mano de obra ya no era tan barata y además comienza a organizarse sindicalmente. Se producen las primeras quiebras en el sector turístico, tanto en España como en los operadores turísticos

Europeos que dejan importantes deudas en los hoteles españoles. Por su importancia, y porque arrastró a otras muchas empresas, citamos la quiebra de las compañías «Clasons» y «Horizon», agencias recién adquiridas por el grupo «Court Line», que en pleno mes de agosto de 1974 cesó sus operaciones haciendo necesaria la repatriación de miles de turistas.

En España la crisis se llevó por delante algunos hoteles, entre ellos el emblemático hotel Mediterráneo de Palma de Mallorca, aunque una vez superado el trienio, España volvió a ser el principal destino de los operadores turísticos europeos, que comenzaron a dominar el mercado sin que los hoteleros hicieran nada para impedirlo, sintiéndose cómodos con la situación, puesto que les llenaban el hotel temporada tras temporada y les resolvían sus problemas económicos momentáneos, sin darse cuenta de que les estaban cediendo la iniciativa del mercado entregándoles el canal de distribución. Los turistas llegaban al hotel con todo contratado desde su país de origen, con lo que su capacidad de gasto era mínima, a lo que había que añadir la presión ejercida por los citados operadores, que ofrecían cada vez precios más bajos a cambio de asegurar volúmenes de venta, y siempre con la amenaza de desviar a los viajeros a otros destinos turísticos en competencia con el español, si no se aceptaban sus condiciones.

A todos estos problemas hay que sumar un *boicot* contra el turismo español en los últimos años del franquismo por los fusilamientos de septiembre 1975, en que son destruidas varias Oficinas de Turismo en capitales europeas y se desvían turistas a otros destinos. La

crisis no sólo había reducido el número de turistas, sino que también las condiciones del mercado turístico se endurecieron.

Ante estos hechos, dejan de abrirse hoteles y se estabiliza la oferta, muchos de los establecimientos existentes que antes eran gestionados por sus propietarios, comienzan a serlo por las cadenas hoteleras, que crecen rápidamente sin apenas inversiones en inmuebles. Comienzan las primeras concentraciones verticales del mercado turístico: operadores turísticos, agencias de viaje minoristas y hoteleros.

En cuanto a la organización interna de los hoteles, en esta etapa se reducen las plantillas, sobre todo en comedor y cocina por la generalización del *buffet* integral, y se introducen métodos de trabajo más racionales en la cocina. En general toda la plantilla se profesionaliza y disminuye la rotación de personal. También comienza a invertirse en maquinaria que sustituya al personal de la cocina, se adquieren grandes congeladores, sierras para cortar congelados, y todo tipo de equipos que permiten la mejora de las condiciones de trabajo.

El sector sale de esta primera crisis con una mejor organización empresarial, una gestión más profesionalizada y la introducción de métodos y técnicas propios del sector industrial. Sin embargo, también se sale más dependiente de los grandes grupos turísticos internacionales.

A partir de 1978 tienen lugar una serie de acontecimientos de carácter institucional, que han supuesto cambios cualitativos importantes en el desarrollo turístico español.

En primer lugar, el modelo de Estado Autonómico emanado de la Constitución de 1978, que ha sido un factor determinante para el sector turístico, como consecuencia de que en el artículo 2 se «reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que lo integran», y el artículo 148.1.18 señala que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en materia de: «Promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial». A partir de este reparto competencial, la gestión pública del turismo deja de ser patrimonio exclusivo de la Administración Central y es compartido con las Comunidades Autónomas.

En segundo lugar, la consideración del turismo como actividad económica, al integrarse en un Ministerio de carácter más económico junto con Comercio (Ministerio de Comercio y Turismo), que permite la aparición de temas turísticos en las discusiones de la Comisión Delegada de Asuntos Económicos (16).

También es destacable la participación de los ayuntamientos democráticos en la gestión local del turismo, con iniciativas tales como la creación de Patronatos Municipales de Turismo, de Palacios de Congresos o el desarrollo de ferias de turismo como FITUR, que desde su creación en 1981 se ha convertido en una de las ferias de turismo más importantes del mundo.

Por otra parte, durante el período 1978-82 el Gobierno de UCD se centra en los asuntos de política económica que más inciden en la sociedad: disminución de la inflación, modernización del mercado laboral y

ajustes en los sectores productivos. Pero el cambio más significativo en la política económica de este período fue terminar con la planificación indicativa y el intervencionismo del período anterior e iniciar un proceso de liberalización.

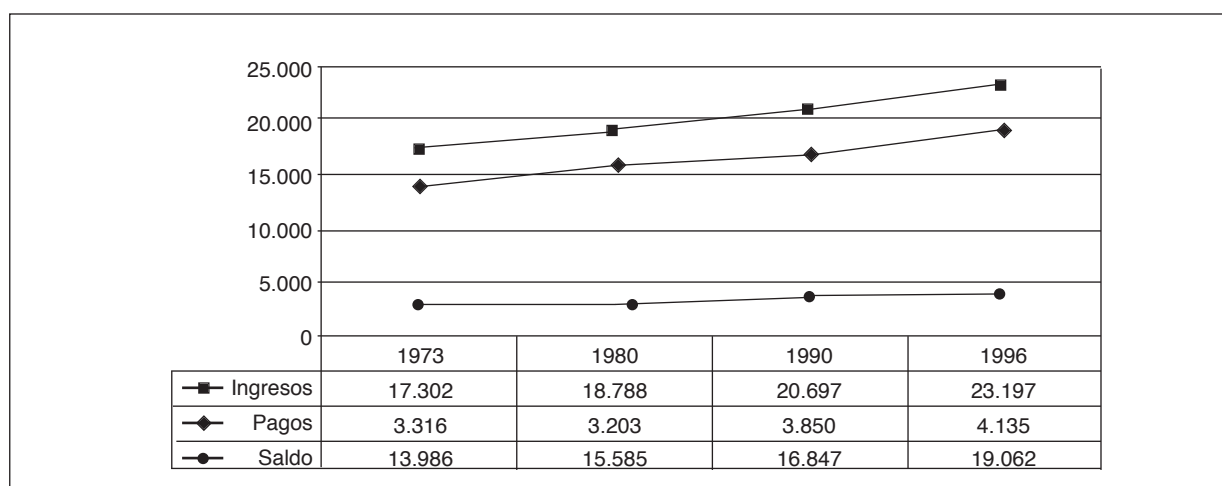
En el ámbito turístico, la primera prueba de esta política liberalizadora se produce en 1979, fecha en la que se autoriza la libertad de precios en los hoteles, que pasan de autorizados a comunicados, con un margen entre los precios máximos y mínimos. Se inicia una etapa de mayor protagonismo del sector empresarial turístico, en detrimento del apoyo genérico al turismo de los años anteriores y se produce una reducción de inversiones en infraestructuras turísticas.

Desde el punto de vista político, es un período muy inestable con continuos cambios ministeriales (cuatro en el Ministerio responsable de Turismo), gran conflictividad

laboral y un constante enfrentamiento entre Administración Central y Autonómica por las competencias territoriales. En este período se aprobaron la mayoría de los Estatutos de Autonomía y los Decretos de transferencia de competencias en materia turística (17).

Tras recuperarse de la primera crisis del petróleo, se inicia una nueva fase de crecimiento, aunque más lenta e inestable que la etapa anterior, pudiéndose constatar que la actividad turística había superado la crisis económica más rápidamente que otros sectores. En los años 1977 y 1978 se producen crecimientos espectaculares tanto en el número de visitantes como en el volumen de ingresos. En el período 1979-1981, la situación vuelve a ser desfavorable como consecuencia de la segunda crisis del petróleo, con disminuciones en el número de visitantes en torno al 2%, y lo que es más significativo, con disminuciones en las pernoctaciones hoteleras del 20%.

Figura 3
Balanza de pagos: turismo (miles de millones de pesetas)



Fuente: Banco de España y elaboración propia.

II.4. Consolidación e internacionalización del sector turístico (1982 a 1996)

En esta etapa, coincidiendo con el gobierno socialista, se repite lo que ha sido el modelo de la actividad turística española: fases de crecimiento sostenido durante años y períodos cortos de desaceleración o incluso disminución de las magnitudes turísticas.

Se pueden destacar tres fases diferenciadas (Panizo y Esteban, 2003):

1. Fase de crecimiento entre 1982 y 1987

En esta etapa se recuperan algo las corrientes turísticas: en 1981 se había llegado a la cifra mítica de los 40 millones de visitantes, y en 1987 se alcanzan los 50 millones con unos ingresos cercanos a los 15.000 millones de dólares que permitieron cifras de participación en el PIB que hasta ese momento no se habían conseguido. Este período se beneficia de la política cambiaria de los gobiernos anteriores, y por lo tanto de la competitividad del turismo español.

En cuanto a política turística, en los primeros años, se produce cierto repliegue de la Administración Turística Estatal en favor de las Comunidades Autónomas, al mismo tiempo que se siguen evidenciando algunos enfrentamientos por las competencias en materia de turismo.

Un punto de inflexión importante de esta etapa fue la entrada de España en la Unión Europea en 1986. A partir de esa fecha todos los sectores productivos de la economía

española, entre ellos el turismo, tuvieron que hacer frente al proceso de liberalización impuesto por la adhesión. Este proceso tuvo como consecuencia inmediata la desaparición de los aranceles, la eliminación de las restricciones a la importación, la libre circulación de personas y de residencia y posteriormente la liberalización de los movimientos de capitales entre los países miembros.

2. Fase de pérdida de competitividad, 1988-1992

Tras lo apuntado en el párrafo anterior, es fácil entender porqué se produjo un incremento sustancial del déficit comercial en los años siguientes a la adhesión a la Unión Europea (que alcanza su máximo en 1989) y como ha sucedido históricamente, los ingresos por turismo vienen a salvar la situación aunque el saldo por turismo también empeora en el período 1988-1992, como consecuencia de la débil coyuntura internacional y la sobrevaloración de la peseta.

La apreciación de la peseta, junto con la menor diferencia de precios entre España y los países de origen de los turistas, originaron una pérdida de competitividad que provoca una ralentización en la entrada de viajeros (entre 1989 y 1990 el número de visitantes descendió en más de 2 millones), una caída en las pernoctaciones hoteleras (aumentó la oferta y disminuyó la demanda), una disminución del 15% de los ingresos por turismo en pesetas constantes y una reducción del gasto medio por turista.

La década comenzó mal, cayendo en 1990 el número de visitantes de 54 a 52

millones, y en el sector hotelero tuvo lugar cierta destrucción de la oferta, compensada en parte con los acontecimientos de 1992 (Olimpiadas en Barcelona y Exposición Universal en Sevilla) que dieron lugar a la apertura de un número importante de hoteles en las dos grandes ciudades implicadas. La tregua del 92 duró poco y en el 93 volvieron a caer los ingresos (18).

La política neoliberal del primer Gobierno Socialista es abandonada ante los diagnósticos pesimistas sobre la situación de la actividad turística española y la necesidad de adoptar medidas que permitan la recuperación. En este período se elabora el Libro Blanco del Turismo Español (1990) y el Plan Futures (1992).

Por otra parte, la liberalización del transporte aéreo, que tuvo como consecuencia el abaratamiento de los vuelos de larga distancia, hizo que surgieran nuevos destinos, sobre todo el Caribe, que competían con ventaja con el turismo de sol y playa. Esto obligaba, por un lado, a especializarse y ofrecer productos de mayor calidad, y por otro lado, a lanzar a los hoteleros más audaces, ya con la suficiente experiencia y profesionalidad, a esos nuevos destinos turísticos donde las principales cadenas hoteleras españolas (Sol Meliá, Riu, Barceló, Occidental...) comienzan a buscar alternativas de crecimiento.

3. Fase de consolidación e internacionalización del sector hotelero español, 1993-1996.

Pese a la desfavorable coyuntura internacional motivada por la guerra del Golfo, el

turismo receptivo español se resintió menos de lo esperado y no tardó mucho en recuperarse. A la recuperación de la demanda no fueron ajenas las devaluaciones realizadas entre 1992 y 1995, que permitieron una reducción del tipo de cambio del 40%.

Una vez restablecida la competitividad con las sucesivas devaluaciones, se inicia una nueva etapa de fuerte expansión, que dura hasta 1998, ya con el Gobierno del Partido Popular.

En esta etapa se inicia la colaboración entre las Administraciones Central y Autónoma, lejos del enfrentamiento de etapas anteriores, se firman Convenios de Excelencia Turística y se reorganiza el organismo autónomo Turespaña. También comienza a ser tenido en consideración el turismo que realizan los españoles, que en cierta medida ha venido a compensar la caída de visitantes extranjeros. Si a comienzos de los setenta, menos del 20% de los españoles disfrutaba de vacaciones, en 1983 ya lo hacía un 27,8%, cifra que se incrementa hasta el 58% en 1995 (Bote, 1999). El gasto en servicios turísticos y hostelería de las familias españolas ha crecido considerablemente, dando lugar a una mejora significativa del gasto medio por hogar en hoteles y viajes: 152,4 euros en 1990 y 204,9 euros en 1996 y en restaurantes: 1.354,3 euros en 1990 y 1.566,4 euros en 1996.

Así pues, el período 1982-1996 está repleto de acontecimientos que afectan al mundo del turismo y que analizaremos por separado con el fin de ordenar los hechos ocurridos.

II.4.1. Asentamiento del Estado de las Autonomías

Aunque la mayoría de los Estatutos de Autonomía se aprobaron en la etapa de la UCD, en el período que se inicia en 1983 se transfieren las competencias en materia de turismo a la mayor parte de las Comunidades Autónomas, que empiezan a legislar con gran rapidez y cierto carácter represivo dando lugar a un maremágnum normativo con diferencias e incluso contradicciones en las normas, lo que produce verdaderos problemas a las cadenas hoteleras con establecimientos en distintas Comunidades. En poco tiempo la normativa legal que afectaba al turismo pasó totalmente a manos autonómicas (19). Comienzan a aprobarse las primeras leyes de turismo en cada una de las Comunidades, con nuevas disposiciones sobre ordenación, configuración del territorio y disciplina del turismo.

Este proceso originó discrepancias en la interpretación del marco competencial en materia turística entre la Administración Central y la Autonómica. La Administración Central pretendió coordinar la actividad legislativa de las Comunidades Autónomas, alegando que la actividad turística sobrepasaba el territorio de una Comunidad, y que el artículo 149.1.13 de la Constitución establecía que el Estado tiene competencia exclusiva sobre las «bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica». Esta interpretación justificó la aprobación del Real Decreto 2288/1983, por el que se establecía la categoría de hoteles especialmente reconocidos por su calidad, que fue recurrido por las Comunidades Autónomas por intromisión

en sus competencias. El Tribunal Constitucional dio la razón a las Comunidades en la sentencia 125/84, de 20 de diciembre.

Por su parte las Comunidades Autónomas también interpretaron de forma muy amplia sus competencias, tal ocurrió cuando pretendieron organizar por su cuenta la promoción del turismo en el exterior. Este conflicto también terminó en el Tribunal Constitucional que resolvió a favor de la Administración Central, basándose en el citado artículo 149.1.13, al establecer que el comercio exterior era competencia exclusiva del Estado. Esta interpretación se plasmó en el Real Decreto 6672/1985, sobre promoción exterior del turismo por el que se atribuía esta competencia en exclusiva al Estado.

Aunque en una primera lectura pudiera parecer negativo el período, por el enfrentamiento inicial entre ambas administraciones y el aumento de la burocracia en la gestión del turismo, al tratar las Comunidades Autónomas de hacer una réplica del modelo legislativo estatal, poniendo en una balanza el debe y el haber del proceso conjunto, podemos concluir que el resultado ha sido positivo por la mayor preocupación de las autoridades autonómicas por los temas turísticos de su ámbito y las mayores dotaciones presupuestarias con las que se ha conseguido una mejor explotación de los recursos turísticos de la Comunidad, especialmente el turismo rural, y la mejora de la información ofrecida a los ciudadanos a través de las oficinas de información turística.

Consecuentemente, ya no hablamos de política turística en general, sino de dieci-

siete políticas turísticas integradas en el común objetivo de la eficiencia y el rendimiento, por encima de criterios nacionalistas y personales. A partir de 1991 las Comunidades Autónomas revisan sus legislaciones buscando fórmulas más abiertas y consensuadas con el sector, procurando homogeneizar criterios, contrastar experiencias y acercar posiciones.

II.4.2. Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures)

Como ya se ha comentado la política neoliberal de los años ochenta es abandonada ante los diagnósticos pesimistas sobre la situación de la actividad turística española y la necesidad de adoptar medidas que permitan la recuperación y en 1991, coincidiendo con el cambio de ministro responsable de turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) se decide aplicar en la empresa turística, los planes y programas que se estaban utilizando en el sector industrial y comercial, con el fin de desarrollar una mejora en la competitividad. El proyecto fue denominado Plan Marco de Competitividad del Turismo Español y es conocido como Plan Futures, elaborado por la Secretaría General de Turismo en 1992.

Entre los objetivos del Plan Futures estaban el fortalecimiento del tejido empresarial, que pasaba por una de las peores recesiones que se conocen, el apoyo a la industria hotelera para que adecuara la oferta a la demanda y el desarrollo de estrategias conjuntas entre la Administración Central y las Comunidades Autónomas.

Bajo el paraguas del Plan Futures se ejecutaron una serie de planes de actuación, entre ellos los Planes de Excelencia Turística (20), que potenciaban un desarrollo turístico sostenible unido a la recuperación de la competitividad; el Plan de Modernización e Innovación Turística; el Plan de Nuevos Productos Turísticos o el Plan de Promoción, Marketing y Comercialización.

II.4.3. Desarrollo de nuevos productos y destinos

El tradicional producto sol y playa, que concentraba el 70% de los viajes, estaba agotado, y era el responsable de la mayor parte de los problemas estructurales del turismo español (estacionalidad, saturación del litoral,...). Con el fin de paliar esta situación, tanto desde la Administración Central como desde las Autonómicas, se desarrollaron distintas estrategias que fomentasen productos turísticos alternativos entre las que destacamos el turismo social, el turismo de naturaleza, el deportivo o el turismo cultural.

En 1985 se lanza un programa piloto que impulsa el turismo social con el doble objetivo de ofrecer vacaciones de invierno a personas de la tercera edad con rentas bajas y reducir la estacionalidad y mantener el empleo en temporada baja. Desde entonces, el programa conocido como vacaciones del INSERSO, viene funcionando con gran éxito

Se promovieron proyectos rurales, siendo el pionero y más conocido por su éxito, la Rectoral de Taramundi en Asturias.

A partir de 1986 se comenzaron a promocionar productos como la España Verde, el Camino de Santiago o la Ruta de la Plata, entre los más conocidos.

Turespaña promocionó en los años noventa el Turismo de Golf y el Náutico. El Turismo Cultural se convirtió en otro de los objetivos promocionales de Turespaña. En 1991, se promovieron dos importantes proyectos: el apoyo a la agrupación de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y la creación del itinerario turístico Paseo del Arte, en colaboración con el Ministerio de Cultura.

No obstante, en este período se comienza a notar la competencia de otras zonas turística (por ejemplo, norte de África), que empiezan a tener suficiente infraestructura como para desviar un importante número de turistas.

II.4.4. El sector empresarial

La política turística del gobierno socialista, en relación con la empresa, trató de sentar las bases para favorecer la competitividad, puesto que se preveía que la cercana creación de la Unión Monetaria Europea no permitiría utilizar la política cambiaria para mejorar la competitividad de las empresas españolas, como se había hecho hasta entonces.

En los primeros años de gobierno, y de forma coherente con la política neoliberal, se privatizaron empresas turísticas que por razones de «interés nacional» gestionaba el Estado, tal es el caso de Viajes Marsans, ENTURSA o ATESA. También en este

período se privatizó el patrimonio turístico del Grupo Rumasa, que había pasado al Estado tras la expropiación de 1983, fue el caso de Viajes Internacional Expreso (VIE) y la cadena hotelera HOTUSA, que contaba con 33 hoteles. VIE y Viajes Marsans fueron adquiridos por los actuales propietarios del Grupo Marsans, la empresa de alquiler de coches ATESA por Citroën y la cadena ENTURSA se la repartieron los actuales grupos NH, Sol Meliá y HUSA, excepto el Hostal de los Reyes Católicos de Santiago de Compostela y el Hostal San Marcos de León, que por su valor histórico-artístico pasaron a formar parte de la Red de Paradores. La cadena HOTUSA fue adquirida por Gabriel Escarrer, propietario de la Cadena Sol que también adquiriría la división de hoteles del Grupo Meliá (Hoteles Meliá) pasando a convertirse en la primera cadena de hoteles de España con el nombre Sol Meliá. La división viajes del Grupo Meliá (Viajes Meliá) quebraría en 1991.

Por entonces también se debatió la necesidad de privatizar la Red de Paradores (21), por el elevado coste que su mantenimiento requería, pero la consideración de ser un ejemplo de turismo de calidad y de conservación del patrimonio histórico impidió su privatización. En 1990 la Red se transformó en una Sociedad Estatal encargada de la gestión hotelera (los edificios seguirían siendo de propiedad del Estado), y en 1993 la Secretaría General de Turismo estableció un canon, a pagar por la Sociedad Estatal, por la explotación de los edificios.

En este período tiene lugar la verdadera industrialización del sector que permitió un

profundo proceso de reorganización interna. Se introducen cambios en la organización empresarial, en la comercialización de nuevos productos, nuevas políticas de formación y gestión de personal y nuevas tecnologías, se informatiza la recepción y la gestión en general, tímidamente en los primeros años ochenta y de forma generalizada al final, y se configuran nuevos servicios en los hoteles: animación, gimnasio, centros de salud,...

En la cocina de los hoteles se estandarizan los menús y se inician las primeras experiencias de precocinado y de cocinas centrales. Se introducen máquinas electrónicas, trenes de lavado, cámaras prefabricadas, hornos eléctricos, cafeteras automáticas, etc.

Pero la característica más destacable del período es la política de reducción de costes que ya se había iniciado en la etapa anterior. En los hoteles de playa se reduce la temporada para mejorar los índices medios de ocupación, se reorganiza el trabajo en las tres áreas donde se concentra la mano de obra: pisos, comedor y cocina. Las reducciones de personal y la precariedad en los puestos de trabajo son considerables, merced a los nuevos tipos de contrato que permiten flexibilizar las plantillas. Se intenta romper con las categorías tradicionales del sector con el fin de implantar una mayor movilidad funcional. A esta política de reducción de costes laborales y precarización de los puestos de trabajo, también contribuyó el Real Decreto 2014/1982, permitiendo un nuevo tipo de contratación que se generalizarían en el sector, los contratos fijos-discontinuos.

II.4.5. Mejora del transporte y de las infraestructuras

La expansión de la actividad turística del periodo se debe, en parte, a la mejora generalizada de las infraestructuras, y esto es realmente importante en un momento de pérdida de competitividad por el incremento de los precios interiores y la obsolescencia del producto ofrecido.

La liberalización del transporte aéreo en Europa repercutió favorablemente en España con incrementos muy importantes en el tráfico aéreo total, crecimiento que no hubiera sido posible sin el ambicioso Plan de Modernización de los Aeropuertos Españoles con el que se mejoraron un buen número de aeropuertos. En 1991 se crea el ente público AENA, que se encargaría de gestionar el plan de inversiones.

También se mejoraron las estructuras, tanto logísticas como turísticas, de cuarenta y siete puertos. Es de destacar la reforma del puerto de Barcelona con motivo de los Juegos Olímpicos de 1992, que permitió incorporar a Barcelona a los cruceros del Mediterráneo.

Especial importancia tuvieron para el sector turístico los planes de modernización de la Red de Trenes y Autovías del Estado. Destaca especialmente la inauguración del AVE, que favoreció los programas turísticos entre ciudades del interior. También se aprueba nueva normativa sobre autocares, definiendo la naturaleza de los servicios turísticos de viajeros por carretera y los servicios que pueden prestar las agencias de viajes.

II.4.6. Otras realizaciones y acontecimientos de la etapa socialista

El modelo de promoción del turismo español tuvo cambios importantes desde 1983: se elaboró por vez primera un plan de marketing segmentando países y productos turísticos, se establecieron campañas de publicidad de carácter global para todos los países, se definió una estrategia de comunicación basada en el logo de Miró (22). Posteriormente se reorientan las campañas de promoción exterior hacia mensajes empresariales más genéricos sobre la base del conocimiento de los mercados. Con este fin se emprendieron desde Turespaña acciones como el desarrollo de planes de comercialización conjuntos con las empresas turísticas, estudios periódicos de mercados y productos y elaboración de informes de coyuntura.

En este repaso a la historia reciente de la actividad turística española, no se puede dejar de nombrar dos proyectos singulares de fuerte impacto turístico que tuvieron lugar en 1992: los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla.

Las Olimpiadas representaron una oportunidad para mejorar las infraestructuras de Barcelona y modernizar su planta hotelera; los resultados no pudieron ser mejores para el turismo de la ciudad, mejorando sus ratios de ocupación y entrando en el circuito de cruceros y de viajes de fin de semana.

Por su parte, la Expo, como se la conoció popularmente, permitió redescubrir la

Andalucía interior contabilizándose en seis meses 15,5 millones de visitantes.

En la década de los noventa se realiza un cambio importante en las estadísticas sobre demanda turística internacional y nacional, que venían desarrollando el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto de Estudios Turísticos (IET), y que en cierta medida constituye una ruptura con el sistema de información anterior. Se mejora la metodología y se tienen en cuenta las recomendaciones de la OMT y de la Unión Europea. Estos cambios eran necesarios por la desaparición de los puestos fronterizos en virtud de lo establecido en el Tratado de Schengen por el que se establece el Espacio Único Europeo.

A partir de este momento se analizan por separado los siguientes tipos de turismo:

- Turismo receptor o de los no residentes en España.
- Turismo interno o de los residentes en España.
- Turismo emisor o de los residentes en España que salen al exterior.

En 1996 se produce un cambio importante en las enseñanzas turísticas, como fue la incorporación de éstas a la Universidad (Real Decreto 259, de 16 de febrero de 1996).

En la última fase de la etapa socialista, en vista del buen resultado del I Plan Futures, se elaboró el II Plan Marco de Competitividad 1996/1999 (II Plan Futures) que incluía

programas de Calidad, Cooperación, Formación, Innovación, Nuevos Productos, Destinos e I+D, alguno de los cuales los continuaría el Gobierno del Partido Popular.

II.5. Madurez del sector y pérdida de competitividad (1996 a 2007)

Esta etapa, que coincide con el Gobierno del Partido Popular hasta 2004, se ha caracterizado por un menor crecimiento respecto a las cifras de la última década del siglo XX, que se ha notado especialmente a partir de los trágicos acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, produciéndose la paradoja de que como consecuencia de estos hechos, España pasó a ocupar el segundo puesto en el *ranking* mundial de visitantes e ingresos por turismo, por la bajada de los Estados Unidos al tercer lugar.

II.5.1. La política turística del Gobierno del Partido Popular

La política turística del Gobierno Popular trató de abarcar todos los aspectos de la actividad turística, y quedando plasmada en el Plan Estratégico de Actuaciones de la Administración del Estado, presentado en el III Congreso Nacional de Turismo celebrado en noviembre de 1997.

Dicho Plan Estratégico constaba de trece medidas de política turística, la mayoría de las cuales se pusieron en marcha:

- Cooperación interadministrativa.
- Promoción y comercialización.

- Unión Europea.
- Formación turística.
- Estadísticas turísticas.
- Competitividad.
- Diversificación.
- Sostenibilidad medioambiental.
- Calidad turística española.
- Internacionalización de la empresa turística.
- Actuaciones en destino.
- Medidas de apoyo.
- Paradores de Turismo.

Cooperación interadministrativa

El Gobierno Central puso en marcha la cooperación institucional con las Comunidades Autónomas; esta política fue un gran éxito, hasta el punto de que algunos autores opinan que nunca se habían compenetrado tan bien las Comunidades Autónomas con la Secretaría de Estado de Turismo (Bayón, 1999a).

Unión Europea

La adopción del euro como moneda única en la Unión Europea trajo la estabilidad monetaria a España y terminó con la prácti-

ca habitual de utilizar el tipo de cambio como instrumento para mejorar la competitividad del turismo. Con el euro también desapareció el principal medio para la estimación de la rúbrica *Turismo y Viajes* de la balanza de pagos entre los países de la Unión Europea: las operaciones de cambio de divisas.

A corto plazo, la moneda única repercutió favorablemente en las empresas turísticas porque ha reducido el coste del viaje al eliminar las comisiones por cambio, los turistas europeos han podido comparar los costes de unas vacaciones en España con las de otros países de la Unión y ha facilitado la financiación exterior de las empresas al eliminar el riesgo de cambio.

Para comprobar las repercusiones a largo plazo quizás haya que esperar algunos años más, pero parece previsible que no sean tan positivas ya que los países competidores no integrados en el euro sí pueden seguir utilizando las devaluaciones de su moneda para aumentar la competitividad.

Estadísticas turísticas

Otra de las iniciativas presentadas en el III Congreso Nacional de Turismo, desarrollada con muy buenos resultados, fue la implantación de Indicadores Estadísticos para el Análisis de la Economía del Turismo (SINTUR).

El programa se debía implantar en el período 1998-2000, con los objetivos de:

- Impulsar la cooperación institucional en el ámbito turístico.

- Definir las prioridades para la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo en España.

- Avanzar en la definición de un sistema de indicadores estadísticos que permitan evaluar la actividad turística.

En cuanto a la cooperación institucional, se coordinó la información, con repercusión en el turismo, que publicaban distintas instituciones (INE, IET y Banco de España, más adelante se sumarían los ministerios de Trabajo, Interior y Fomento).

Se mejoraron las dos estadísticas turísticas básicas, «Movimientos Turísticos en Fronteras» (FRONTUR) y «Movimientos Turísticos de los Españoles» (FAMILI-TUR). También se desarrolla una nueva estadística, la «Encuesta de Gasto Turístico en España» (EGATUR), con el fin de proporcionar los datos necesarios para completar la rúbrica de la balanza de pagos *Turismo y Viaje*. La nueva estadística también permite conocer el gasto realizado por los turistas en España y empieza a publicarse en el año 2004.

La elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo Español, fue otra de las decisiones importantes del período, permitiendo medir la dimensión económica real del turismo español.

De acuerdo con el INE, los objetivos de la Cuenta Satélite del Turismo Español pueden resumirse en:

- Proporciona una información pormenorizada sobre la relevancia económica

ca del turismo y su efecto en la balanza de pagos y en el mercado laboral.

- Refleja la estructura de costes y producción de las empresas turísticas.
- Facilita estimaciones del impacto turístico en las Comunidades Autónomas.

Los primeros resultados de la Cuenta Satélite del Turismo Español se presentaron en febrero de 2002 y recogían la información disponible para el período 1996-1999. Las conclusiones más relevantes fueron:

- La contribución del turismo al PIB en 1999 fue del 12,1%.
- El principal componente del turismo es el turismo receptor, que aporta el 49% de la contribución al PIB, siendo el resto consumo del turismo interior, consumo de las Administraciones Públicas y formación bruta de capital.
- El impacto del turismo sobre la producción y el empleo tiene un efecto multiplicador muy significativo, representando más de un 6% el efecto directo y un 4% el indirecto.
- El 60% del consumo turístico se concentra en alojamientos y restauración.

Calidad turística española

Los países como España con un turismo consolidado y maduro, si quieren hacer

frente a la aparición de nuevos destinos turísticos emergentes, han de apostar necesariamente por la calidad con fin de mejorar la gestión interna de sus empresas, ser más eficientes y diferenciarse de sus competidores. La calidad debe aparecer no sólo en las instalaciones y en los servicios ofrecidos, sino sobre todo en el medioambiente.

La Secretaria de Estado de Turismo apostó por la calidad, elaborando un Plan Integral de Calidad Turística Española (PICHTE) con vigencia en el período 2000-2006, y para el que tuvo presente los antecedentes del Plan Futuro. Los principios del PICHTE eran: la calidad como principio fundamental y la cooperación como instrumento básico. Se implantó la marca de «Calidad Turística Española», para que la imagen de España se asociara a la calidad.

El sector empresarial también colaboró con la Administración en la búsqueda de la calidad, así las organizaciones hoteleras crearon el Instituto de Calidad Hotelera Española (ICHE). Las asociaciones de agencias de viajes, restaurantes y cafeterías también se sumaron a la iniciativa.

Los resultados del Plan pueden considerarse positivos ya que logró involucrar al sector empresarial y a las Comunidades Autónomas y contribuyó a generalizar la idea de que calidad es sinónimo de competitividad y rentabilidad (Panizo y Esteban, 2003).

El PICHTE también situó entre sus propuestas estratégicas la de impulsar el turismo cultural, segmento de difícil cuantificación, ya que las motivaciones culturales

están presentes en gran parte de los desplazamientos turísticos. España, uno de los países con mayor riqueza y diversidad patrimonial del mundo tenía una débil imagen como destino cultural y necesitaba un cambio de imagen para integrar la cultura en su oferta turística. A finales de 2001 se presentó el «Plan de Impulso del Turismo Cultural e Idiomático (2002-2004)» con un presupuesto de 70 millones de euros y 40 medidas específicas.

II.5.2. La actividad turística en el período: principales magnitudes y acontecimientos

En este período se mantiene el ciclo expansivo iniciado en 1992, si bien, el crecimiento no estuvo exento de inflexiones negativas como la del período 1999-2000, en el que el número de pernoctaciones de los turistas extranjeros y el gasto medio por turista ralentizaron su crecimiento.

En el año 2002 se produce una tímida recuperación y se vuelven a batir récord en cuanto a número de llegadas, que superan los 50 millones de turistas internacionales, con un muy buen comportamiento de demanda interna. No obstante, detrás del dato global, se ocultan otras realidades: se baten récord en cuanto a llegadas, pero no en cuanto a ingresos reales y rentabilidades empresariales.

El proceso de desaceleración fue distinto según los destinos, siendo el de sol y playa el más afectado, mientras que la oferta turística de mayor calidad y diferenciada es la que mejor se comporta. Se evidencia un

progresivo cambio en las pautas de comportamiento del turista, una creciente tendencia al alojamiento residencial frente al hotelero y una reducción de la estancia media.

En la evolución de los ingresos se observa un distanciamiento creciente entre la cifra de ingresos, tanto en términos nominales como reales y el número de llegadas, que se pone de manifiesto en el descenso del gasto medio real por turista. Por primera vez en la historia el turismo español ha comenzado a crecer por debajo de la economía general que, por otra parte, crece por encima de la media europea. Los datos de la Cuenta Satélite del Turismo Español del INE confirman la caída de la aportación del turismo al PIB, pasando del 12,1% en 2001 al 11,8% en 2002. A partir de este momento podemos afirmar que el turismo ha dejado de ejercer de motor de crecimiento de la economía española.

El año 2003 es casi una copia del anterior: relativo estancamiento de las llegadas internacionales y un excelente resultado de la demanda doméstica, que en este año supone el 45% de la demanda total.

El segmento sol y playa pierde cuota de mercado, respecto a los países competidores del Mediterráneo oriental, aunque la pérdida se ve compensada con un mejor comportamiento del turismo cultural, urbano y de negocios.

El aumento nominal de los ingresos contrasta con el descenso del gasto medio real por turista extranjero, lo que evidencia una disminución de los mismos en términos reales. La contribución del turismo al PIB

vuelve a descender, situándose en 11,4%. La disminución de los ingresos se justifica por la baja competitividad, la sobreoferta hotelera y por la complicada situación económica de nuestros principales mercados emisores, en particular Alemania.

La pérdida de competitividad de la economía española, en comparación con la Unión Europea, es suave pero constante. Recuérdese que desde 1999 España ha cedido su capacidad de gestión de la política cambiaria a la Unión Monetaria Europea y ya no puede utilizarla para mejorar la competitividad.

En cuanto a la sobreoferta hotelera, quizás se había crecido demasiado y algunas Comunidades Autónomas, como la de Baleares, comienzan a poner trabas al crecimiento tratando de limitar la oferta. De acuerdo con los datos aportados por Exceltur el exceso de oferta lastra el crecimiento de los ingresos hoteleros. En su análisis del sector, Exceltur llega a la conclusión de que se trata de un ajuste de oferta originado por la sobrecapacidad instalada en el período expansivo que ha mediado entre dos crisis (1989-1991 y 1999-2002). Por lo tanto, otro factor que explicaría la crisis es la falta de adecuación de la oferta a los cambios producidos en la demanda: cambios en las preferencias de alojamientos; reducción de las estancias vacacionales; cambios en los medios de transporte (líneas de bajo coste) y competencia internacional en el segmento de sol y playa.

A estos argumentos se podrían añadir los problemas derivados de la saturación de algunas zonas del litoral en las que hay una creciente percepción de masificación y con-

tinuo y desordenado crecimiento urbanístico, además de la necesidad de mejorar algunas infraestructuras turísticas. En consecuencia el sector turístico pasa por una crisis de la que sólo podría salir con una mejora de la competitividad.

Exceltur insiste en que las cifras de llegadas de turistas engañan, y que la combinación de todos los factores anteriores están produciendo la reducción de los beneficios empresariales de casi todas las empresas vinculadas a la actividad turística, aunque de forma desigual según los distintos subsectores.

Para el sector hotelero, 2003 fue un año complicado pese a la leve recuperación de las pernoctaciones (2,2% según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE), con una caída de precios y de beneficios. Disminuyeron los niveles de ocupación, consecuencia del aumento del número de plazas, por lo se vieron obligados a practicar una agresiva política de precios. Los menores niveles de ocupación en el litoral contrastan con el auge de proyectos urbanísticos vacacionales y de segundas residencias, en muchos casos asociados a campos de golf, utilizando al turismo como excusa para el negocio inmobiliario.

La caída de los márgenes fue menor en los grandes grupos hoteleros, debido a la política de contención de costes que practicaron. Por otro lado, las grandes cadenas continuaron con la internacionalización de sus empresas para captar clientes, incluso españoles, en los nuevos destinos emergentes, potenciando así una industria hotelera cada vez más globalizada.

En cuanto a los alojamientos extrahoteleros, desciende la ocupación de apartamentos turísticos reglados (-3,1%, INE), que son sustituidos por el alojamiento en segundas residencias y casas de familiares y amigos y sigue el descenso de la ocupación de camping, siendo el turismo rural el que presenta mayores incrementos (ver Anexo, Cuadro 3).

El crecimiento exponencial de las ventas en el subsector transporte, gracias a las líneas de bajo coste, no se vio reflejado en una mejora de los beneficios empresariales por la guerra de precios emprendida por las citadas líneas. Por otra parte, y dado que el cliente que utiliza este tipo de transporte tiene menor capacidad de pago, no contribuye a incrementar el gasto medio real por turista.

Los distribuidores de viajes se vieron favorecidos por el aumento de la demanda nacional que les proporcionó incrementos importantes en los volúmenes de ventas.

El año 2004 sigue marcado los incrementos en la demanda del mercado nacional y por un ligero aumento de las llegadas extranjeras gracias a la recuperación de las economías de los principales países emisores de turismo hacia España, que tiene como consecuencia incrementos en las ventas en todos los subsectores. Ni los conflictos de Oriente Medio ni los tristes atentados de Madrid consiguieron afectar de manera significativa a la industria turística española.

Sin embargo, las cifras agregadas de 2004 no lograron disfrazar el elevado grado

de madurez del turismo español y siguieron sin solucionarse problemas como el bajo gasto de los turistas extranjeros y las rentabilidades empresariales, sin olvidarse que la contribución del turismo al PIB siguió bajando, situándose en 11% (Cuenta Satélite del Turismo Español, INE: 2004).

Analizando los distintos subsectores, en los hoteles continúa el crecimiento del número de plazas con el consiguiente problema de desfase oferta/demanda y aumenta el número de pernoctaciones, pero pese a la bondad del año no se recupera la rentabilidad. Los hoteles de mayor categoría, que optan por la diferenciación obtienen mejores resultados.

En los alojamientos extrahoteleros continúa la tónica del año anterior: se intensifica el descenso en la ocupación de apartamentos turísticos reglados (-6,2%, INE), y aumentan las segundas residencias, asociadas en muchos casos al desarrollo de campos de golf. Sigue el descenso de la ocupación de *camping* y el aumento del turismo rural, utilizado básicamente por el turista nacional (ver Anexo, Cuadro 3).

Las agencias de viajes tradicionales obtienen buenos resultados derivados, en parte, del sistema de comisiones y del cargo por emisión de billetes aéreos, pero este incremento puede ser temporal, porque las líneas aéreas han anunciado su intención de eliminarlo. Se producen aumentos importantes de las ventas en las agencias de viajes *on-line*, que en ese año inician procesos de concentración.

Las compañías de transporte obtienen

buenos resultados pese al incremento del coste del petróleo. Continúa el incremento de los niveles de ventas por la proliferación de las líneas de bajo coste, si bien comienza a notarse un exceso de oferta de plazas y una caída del ingreso por pasajero, por lo que las compañías comienzan a utilizar estrategias de reducción de costes.

En cuanto a la estabilidad en el empleo, según la Encuesta de Población Activa del INE, el número medio de empleados en la industria turística se situó en 2.345.515 individuos.

En 2005 mejoran los resultados de 2004 incrementándose tanto el número de turistas internacionales (55,6 millones) como los ingresos por turismo (ver Anexo). Se vuelven a alcanzar máximos históricos en la serie de llegadas internaciones y se consiguen los mayores índices de crecimiento desde la década de los 90. También se recuperan los márgenes de los sectores empresariales más afectados (alojamientos vacaciones y compañías aéreas).

Pese a ser un buen año e incrementarse los ingresos por turismo y viajes en la balanza de pagos, siguen sin recuperarse el gasto medio real (23) y la estancia media por turista, en un contexto de creciente competencia internacional, si bien inesperados y desgraciados acontecimientos geopolíticos e infortunios naturales en los países competidores favorecieron una redistribución de los flujos de turistas hacia España. Los pagos por turismo mantuvieron su elevado dinamismo por la favorable situación de la economía española, y como resultado se redujo un año más el superávit turístico y

la participación en el PIB, mermando la capacidad del turismo para compensar el déficit comercial.

En este año se continúa con la incorporación de mejoras en la información estadística. Se cambian las bases de la Contabilidad Nacional y en mayo de 2005 el INE revisó la serie histórica del período 1995-2004, cambiando algunos criterios de estimación. Este hecho de ser tenido en cuenta a la hora de interpretar los datos macroeconómicos. Preocupa el desacuerdo existente entre la información estadística ofrecida por el Banco de España sobre ingresos por turismo de cara a la elaboración de la balanza de pagos, y los estimados por el Instituto de Estudios Turísticos (EGATUR) de cara al cálculo del gasto en turismo que realizan los viajeros no residentes que llegan a España. Sí coinciden ambas instituciones en la estimación del gasto medio real por turista, que ha bajado en cuatro de los últimos cinco años.

Otros datos significativos de este período fueron:

En el sector empresarial, el turismo de los españoles fue el principal dinamizador de las ventas, aunque también contribuyó el internacional por el inesperado desvío de paquetes vacacionales a hoteles, que explica el aumento de pernoctaciones, de la estancia media y del gasto medio por turista en algunos destinos.

El segmento de hoteles de ciudad creció por encima de la media, favorecido por el auge del turismo cultural y de negocios y las escapadas de los fines de semana.

En 2005 llegaron a España 15,3 millones de pasajeros en vuelos realizados por alguna de las 29 líneas de bajo coste que operan en España. Por otra parte, aumentó el número de turistas que no viajaba con un paquete organizado, y se incrementan los turistas que contratan directamente a través de Internet. El 39,2% (IET, 2005) de los turistas utilizaron Internet para consultar, reservar o pagar algún servicio relacionado con su viaje a España.

El tipo de alojamiento mayoritario sigue siendo el hotelero, aunque como en años anteriores se incrementa el uso de otros alojamientos, segundas residencias y vivienda de familiares y amigos, sobre todo.

Por lo que se refiere al empleo, según la Encuesta de Población Activa del INE, el número medio de trabajadores en la industria turística se situó en 2.514.677, lo supone un crecimiento del 4,8% respecto a 2004.

En 2006 se consolidaron los buenos resultados de 2005 con crecimientos en las llegadas de turistas internacionales y del gasto generado por los mismos. Las causas del aumento son similares a las de los años anteriores: dinamismo económico en los países de origen de los turistas, proliferación de conexiones de aerolíneas de bajo coste, redistribución de flujos de turistas desde otros destinos competidores que sufren conflictos y contención de precios.

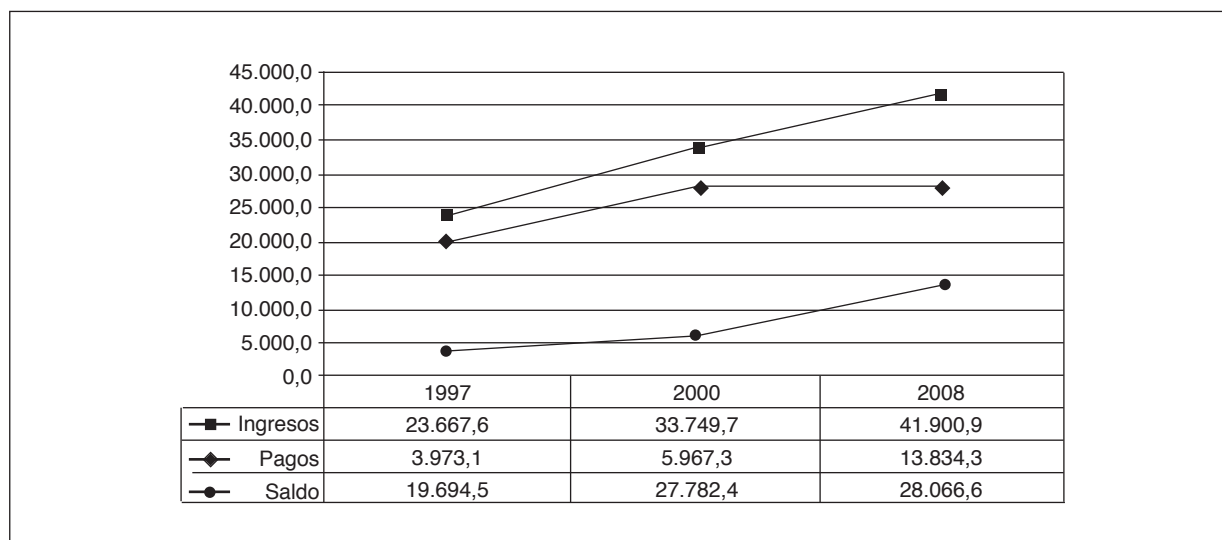
Por otro lado, continúa la que ha sido la tónica de los últimos años: acumulación de las llegadas internacionales en los meses de

verano, origen de la demanda en pocos países europeos y concentración de la oferta en tres comunidades del litoral y los dos archipiélagos. En cuanto a destinos del interior, la España verde, el turismo rural y el cultural han obtenido resultados positivos, y en Madrid comienza a dar frutos el importante esfuerzo realizado en materia de promoción. A los buenos resultados apuntados han contribuido las múltiples actividades culturales, deportivas, congresuales, de ocio y de compras que tienen lugar en la capital de España.

En 2007 se vuelven a batir *records* en cuanto a cifras de llegadas internacionales, 59.2 millones, un 1,7% más que el año anterior, con un aumento nominal del 3,5% en los ingresos. También se incrementan el gasto medio por turista y el gasto medio diario. Pero pese al buen comportamiento de la demanda, en términos reales, las cifras no son tan halagüeñas y el gasto medio por turista sigue siendo la asignatura pendiente del turismo español.

En diciembre de 2007 se aprueba el Plan Turismo Español Horizonte 2020, que contempla una inversión conjunta entre administraciones públicas y sector privado de más de 5.000 millones de euros. Sus principales objetivos son: incrementar los beneficios sociales y económicos del turismo, lograr un reequilibrio socio territorial que impulse la actividad turística en nuevos destinos, mejorar la calidad del entorno natural y cultural reduciendo los impactos negativos que puedan inducir la actividad turística. Es quizás ésta la última buena noticia del turismo español antes de la llegada de la crisis económica.

Figura 4
Balanza de pagos: turismo y viajes (millones de euros)



Fuente: Banco de España y elaboración propia.

II.6. Nueva crisis económica mundial (2008 a la actualidad)

Después de los buenos resultados de 2007, las previsiones para 2008 eran excelentes, pero quedaron truncadas con la crisis económica que comenzó en los mercados financieros y en el sector de la construcción, y terminó afectando a todos los sectores, y el turismo no fue una excepción. La crisis económica y financiera internacional y nacional inciden claramente en el sector turístico español que cierra el año 2008 con una caída del PIB turístico. 2008 se cerró con 57,4 millones de llegadas internacionales, 1,8 millones de turistas menos que en 2007, también bajó el gasto turístico en los destinos.

La crisis no sólo afectó al turismo extranjero, también los turistas españoles,

tras más de un lustro de continuo e intenso crecimiento, recortan sus gastos turísticos en 2008, tanto en sus viajes a destinos internos como fuera de España.

Los sectores más afectados por la crisis han sido las agencias de viajes emisoras tradicionales, si bien entre éstas, las grandes redes aseguran que sus ventas sólo han caído un 3% en 2008, y que han mantenido abiertas un número similar de oficinas respecto a 2007, lo que contradice la tendencia general del sector. Las agencias online ralentizaron su crecimiento. También se han visto afectadas negativamente las ventas las empresas de alquiler de coches, los hoteles urbanos y las compañías aéreas.

Casi la única excepción son las estaciones de esquí españolas y la división de alta velocidad ferroviaria, que consiguen cerrar

el año con resultados mejores que los alcanzados en 2007. También 2008 ha consolidado a España como destino mundial de cruceros con 5,9 millones de cruceristas, un 16,8% más que en el año anterior.

Las previsiones para 2009 no son muy buenas y el sector turístico comienza a sentir que la crisis le ha afectado de lleno. Los niveles de destrucción de empleo que estiman los analistas anticipan un escenario desfavorable para el sector turístico español.

La incierta evolución de ciertos factores clave (precio del petróleo, tipos de cambio, etc.) y las adversas condiciones socioeconómicas de nuestros principales mercados (nacional y europeo) anticipan nuevas caídas en las ventas y en las rentabilidades empresariales. Los 400 millones del Plan Renove puestos en marcha por el Gobierno para ayudar al sector se agotaron en unos días y tuvieron que incrementarse. Para algunos estas ayudas no han sido más que un gesto, afirmando que el sector necesita reformas estructurales y no sólo ayudas coyunturales.

Las cifras del primer trimestre de 2009 son alarmantes, con una caída del 16,3% en el número de llegadas internacionales en comparación con el mismo período del año anterior. Las visitas de nuestros principales clientes, los alemanes y los ingleses sufrieron importantes descensos, sobre todo éstos últimos (-18,4%) por la dificultad añadida de la depreciación de la libra frente al euro. La Comunidad Valenciana fue el destino con mayor caída seguida de Canarias. Las grandes ciudades como Madrid, Barcelona y Sevilla sufren retrocesos menores.

La caída también ha afectado a países de nuestro entorno (Francia e Italia), pero en menor medida por el perfil de los viajeros y de la oferta. Mientras que nuestros principales visitantes proceden de países de la Unión Europea, afectados por cuatro trimestres de crecimiento negativo, Francia e Italia tienen una importante cuota de turistas norteamericano y asiático, cuyo gasto medio diario dobla al de la media de los turistas de sol y playa que visitan el litoral español, que por otra parte sufre una clara competencia de otros destinos del Mediterráneo con precios muy inferiores (Croacia, Turquía, Túnez o Egipto).

Por sectores, la peor parte la vuelve a tener las agencias de viajes tradicionales, que siguen cerrando establecimientos, seguidas de los hoteles de ciudad y las líneas aéreas. Las previsiones de éstas últimas para el resto de 2009 son las peores de los últimos 60 años, sobre todo en la clase *business*, que es donde las compañías aéreas obtienen beneficios. En este sentido, los empresarios reclaman una bajada en las tasas aeroportuarias y de navegación que evite agravios comparativos con otros países competidores. El único aspecto positivo para el subsector aéreo ha sido la caída del precio del combustible.

La negativa repercusión que la bajada en el número de turistas ha tenido en el sector hotelero, les está obligando a reducir sus precios, pese a lo cual las pernoctaciones han descendido un 16,5% respecto al mismo mes del año anterior.

De cara al verano de 2009, el sector afronta una de las temporadas más difíciles de los últimos años, por la caída de la

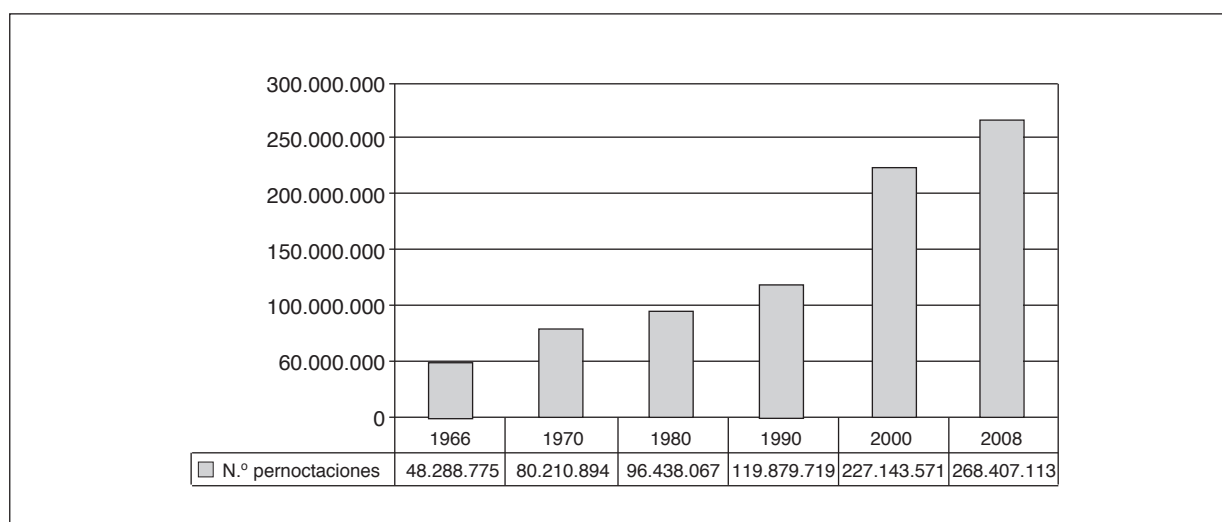
demanda turística y del gasto en destino. Se espera para los próximos meses un severo recorte del consumo turístico, un menor número de escapadas y un inferior presupuesto para vacaciones. A lo anterior hay que añadir el aumento de destinos *low cost* en el Mediterráneo y la caída de la libra con respecto al euro, ya comentados, y para rematar el panorama, la epidemia de gripe «A» que también ha afectado al turismo, con cancelaciones de viajes a los países afectados. Afortunadamente parece que el miedo a volar se está desvaneciendo.

Como notas positivas de los últimos meses podemos destacar el buen comportamiento del turismo rural, que ha registrado buenos niveles de ocupación en los primeros meses de 2009 y las estaciones de esquí por la abundancia de nieve de este año. También los trenes de largo recorrido registraron incrementos. Los destinos del litoral

que concentran los mayores volúmenes de turistas y de pernoctaciones confían en sus posibilidades de cara al verano.

Esperemos que la situación sea coyuntural y que el turismo, como ha sucedido históricamente, resista. Pese a lo negativo de los últimos meses, no debemos olvidar que el sector turístico está sufriendo la crisis menos que otros sectores y que sigue siendo el primer sector productivo de la economía española. Nuestras infraestructuras turísticas están consideradas como las mejores del mundo y España cuenta con una gran riqueza cultural, por citar sólo alguno de nuestros atractivos. Por primera vez en muchos años tanto el sector público como el privado son conscientes de que deben estrechar su colaboración y remar en el mismo sentido, si se quiere salir de la crisis. La industria prevé que a finales de 2009 se podría iniciar la recuperación.

Figura 5
Número de pernoctaciones hoteleras



Fuente: IET, INE y elaboración propia.

III. CONCLUSIONES

El turismo es una actividad transversal, en tanto que ejerce influencia en sectores aparentemente ajenos a la misma, y engloba actividades de un conjunto de subsectores heterogéneos que de forma conjunta configuran el denominado *producto turístico*.

Tras este repaso a la historia económica del último medio siglo de turismo en España, podemos concluir que:

Primera. El turismo es una actividad en crecimiento en todo el mundo, que se muestra cada vez más sólida incluso ante la extensión de sucesos adversos de tipo económico, geopolíticos, naturales y sanitarios, que no parecen afectar a las decisiones de viajar de los turistas.

Desde 1959 ha representado y todavía representa un sector fundamental para la economía española, por su contribución al PIB, al empleo y al equilibrio de la balanza de pagos. La demanda de viajes continuará aumentando en los próximos decenios del siglo XXI debido sobre todo a la generalización de la práctica de vacaciones en las diferentes capas sociales de las poblaciones del mundo.

La situación geopolítica o los desastres naturales, no parecen afectar en la decisión del viaje, pero sí a la elección de su destino final, por lo que la percepción de seguridad se erige como un factor clave en la capacidad de atracción de turistas hacia cualquier destino turístico.

Segunda. Las características más destaca-

bles del turismo español durante estas cinco décadas son: la concentración de la oferta en cinco comunidades del litoral, la elevada estacionalidad y el origen de la demanda en unos pocos países europeos.

Tercera. El motor de la competitividad turística ha estado alimentado por la iniciativa empresarial, apoyada hasta finales de los noventa por una favorable política monetaria que mantenía los precios por debajo de los de los países de origen de los turistas y de los países competidores.

Cuarta. El modelo de turismo basado en incrementos constantes de las llegadas internacionales, ha tenido como consecuencia la paulatina reducción del gasto medio real y de la rentabilidad por turista. Es lamentable que España, con una de las estancias medias más altas del mundo, obtenga un gasto medio por viajero inferior a la media internacional.

Quinta. La Constitución española de 1978 implantó una nueva concepción del territorio con importantes consecuencias para el turismo. En pocos años se consolidó el traspaso de las competencias en materia de turismo, de la Administración Central a las autonómicas y a las administraciones locales, acercando la gestión de los recursos turísticos a los territorios donde se prestan los servicios.

Sexta. Desde los años ochenta se vienen detectando los mismos problemas en el sector empresarial: modernización de las instalaciones, mejora de la competitividad, transformación hacia modernos sistemas de gestión, incorporación de nuevas tecnológi-

as e innovación, adaptación a los cambios de la demanda y formación del personal.

Séptima. En los noventa se comienza a tomar conciencia de la existencia de destinos maduros en el litoral que parecen iniciar una fase de declive debido a la obsolescencia de las instalaciones y la degradación del medioambiente. Ante esta situación se hacen necesarios límites que ordenen el crecimiento.

Por otro lado, el fenómeno de la globalización, que implica una mayor competencia entre destinos turísticos de todo el mundo, hace que aparezcan en el mercado competidores con una oferta de sol y playa más atractiva en cuanto a precios. La dificultad de seguir compitiendo por precio obliga al sector turístico español a invertir y trabajar en el desarrollo de productos y experiencias diferenciadas.

Se incorpora la calidad turística ligada a la prestación del servicio, a la satisfacción del cliente y al medioambiente. Se requiere promover la diferenciación de la imagen de España asociada a la calidad frente a otros destinos receptores de sol y playa.

Octava. La demanda de vacaciones de sol y playa sigue siendo la mayoritaria en el modelo turístico español, si bien algo está cambiando en éste producto tradicional y cada día se incide más en cuestiones de calidad. Desde esta perspectiva no se puede hablar de agotamiento del turismo de sol y playa, sino de crisis y/o de situación obsolescencia de algunos de los destinos turísticos que han basado su oferta exclusivamente en el mencionado producto turístico.

Novena. El mercado turístico no sólo se nutre de turismo exterior, el mercado nacional es cada vez más importante y ayuda a la desestacionalización y a la especialización, con la que adquieren importancia algunos segmentos, como es el caso del turismo cultural, el de naturaleza, el deportivo, el de la tercera edad o los viajes de negocios, ferias y congresos, entre otros. No resulta admisible que España, que ocupa uno de los primeros lugares en la jerarquía de valor de recursos turísticos naturales e históricos-patrimoniales, siga dependiendo en más del setenta por ciento del turismo litoral.

Décima. La preocupación por el medioambiente y el turismo sostenible hacen crecer el segmento del turismo rural, por el que las Comunidades Autónomas (sobre todo las de interior) muestran una especial predilección concediendo ayudas y subvenciones para mejorar la calidad de los alojamientos rurales. La incorporación de los espacios de interior a la actividad turística, a través del turismo rural, se hace con una concepción respetuosa e integradora del turista con el territorio y una mayor conciencia ecológica.

La ordenación y gestión del territorio turístico dirigido a la preservación de los recursos naturales, la identidad del paisaje y la calidad de la experiencia turística se torna una prioridad en muchas zonas del litoral español, sometidas a una presión urbanística que genera problemas de masificación y desnaturalización de los espacios turísticos, con una incidencia negativa sobre la contribución socioeconómica del turismo a medio y largo plazo.

Undécima. Desde finales de los años

noventa se produce una incipiente reconversión empresarial, que ha tenido como consecuencia la progresiva internacionalización, salida a Bolsa y concentración de los grandes grupos turísticos españoles, principalmente hoteleros. También se han producido procesos de integración y alianzas estratégicas en compañías aéreas y en los distribuidores de viajes.

Duodécima. La política de «cielos abiertos» ha tenido como consecuencia la irrupción en el mercado de multitud de líneas de bajo coste, que junto con el uso cada vez más generalizado de Internet, permite comprar el billete sin alojamiento, lo que representa una oportunidad que el sector no puede desperdiciar. Sin embargo, sigue siendo minoritario el uso de las nuevas tecnologías de la información en el sector, por lo que sería recomendable el desarrollo de portales de comercialización *on-line* y de nuevos métodos de venta fuera del paquete de *touropedor*.

Decimotercera. Un aspecto que sigue condicionando la evolución del sector, principalmente de los alojamientos hoteleros, es la oferta de apartamentos y segundas residencias, utilizadas sobre todo por el turismo doméstico, aunque con un peso creciente en el internacional. La legislación española debería garantizar un marco de igualdad en las reglas de competencia en el mercado entre la oferta de alojamientos reglada y la oferta residencial no reglada.

Decimocuarta. Las empresas turísticas tienen que transformar su oferta y sus sistemas de gestión ante los profundos cambios que se están produciendo en la demanda,

que afectan a las preferencias y pautas de comportamiento de los turistas. No se podrá afrontar este reto con garantías de éxito si no se crea un sistema estable y una estrecha colaboración entre el sector público y el sector privado.

Hay que buscar estrategias imaginativas para superar la coyuntura del momento actual. Desde finales de los años cincuenta, el turismo se ha comportado como el primer motor de desarrollo de la economía española, pero es hora de actualizar el modelo seguido por la actividad turística: el concepto de destino que ostenta España, los productos ofertados y los sistemas de comercialización.

El tradicional sol y playa que tantos beneficios proporcionó en décadas pasadas debe descartarse como la mejor opción para el siglo XXI. Posiblemente se tendrá que ir hacia un modelo que posibilite la integración del sol y playa con el uso de otros recursos de gran potencialidad turística basados en el patrimonio monumental, cultural, inmaterial, natural e incluso gastronómico. Los productos han de adaptarse a los gustos y hábitos de la demanda. Se hace necesaria la diversificación de la oferta, haciéndola más respetuosa con el medioambiente y con las exigencias de calidad de los visitantes de mayor renta, alejándose del modelo tradicional de turismo barato basado en incrementos constantes de la demanda. Se precisa una verdadera política de sostenibilidad, donde las normas de calidad ISO, Agendas Locales 21 y otras iniciativas de recuperación y conservación, consigan mejorar los entornos ambientales que rodean los espacios turísticos.

Y en cuanto a los sistemas de comercialización, Internet y las *low cost* aéreas han modificado el perfil del cliente, por lo que los hoteleros ya no pueden delegar en los touroperadores, sino que deben crear sus propias herramientas de distribución.

Queremos terminar estas conclusiones manifestando que son fundamentales las políticas de investigación y de formación, por parte de las Administraciones Públicas y de la iniciativa privada, sin las cuales será difícil que el turismo español supere el punto de inflexión actual.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILÓ, E., y TORRES, E. (1990). «Realidad y perspectivas del sector turístico», *Papeles de Economía Española*, núm. 42, Madrid.
- ARRILLAGA, J.I. (1968). «La clasificación de hoteles en la legislación española», *TecnoHotel*, núm. 49, Editur, Madrid.
- BANCO DE ESPAÑA (varios años). *Informe Anual*, Madrid.
- BAYÓN, F. (1999a). «Política Turística», *50 años del turismo español: Un análisis histórico y estructural*, dirigido por F. Bayón. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- BAYÓN, F. (1999b). «La legislación turística», *50 años del turismo español: Un análisis histórico y estructural*, dirigido por F. Bayón. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- BOTE, V. (1993). «La necesaria revalorización de la actividad turística española en una economía terciarizada e integrada en la CEE», *Revista Estudios Turísticos*, núm. 118, Madrid.
- BOTE, V. (1999). «El conocimiento científico en España sobre la actividad turística (1960-1998)», *50 años del turismo español: Un análisis histórico y estructural*, dirigido por F. Bayón. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- BOTE, V.; MARCHENA, M., y SANTOS, E. (1999). «La descentralización autonómica y la diversificación de la estrategia de desarrollo turístico (1974-1998)», *Historia de la Economía del Turismo en España*, dirigido por C. Pellejero, Civitas, Madrid.
- BOYER, M. (2002). «El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX», *Historia contemporánea*, págs. 13-31.
- BUENO, E. (1996). «La investigación sobre las empresas turísticas en España: el estado del arte», *Revista Estudios Turísticos*, núm. 129, págs. 61-80, Madrid.
- BUISAN, A. (1997). «Exportaciones de Turismo y Competitividad», *Revista de Economía Aplicada*, núm. 13, volumen V, págs. 65-81.
- CAMISÓN, C., y MONFORT, V. M. (1993). «La empresa turística valenciana. Diagnóstico estratégico y posicionamiento competitivo», *Revista Papers de Turisme*, núm. 12, Valencia.
- CAÑADA, A. (2002). «La cuenta satélite del turismo en España: objetivos, aspectos metodológicos y primeras estimaciones 1996-1999», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, núm. 798, págs. 45-61, Madrid.
- ESTEBAN, A., y REINARES, E. (1996). «Análisis del comportamiento de la demanda hotelera y su posible interferencia por el sistema de clasificación de la oferta», *Documento de Trabajo*, Universidad Complutense de Madrid.
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION. *European Tourism Insights 2005 - Outlook 2006, Statistics about European tourism y Tourism Trends for Europe*. En <http://www.etc-corporate.org>.
- EXCELTUR (2002 a 2009). «Perspectivas Turísticas Exceltur», núms. 2 a 28.

- FAYOS, E. (1993). «El turismo como sector industrial: la nueva política de competitividad», *Economía Industrial*, núm. 292, págs. 163-172.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*, Alianza Editorial, Madrid.
- FIGUEROLA, M. (1990). *Teoría económica del Turismo*. Madrid.
- FIGUEROLA, M. (1998). «Contribución de la actividad turística a la economía española», *La actividad turística española en 1997*, AECIT, Madrid.
- FIGUEROLA, M. (1999). «La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)», *Historia de la economía del turismo en España*, dirigido por C. Pellejero, Civitas, Madrid.
- FUENTES QUINTANA, E. (1988). «Tres decenios de la economía española en perspectiva», *Economía*, dirigido por García Delgado, Espasa Calpe, Madrid.
- GARAU, J., y MANERA, C. P. (2005). «El turismo de masas en el Mediterráneo (1987-2002): una oportunidad de crecimiento», *Mediterráneo económico*, núm. 7, págs. 390-412.
- GORDON, B. M. (2002). «El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX», *Historia contemporánea*, núm. 25, págs. 125-156.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (2002 a 2008). *Encuesta del gasto turístico (EGATUR)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Madrid.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (1999 a 2008). *Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Madrid.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (1999 a 2008). *El turismo de los españoles (FAMILITUR)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Madrid.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (2006). *Coyuntura Turística*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Madrid.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (2009). *El turismo español en cifras*. Año 2007.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2002). «El impacto económico del turismo: la nueva Cuenta Satélite del Turismo perfecciona su medición», *Boletín Informativo del INE*, núm. 2, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2002 a 2004). *Cuenta Satélite del Turismo Español*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)(1999-2008). *Encuesta de ocupación hotelera*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (1994-1998). *Movimientos de viajeros en establecimientos hoteleros*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (1999-2008). *Encuesta de ocupación de alojamientos de turismo rural*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (1999-2008). *Encuesta de apartamentos turísticos*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (1999-2008). *Encuesta de campamentos de turismo*, Madrid.
- JAFARI, J. (2000). *Enciclopedia del Turismo*, Madrid: Síntesis.
- LANDETA, M. H. (2009). «El técnico en turismo en las empresas hoteleras», *Curso de Técnico Superior en Turismo*, coordinado por L. Palacios, Madrid: Publicaciones de la Sociedad Anónima de Promociones y Ediciones (ESINE).
- LARRINAGA, C. (2002). «El turismo en la España del siglo XIX», *Historia contemporánea*, núm. 25, págs. 157-179.

- LAVAU, L. (1974). «Hacia una historia del turismo», *Estudios Turísticos*, núm. 44, págs. 5-50.
- LAVAU, L. (1975). «El turismo, tema histórico», *Estudios Turísticos*, núm. 45, págs. 47-102.
- LÓPEZ, D.; ANTÓN, S.; NAVARRO, E.; PERELLI, O., y SASTRE, F. (2005). «Cambios y transformaciones en el actual modelo turístico de España», *Annals of Tourism Research en Español*, núm. 2, págs. 423-446, Baleares.
- MAÑAS, E.; GABALÓN, P., y GALLARDO, S. (2000). «El gasto de la familia como impulsor de los servicios», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, núm. 787, págs. 31-51, Madrid.
- MORÈRE, N. (2006). «Turismo e historia: formación e información en el turismo. Un estado de la cuestión», *Revista de Análisis Turístico*, núm. 2, págs. 86-102.
- MORENO, A. (2005). «Turismo de élite y administración turística de la época (1911-1936)», *Estudios Turísticos*, núm. extraordinario 163-164, págs. 31-54.
- MORENO, A. (2007). *Historia del turismo en España en el siglo xx*. Síntesis, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1998a). *Introducción al Turismo*, OMT, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1998b). *Anuario de estadísticas de turismo*, vols. I y II, 50 edición, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2003). *Tendencia de los mercados turísticos*, Edición 2002, Madrid.
- PANIZO, F., y ESTEBAN, A. (2003). «Turismo y Constitución: Veinticinco años de estabilidad política, crecimiento económico y desarrollo turístico», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, núm. 811, págs. 297-321, Madrid.
- PELLEJERO, C. (1999). «Antecedentes históricos del turismo en España: de la Comisión Nacional al Ministerio de Información y Turismo (1900-1950)», *Historia de la Economía del Turismo en España*, dirigido por C. Pellejero, Civitas, Madrid.
- PICORNELL, C. (1993). «Los impactos del Turismo», *Revista Papers de Turisme*, núm. 1, Instituto Turístico Valenciano, Valencia.
- RATO, R. (2003). «1978-2003: Un cuarto de siglo que ha transformado la economía española», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, núm. 811, págs. 3-10, Madrid.
- RODRÍGUEZ-SALMONES, N.; MASIEU, A., y ROBLES, C. (1999). «Del programa SINTUR a la Cuenta Satélite del Turismo en España», *Revista Estudios Turísticos*, núm. 140, págs. 129-153, Madrid.
- ROMERO, M. (2004). *Paradores, 1928-2003: 75 años de tradición y vanguardia*. Paradores, Madrid.
- SALAS, A. (1992). *El turismo en Mallorca: 50 años de historia*. A. Salas, Palma de Mallorca.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO, COMERCIO Y PYMES (1997). *Congreso Nacional de Turismo: Conclusiones y medidas adoptadas*, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO, COMERCIO Y PYMES (2000). *Plan Integral de Calidad del Turismo 2000-2006*, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1992). *FUTURES: Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1993). *Situación técnica y de innovación del sector hotelero español*. Serie Informes sobre Turismo núm. 3, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1996). *Tabla intersectorial de la economía turística (TIOT/1992)*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.

TISSOT, L. (2002). «El turismo en Suiza o el advenimiento de un modelo de excelencia (siglos XIX y XX)», *Historia Contemporánea*, núm. 25, págs. 83-100.

TROITIÑO, M. A., y TROITIÑO, L. (2005). «Turismo Cultural», *La Actividad Turística Española en 2004*, AECIT, Madrid.

UTRERA, F. (2003). «El sector exterior español: balance del período 1978-2003, situación actual y perspectivas», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, núm. 811, págs. 13-27, Madrid.

VACAS, C. (2009). «Los últimos quince años de turismo en España (1994-2009)», *Transhotel*, núm. 24, págs. 64-66, Madrid.

VALLEJO, R. (2002). «Economía e historia del turismo español del siglo XX», *Historia Contemporánea*, núm. 25, págs. 125-156.

WALTON, J. K. (2002). «Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX», *Historia contemporánea*, núm. 25, págs. 65-82.

NOTAS

(1) No es totalmente correcto identificar al turismo como un «sector». Un sector productivo se define desde el lado de la oferta, por el producto ofrecido y no por el origen de la demanda. La demanda turística afecta a varios sectores productivos: hostelería, transporte, inmobiliario, comercio, etc. Cada uno de estos sectores tiene un componente turístico en su demanda, pero otra parte de la misma no es turística. Sin embargo el uso del término «sector turístico» está muy generalizado y nosotros, en ocasiones, también lo utilizamos aunque sería más correcto hablar de actividad turística.

(2) A efectos estadísticos a todos los viajeros relacionados con el turismo se les denomina *Visitantes*, que pueden pertenecer a la categoría de *Turistas*, los que permanecen al menos una noche en el lugar visitado, o *Excursionistas*, los que no pernoctan en el lugar visitado. En cada una de estas categorías se distingue, a su vez, entre internacionales y nacionales.

(3) La Organización Mundial del Turismo (OMT) es la organización intergubernamental a la que Naciones Unidas ha conferido un papel central y decisivo en el fomento y desarrollo del turismo como instrumento para la paz, el entendimiento mundial y el desarrollo económico. Está integrada por 150 países y aproximadamente 300 miembros afiliados, que representan al sector privado, a instituciones docentes, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.

(4) En 2000, la OMT diseñó una Cuenta Satélite del Turismo con el fin de que la comunidad internacional pudiera disponer de una norma para que todos los países pudieran evaluar la incidencia del turismo en su economía. Siguiendo las recomendaciones de Naciones Unidas y de la OMT, el INE viene realizando desde 2002 una Cuenta Satélite del Turismo Español.

(5) De 1936 a 1959, España sufre un aislamiento internacional, quedando al margen del Plan Marshall, base de la reconstrucción europea. Se recurre a una economía autárquica que provocó una situación insostenible por déficit en la balanza de pagos y por escasez de divisas.

(6) Antes Comisión Regia del Turismo (1911).

(7) Las obras del primer Parador de Turismo, el de Gredos, se iniciaron en agosto de 1926, siendo inaugurado en octubre de 1928.

(8) Más tarde Dirección General de Turismo.

(9) El antecedente más remoto lo hallamos en la Real Orden de 27 de noviembre de 1858, referente a la actividad de las casas de huéspedes, fondas y hospederías. Antecedentes más próximos los encontramos en el Reglamento de la Industria Hotelera, que surge con la Orden de 14 de junio de 1957, parcial-

mente derogada por el Estatuto Ordenador de Empresas y Actividades Turísticas aprobado por el Decreto 231/1965, de 14 de enero.

(10) El eslogan promocional *Spain is beautiful and different* data de 1948. Recuérdese el posterior *Spain is different*, creado por el Ministerio de Información y Turismo en 1955.

(11) En 1923, Viajes Marsans, organizó la vuelta al mundo de Blasco Ibáñez, que posteriormente relataría su experiencia en *Vuelta al mundo de un novelista*.

(12) El Plan de Estabilización se centró en reducir el déficit comercial, reducir la oferta monetaria, devaluar la peseta y eliminar el nivel de gravámenes a las importaciones.

(13) La industria estaba controlada por el INI, que también intentó controlar el turismo. Desde 1950 venía funcionando en el seno del INI una Comisión Gestora con el objeto de crear la Empresa Nacional de Turismo, que se encargaría de la construcción hotelera. Este objetivo no se lograría hasta 1963 (Pellejero, 1996).

(14) Desgravación fiscal, supresión de aranceles sobre productos importados y concesión de créditos a los sectores exportadores.

(15) Dato de los visitantes entrados por fronteras, de los que una parte son turistas y el resto son excursionistas.

(16) En 1981 la Administración Turística se integra en el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones y actualmente en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, después de pasar por el Ministerio de Economía y Hacienda.

(17) La primera Comunidad en recibir las competencias de turismo fue Cataluña en julio del 78, seguida del País Vasco en agosto del mismo año y la última fue Navarra en junio de 1985.

(18) Respecto a los ingresos por turismo, siempre se producía la discusión sobre si debían estar expresados en pesetas o en dólares, pues no quedaba claro si las variaciones eran debidas a los ingresos propiamente dichos o a la oscilación del tipo de cambio.

(19) Con el Real Decreto de 1634/1983 finaliza la actividad reguladora del Estado en materia turística. El Real Decreto establece nuevas normas de clasificación de los establecimientos hoteleros, actualiza los requisitos técnicos y de seguridad de la antigua legislación, e introduce nuevos criterios cualitativos sobre calidad del servicio, dando especial relieve al factor humano y su profesionalidad.

(20) Entre los Planes de Excelencia Turística merece destacarse el del Municipio de Calviá, que promovió grandes mejoras urbanísticas y medioambientales y estimuló el desarrollo de planes de calidad entre los empresarios de la zona.

(21) Paradores era en ese momento una de las cinco primeras cadenas hoteleras españolas con 80 establecimientos y 5.000 camas.

(22) El logotipo con el sol fue un regalo de Joan Miró al Estado español para que éste lo utilizara en la promoción turística, desde entonces se ha incorporado sistemáticamente a todos los elementos de comunicación de Turespaña y es asociado por una gran mayoría de los europeos con la imagen turística de España.

(23) Se incrementó el gasto turístico total en un 4,3% (IET, 2006), pero descendió el gasto medio real por turista.

ANEXO ESTADÍSTICO

El INE, y especialmente el IET desde su creación, vienen realizando un importante número de encuestas sobre la demanda turística extranjera y, en los últimos años, nacional. El INE también elabora encuestas sobre la ocupación de establecimientos hoteleros y extrahoteleros.

En 1998 se realiza un cambio importante en estas estadísticas, que suponen una ruptura con el sistema anterior. La mejora, tanto en conceptualización como en metodología, incluye las recomendaciones de la OMT y de la Unión Europea. Esta modificación era necesaria por la eliminación de los puestos fronterizos en virtud de lo establecido en el Acuerdo de Schengen. En 2005 se modifican las bases de elaboración de la Contabilidad Nacional y se revisa la serie histórica del período 1995-2004, cambiando algunos criterios de estimación. Este hecho ha de ser tenido en cuenta a la hora de interpretar los datos macroeconómicos.

En este Anexo se muestran datos proporcionados por éstos dos organismos, además

del Banco de España, para el período objeto de estudio. Algunas estadísticas, como las de los alojamientos de turismo rural, han comenzado a elaborarse recientemente. Algunos años aparecen en blanco por no disponer de la información, que a veces ha sido discontinuada.

Además de los organismos señalados, también publican datos de encuestas turísticas las Comunidades Autónomas. Todos estos organismos realizan sus estudios de manera independiente y en ocasiones con distinta metodología, por lo que los datos no siempre son coincidentes, lo que sin duda supone un problema para investigadores y empresas.

Presenta gran fiabilidad la Cuenta Satélite del Turismo que realiza el INE, y mide la incidencia del turismo en la economía española, permitiendo conocer el PIB que representa esta actividad para el país. Su elaboración se basa en el estudio que se realiza sobre la contabilidad nacional. Presenta el inconveniente de que se publica con cierto retraso.

Cuadro 1
Cobertura por el turismo del déficit comercial de la balanza de pagos.
1960-2008

Año	Balanza de pagos: turismo y viajes			Balanza de pagos déficit comercial	Cobertura (saldo turismo/ déficit comercial)
	Ingresos	Pagos	Saldo		
1960 ^a	297,5	50,0	247,5	57,1 ^b	-
1961	384,6	54,1	330,5	278,7	118,6
1962	512,7	46,8	465,8	634,2	73,5
1963	679,3	68,2	611,1	1.033,4	59,1
1964	918,7	66,6	852,1	1.055,7	80,7
1965	1.104,9	78,3	1.026,2	1.736,7	59,1
1966	1.292,5	90,5	1.202,0	1.963,3	61,2
1967	1.209,8	99,4	1.110,4	1.749,2	63,5
1968	1.212,7	101,6	1.111,1	1.547,4	71,8
1969	1.310,7	116,0	1.194,7	1.836,8	65,0
1970	1.680,8	138,1	1.542,7	1.841,8	83,8
1971	2.054,4	176,4	1.878,0	1.569,3	119,7
1972	2.511,4	266,3	2.245,1	2.204,5	101,8
1973 ^c	189,5	22,5	167,0	201,0	83,1
1974	183,7	18,4	165,3	401,6	41,2
1975	199,9	22,2	177,7	414,6	42,8
1976	207,1	27,1	180,0	479,1	37,6
1977	313,2	40,3	376,2	452,7	83,1
1978	416,5	43,0	373,5	308,9	120,9
1979	433,3	61,5	371,8	378,7	98,2
1980	500,6	88,2	412,4	926,4	44,5
1981	628,4	93,9	534,5	926,4	57,7
1982	787,6	111,6	675,9	1.016,5	66,5
1983	990,0	128,6	861,4	1.089,2	79,1
1984	1.247,8	135,0	1.112,8	688,2	161,7
1985	1.374,7	170,0	1.204,7	712,3	169,1
1986	1.671,9	210,4	1.461,5	902,9	161,9
1987	1.819,8	241,4	1.578,5	1.585,4	99,6
1988	1.944,3	286,2	1.658,0	2.080,5	79,7
1989	1.924,3	364,8	1.559,5	2.954,9	52,8
1990	1.878,4	429,3	1.449,1	3.007,1	48,2
1991	1.991,1	473,4	1.517,7	3.113,9	48,7
1992	2.265,1	566,0	1.699,1	3.088,5	55,0
1993	2.514,1	602,7	1.911,4	1.896,7	100,8
1994	2.875,4	553,2	2.322,2	1.966,7	118,1
1995	3.165,9	556,4	2.609,5	2.194,5	118,9
1996	3.503,7	622,8	2.880,9	1.886,3	152,7

sigue →

Cuadro 1 (continuación)
Cobertura por el turismo del déficit comercial de la balanza de pagos.
1960-2008

Año	Balanza de pagos: turismo y viajes			Balanza de pagos déficit comercial	Cobertura (saldo turismo/ déficit comercial)
	Ingresos	Pagos	Saldo		
1997 ^d	23.667,6	3.973,1	19.694,5	11.586,6	170,0
1998	26.806,4	4.491,0	22.315,4	18.479,7	120,8
1999	30.415,6	5.165,9	25.249,7	28.585,0	88,3
2000	33.749,7	5.967,3	27.782,4	37.777,8	73,5
2001	36.602,4	6.660,7	29.941,7	36.396,4	82,3
2002	33.557,0	7.686,9	25.870,1	36.509,7	70,9
2003	35.047,1	8.009,9	27.037,2	39.838,8	67,9
2004	36.376,3	9.772,1	26.604,2	53.660,2	49,6
2005	38.558,3	12.125,2	26.433,1	68.603,2	38,5
2006	40.715,0	13.265,7	27.449,3	83.271,6	33,0
2007	42.170,5	14.360,4	27.810,1	89.805,6	31,0
2008	41.900,9	13.834,3	28.066,6	87.654,0	32,0

^a De 1960 a 1972 las cifras están expresadas en millones de dólares.

^b En el año 1960, en la balanza comercial hubo un superávit de 57,06 millones de dólares.

^c De 1973 a 1996, están expresadas en miles de millones de pesetas, siguiendo la recomendación del Secretariado de la OCDE.

^d A partir de 1997 las cifras están expresadas en millones de euros.

Fuente: Banco de España y elaboración propia.

Cuadro 2
Visitantes, turistas y excursionistas que llegaron a España. 1960-2008

<i>Año</i>	<i>Total visitantes</i>	<i>Núm. de turistas</i>	<i>Núm. de excurs.</i>	<i>Variación anual turistas</i>	
1960	6.113.255	5.170.000	943.255	-	-
1961	7.455.262	6.322.000	1.133.262	1.152.000	22,28%
1962	8.668.722	7.153.000	1.515.722	831.000	13,14%
1963	10.931.626	8.796.000	2.162.626	1.643.000	22,97%
1964	14.102.888	11.601.000	2.501.888	2.805.000	31,89%
1965	14.251.428	11.079.556	3.171.872	-521.444	-4,49%
1966	17.251.746	14.442.934	2.808.812	3.363.378	30,36%
1967	17.858.555	14.810.215	3.048.340	367.281	2,54%
1968	19.183.973	16.237.966	2.946.007	1.427.751	9,64%
1969	21.682.091	18.878.820	2.803.271	2.640.854	16,26%
1970	24.105.312	21.267.380	2.837.932	2.388.560	12,65%
1971	26.758.156	23.737.988	3.020.168	2.470.608	11,62%
1972	32.506.591	29.437.993	3.068.598	5.700.005	24,01%
1973	34.558.943	31.605.806	2.953.137	2.167.813	7,36%
1974	30.342.891	27.364.467	2.978.424	-4.241.339	-13,42%
1975	30.122.478	27.359.337	2.763.141	-5.130	-0,02%
1976	30.014.087	27.389.292	2.624.795	29.955	0,11%
1977	34.266.755	21.000.000	13.266.755	-6.389.292	-23,33%
1978	39.970.491	24.600.000	15.370.491	3.600.000	17,14%
1979	38.902.476	24.000.000	14.902.476	-600.000	-2,44%
1980	38.026.816	22.500.000	15.526.816	-1.500.000	-6,25%
1981	40.129.323	-	-		
1982	42.011.141	25.300.000	16.711.141	25.300.000	
1983	41.263.334	-	-		
1984	42.931.658	27.100.000	15.831.658		
1985	43.235.363	27.500.000	15.735.363	400.000	1,48%
1986	47.388.793	29.900.000	17.488.793	2.400.000	8,73%
1987	50.544.946	32.348.765	18.196.181	2.448.765	8,19%
1988	54.178.250	35.600.000	18.578.250	3.251.235	10,05%
1989	54.057.562	35.300.000	18.757.562	-300.000	-0,84%
1990	52.044.056	33.900.000	18.144.056	-1.400.000	-3,97%
1991	53.494.964	35.971.016	17.523.948	2.071.016	6,11%
1992	55.330.700	36.100.000	19.230.700	128.984	0,36%
1993	57.263.400	37.000.000	20.263.400	900.000	2,49%
1994	61.428.300	39.900.000	21.528.300	2.900.000	7,84%
1995	54.408.900	34.919.575	19.489.325	-4.980.425	-12,48%
1996	57.270.534	36.221.008	21.049.526	1.301.433	3,73%
1997	62.414.977	39.552.720	22.862.257	3.331.712	9,20%
1998	67.761.833	43.396.083	24.365.750	3.843.363	9,72%
1999	72.060.291	46.775.869	25.284.422	3.379.786	7,79%
2000	74.461.889	47.897.915	26.563.974	1.122.046	2,40%
2001	75.563.568	48.565.344	26.998.224	667.429	1,39%
2002	79.313.327	50.330.623	28.982.704	1.765.279	3,63%
2003	82.326.151	50.853.815	31.472.336	523.192	1,04%
2004	85.981.327	52.429.832	33.551.495	1.576.017	3,10%
2005	92.563.172	55.913.778	36.649.394	3.483.946	6,64%
2006	96.152.210	58.004.462	38.147.748	2.090.684	3,74%
2007	98.906.625	58.665.504	40.241.121	661.042	1,14%
2008	97.847.162	57.316.237	40.530.925	-1.349.267	-2,30%

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos.

Cuadro 3
Evolución de la oferta hotelera y extrahotelera y de las agencias de viajes.
Período 1960-2008

Años	Hoteles y asimilados			Camping			Apartamentos turísticos		Turismo rural		
	Núm.	Plazas	Pernoctaciones	Núm.	Plazas	Pernoctaciones	Núm.	Plazas	Núm.	Plazas	Pernoctaciones
1960	2.551	150.821									
1961	2.871	162.105		107	32.057						
1962	3.187	192.852		154	48.597						
1963	4.994	263.896		238	80.245						
1964	5.816	300.584		301	104.340						
1965	6.249	328.067		333	120.820						
1966	6.499	354.183	48.288.775	351	126.820						
1967	6.864	384.043	50.964.065	380	135.777						
1968	7.305	434.412	56.341.095	423	156.059						
1969	7.496	465.386	68.149.358	441	171.195						
1970	8.244	545.798	80.210.894	470	190.820						
1971	8.631	612.338	93.401.824	497	203.419						
1972	9.044	657.643	104.865.924	511	208.079	4.986.000					
1973	9.215	699.440	103.768.452	511	211.600	6.572.000					
1974	9.364	732.922	100.424.688	521	221.300	5.733.000					
1975	9.518	789.236	103.171.036	529	225.700	6.337.116					
1976	9.542	798.985	99.014.759	527	130.363	4.341.937					
1977	9.558	803.747	118.602.388	529	232.246	7.050.493					
1978	9.532	804.641	121.356.241	517	227.890	8.311.417					
1979	9.566	809.489	110.120.116	546	246.401	7.073.451					
1980	9.576	814.394	96.438.067	600	272.209	7.310.941					
1981	9.528	811.700	111.637.758	615	280.549	7.869.490					
1982	9.602	825.959	116.042.130	657	303.891	9.056.315					
1983	9.669	834.536	119.927.628	708	344.276	8.834.967					
1984	9.636	835.200	129.019.329	733	356.283	8.580.568					
1985	9.668	843.337	121.015.808	767	385.378	9.078.868					
1986	10.331	853.834	129.514.096	797	406.465	9.569.650					
1987	10.465	886.699	138.721.042	836	437.988	10.975.853					
1988	10.477	907.921	137.338.295	858	457.369	10.433.211					
1989	9.883	918.649	131.425.507	893	470.358	12.834.541					
1990	9.436	929.533	119.879.719	928	571.278	13.497.363					
1991	9.603	972.808	134.498.622	954	575.349	15.817.071					
1992	9.809	998.816	131.704.000	984	582.053	15.443.000					
1993	9.734	1.009.241	138.103.000	1.039	602.370	18.888.000					
1994	10.063	1.046.230	154.668.000	1.079	617.129	20.165.000					
1995	10.002	1.074.017	159.463.000	1.130	622.432	20.860.000					
1996	9.482	1.087.529	158.258.639	1.082	600.707	20.160.000					
1997	7.520	1.102.174	166.733.000	1.084	641.994	20.350.371					
1998	7.539	1.176.727	178.355.707	1.142	667.194	22.153.613					
1999	15.042 ^a	1.011.015	230.539.639	763	434.310	25.762.552					
2000	14.870	1.033.011	227.143.571	782	453.399	28.059.845	138.337	446.133			
2001	14.880	1.055.864	228.681.570	805	466.775	30.600.742	131.877	425.650	5.497	42.925	3.660.815
2002	13.523	1.080.290	222.554.780	735	485.867	31.272.685	130.809	429.046	6.004	51.010	4.104.680
2003	13.680	1.122.052	228.160.906	713	475.361	31.115.203	127.760	432.564	6.974	59.884	4.476.140
2004	13.845	1.175.514	234.697.167	727	487.824	30.418.990	129.247	446.468	8.234	71.488	4.542.632
2005	13.991	1.212.598	245.637.159	731	490.176	31.182.401	125.840	438.065	9.629	83.916	6.306.329
2006	14.056	1.263.779	267.027.859	717	482.163	31.922.173	127.716	445.710	10.830	95.906	7.438.383
2007	14.228	1.297.649	271.689.481	710	480.066	31.334.732	125.020	440.810	11.532	103.313	7.938.623
2008	14.684	1.338.210	268.407.113	728	484.878	31.128.774	125.125	440.482	12.803	114.818	7.846.078

^a En estas cifras también se incluyen hostales de una, dos y tres estrellas de plata.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Instituto de Estudios Turísticos.