

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA EN 2005

La Actividad Turística Española de la AECIT no es sólo un clásico de la bibliografía y documentación turística de nuestro país, sino que puede afirmarse que se ha convertido esta publicación anual, en una obra esperada y de imprescindible consulta no sólo para los analistas y estudiosos del sector sino también, y doy fe de ello, para los docentes universitarios del turismo. Y es que realmente no siempre resulta fácil encontrar, en una única publicación, una visión global y a la vez tan actualizada de las más importantes y múltiples dimensiones de esta complejísima actividad que denominamos turismo, en la que confluyen diferentes especialistas con muy diversas formaciones y visiones de la realidad.

La importancia que le otorgamos se incrementa cuando analizamos en un más amplio contexto, lo que supone la labor de la AECI para potenciar el Turismo español. Efectivamente tiene esta Asociación en su haber XI Congresos, varios Foros y Jornadas en los que se han tratado temas tan variados como interesantes y sobre todo oportunos: la «formación turística», la «Administración turística del municipio en nuestro país», las «relaciones globalización y turismo», «patrimonio y turismo», «globalización de mercados y sostenibilidad de destinos», «turismo en destinos singulares», «turismo de interior», los «nuevos segmentos y destinos turísticos», el «uso turístico de espacios naturales», las «relaciones entre turismo y territorio» y el reto que tanto nos preocupa a todos de la «sostenibilidad». A lo anterior hay que unir más de una veintena de publicaciones, entre las que destacan las doce ediciones de «La Actividad turística española», cuya última edición hoy reseñamos, así como diversas Tribunas y los Premios Tribuna FITUR Jorge Vila Fradera que tienen por objetivo incentivar, reconocer, editar y en consecuencia difundir los mejores trabajos de investigación académica que se relacionen con el sector turístico. En definitiva una labor que constituye una excelente contribución a las necesidades que tenemos tanto de conocimiento teórico como de interés y carácter práctico, de esta cada vez más importante actividad en nuestro país y Comunidad Autónoma andaluza.

La actividad turística española en 2005 (edición 2006), es una aportación más, que de manera ininterrumpida y con periodicidad anual se inicia en el año 1994 momento en que se constituye la Asociación y que tiene por objetivo, dar a conocer la situación de la actividad en el conjunto del país. Para lograrlo han incrementado a seis partes el trabajo de las cuatro que tenía con anterioridad. Este incremento como tendremos ocasión de justificar ha mejorado significativamente la obra. De esta manera disponemos para este año de 50 artículos provenientes tanto de especialistas de la OMT, como personas que de empresas privadas que se dedican a esta actividad, como otros pertenecientes a fundaciones, a organismos de diferentes Administraciones y sobre todo de investigadores y docentes de las Universidades Españolas.

Procedencia de los artículos Act. Turist Española en 2005



Destaca en este aspecto la influencia que en la publicación tienen el personal de sobre todo Universidades públicas españolas y la confianza que han depositado los Directores y Coordinadores de la obra sobre todo a expertos de las Universidades de Valencia y Madrid como se puede comprobar en el mapa temático que hemos confeccionado y cuyo objetivo es conocer la procedencia de los artículos territorializados utilizando una base provincial.

Si bien las aportaciones de expertos universitarios se centran en las universidades públicas, no es menos cierto el interés demostrado por las privadas que aquí quedan representadas por la Antonio Lebrija de Madrid, la Ramon Llull de Barcelona y la San Antonio de Murcia. Lo anterior se completa con las aportaciones, siempre interesantes de los organismos encargados de estudiar la actividad dentro de las Administraciones autonómicas (Consejerías de Turismo de Andalucía y Valencia) y de las corporaciones provinciales (Diputaciones Provinciales como la de Málaga). Y obviamente por el mundo empresarial, que ha crecido mucho en su dimensión de productor de estudios de interés, como se demuestra con los presentados aquí por empresas de Madrid, Málaga, Álava y Pamplona, así como por la fundación de una Caja de Ahorros (Caja Rioja).

Volviendo al comentario de la estructura del trabajo, lo primero que es reseñable es que se mantiene la estructura básica para facilitar como afirma, uno de sus Vicepresidentes nuestro colega Diego Olivares, facilitar su uso y análisis comparado de las diferentes series estadísticas. A esta estructura ahora se les han añadido tres aportaciones coincidentes con las partes primera, tercera y sexta, que comentaremos seguidamente.

Se introduce como primera novedad una primera parte, de las seis más anexo que contiene la obra, dedicada a la «Metodología para el análisis científico del turismo». Su objetivo pretende responder a las necesidades detectadas de reducir la descoordinación entre los investigadores que se dedican a estudiar este campo, así como tratar de avanzar en la mejora de las metodologías que suelen emplearse en el estudio del turismo. Reitero el plural, «metodologías» ya que considero que no tiene, ni debe existir una única metodología o camino para conocer, profundizar en esta actividad. En este sentido la afirmación que se hace de difundir las metodologías empleadas en diferentes investigaciones y los resultados obtenidos con su aplicación, lo considero como una importante aportación que otorga mucho más valor a la obra. Si bien esto es lo que se afirma, no es menos cierto que cuando uno lee los cinco artículos que componen esta primera parte, deduce que en este número sigue predominando la metodología neopositivista que hacen predominantes los modelos cuantitativos y la dimensión económica de la actividad frente a otras posibles. En este sentido hemos echado en falta análisis heterodoxos, cualitativos y más globales que tengan presentes junto a la dimensión económica otras, la social, ambiental, etc; que nos permitan entender mejor el turismo en su complejidad. En este contexto me ha agradado encontrar en la coordinadora de esta apartado Amparo Sancho Pérez, conciencia de que existe debilidad y rigidez en los modelos con variables cuantitativas y la necesidad que tenemos de análisis que nos indiquen cuestiones como los impactos que sufre la población local o la satisfacción del turista tras sus experiencia turística. Intuyo no obstante, y ojalá me equivoque, que la necesidad que plantea de realizar diagnósticos sobre política turística alternativas, no le lleva cuestionar la lógica del mercado. Debo reconocer que soy de los que piensa que mercado y sostenibilidad no han demostrado nunca y tampoco hoy, que sean compatibles. Ojalá en próximas ediciones podamos encontrar otros enfoques y metodologías que superen la lógica antropocéntrica y apuesten por otra más global y abarcante, la ecocéntrica.

La segunda parte constituye una continuación de los trabajos que se venían haciendo en números anteriores y que se concreta aquí en nueve trabajos que tienen como denominador común, como en el título de este apartado se indica, el análisis de la «Dinámica sectorial y estrategias empresariales». Presentados por Eugeni Aguiló y Ana González, enfatizan en que el balance turístico de nuestro país en ese año 2005 fue positivo, como lo demuestra el incremento de la aportación del turismo al PIB español que se situó en el 11,12%. En esta tendencia positiva jugó un papel fundamental la demanda interna que tuvo como destino preferente nuestra comunidad autónoma andaluza, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla-León, aunque también fue significativa la llegada de visitantes extranjeros (fundamentalmente provenientes de Reino Unido y Alemania) que superaron en conjunto los 90 millones por primera vez en nuestra

historia. Fueron los hoteles de gama media y alta los que más han crecido, detectándose una cada vez mayor concienciación entre los empresarios de la importancia de la calidad como factor clave no sólo para ganar en competitividad, sino también para tratar de reducir la sobreoferta que existe de alojamientos en nuestro país.

El tercer apartado de la obra es la segunda novedad que nos aporta este trabajo. Bajo el título «Gestión Pública del Turismo» y coordinada por Ramiro Espinel, se abordan, además de los tradicionales temas de las políticas turísticas española y europea, como bien afirma Diego Olivares «tres de los grandes retos de la gestión turística en España, en este caso vista desde el ámbito de lo público. Se trata de la competitividad, la sostenibilidad y la cooperación al desarrollo. De este apartado quisiera destacar la necesidad que tenemos de una política turística común en la UE que contrasta su no existencia, con la enorme importancia de este sector para Europa. Por otro lado a escala nacional, se muestra importante propiciar más coordinación entre los actores públicos a fin evitar disfuncionalidades y conseguir mayores sinergias. Hoy a pesar del escaso margen de maniobra que tiene la Administración Central, ya que como es conocido las competencias fueron transferidas a las comunidades autónomas, se detecta que se está volcando en la promoción muy especialmente del producto básico del país «sol y playa». La importancia que se le está dando al municipio como lugar donde se produce en última instancia la experiencia turística, choca con su debilidad financiera para poder satisfacer las necesidades turísticas. Esta es una cuestión que nos lleva al aún no asumido problema de la necesaria descentralización política y financiera que de más protagonismo a escala local.

La cuarta parte se destina al análisis de «Coyuntura de las Comunidades autónomas.» En este apartado se analizan de manera sistemática y homogénea las 17 Comunidades Autónomas y las dos Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla). Coordinado por Pere Antoni Salvá, se nos justifica que el buen año para el conjunto del país ha sido consecuencia de la mejora de los datos sobre número de turistas y gasto turístico en casi todas ellas. Esto no exime que sólo seis hayan acaparado el 90% del turismo de origen extranjero, cinco de ellas son destinos de sol y de playa, la restante es Madrid y tiene ese grado de atracción por su turismo de negocios y/o urbano. O que el turismo interior siga teniendo como principales destinos Andalucía, Cataluña y Valencia. Nuestra Comunidad Autónoma Andaluza sigue creciendo, además la demanda llegó a superar a la oferta, lo que parece indicar un cambio de tendencia en los desajustes existente en los años anteriores, pero tuvo como elementos negativos una leve reducción del gasto turístico y de la estancia media.

El quinto apartado se dedica a analizar la «Tipologías turísticas». Coordinado por Xulio Pardillas nos muestra, que se mantiene el enorme predominio del turismo de litoral, no obstante seguimos advirtiendo una tendencia creciente de nuevos productos como es el turismo urbano, rural, de golf y el náutico que son los que se analizan. En el primero destacan las iniciativas tendentes a lograr mejorar la calidad de los destinos mediante trabajos para implantar Normas de Calidad, la aprobación de los Planes de Dinamización de Productos Turísticos o la implantación del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED). En el segundo está mejorado enormemente, pero de manera muy diferente según las distintas comunidades autónomas. El rural

también se caracteriza no sólo por tener dispares evoluciones territoriales sino también por la dificultad de medir su impacto como consecuencia de la disparidad de indicadores y/o ausencia de ellos según el lugar. El de golf se caracteriza por su gran concentración en las zonas costeras mediterráneas y su crecimiento dependiente del desarrollo inmobiliario que suele acompañarle. Finalmente el náutico tuvo un importante crecimiento en sus vertientes recreativa y deportiva, sin embargo su relación con el turismo todavía presenta un despertar lento según se desprenden de las conclusiones de Gregorio Méndez.

La sexta y última parte de la obra es la tercera y última novedad. Consiste en que se ha introducido un capítulo titulado: «Diccionario» que coordinado por Enrique Bigné nos van a facilitar a partir de este año disponer de mayor claridad y precisión conceptual sobre términos que tienen una especial importancia para la actividad turística. Es una magnífica aportación ya que a mi juicio, uno de los principales problemas que padecemos es la polisemia de los términos que empleamos y falta de rigor y precisión que se deriva de su persistencia. De esta manera a partir de hoy tenemos más información de lo que suele ser usual en los diccionarios turísticos al uso sobre los conceptos «gobernanza», «planificación territorial estratégica», «imagen de destinos», «marketing relacional» y «redes neuronales», que son los que se comentan aquí.

La obra finaliza con el tradicional Anexo en el que recogen los principales datos estadísticos del sector, y las novedades de legislación turística.

En definitiva una magnífica obra, que reitero que considero de obligada consulta para todo aquel que desee conocer de manera precisa, las principales características de nuestra actividad turística.

JUAN CARLOS MAROTO MARTOS