

- La demanda turística española ha supuesto, entre 2005-2009, el 11% del PIB nacional.
- Entre 1995 y 2007 el empleo en el turismo creció a una tasa superior al 4,8%.
- El gasto medio de los turistas extranjeros en 2001 en el litoral español era del 65,8€, en 2008 descendió al 62,7€.
- Rehabilitar los destinos y generar nuevos productos turísticos en el litoral español generaría un crecimiento de ingresos turísticos de 18,5 millardos de euros en 2020.
- En la última década, el turismo rural creció el 159%.
- En el ranking de pernoctaciones turísticas europeas, Madrid ocupa la quinta posición y Barcelona la sexta, detrás de Londres, París, Berlín y Roma.

TODAVÍA HAY UN 10% DE LA POBLACIÓN QUE NO HA VIAJADO NUNCA FUERA DE SU PROVINCIA, UN 15% QUE NO LO HA HECHO FUERA DE SU COMUNIDAD AUTÓNOMA Y UN 48% QUE NO LO HA HECHO FUERA DE ESPAÑA

EL TURISMO ESPAÑOL

PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA de **FUNCAS** acaba de editar su **nº128** bajo el título “**EL TURISMO EN ESPAÑA**”. El profesor **J.R. Cuadrado Roura**, de la **U. de Alcalá**, ha coordinado su publicación, con la colaboración de **Mª Jesús Such**, de la **U. de Alcalá** y **Mª José Moral**, de la **UNED**.

Los **21 artículos** del monográfico de **PAPELES** abordan los rasgos de la **actividad turística** desde el punto de vista **económico** y del **empleo** y también en relación con los **problemas** de **sostenibilidad** del **modelo turístico español** y de la **competitividad** frente a las ofertas de otros países; la **política turística** de los últimos años y las posibilidades que ofrece la **cooperación internacional**; el análisis de los **cambios y tendencias** y los **problemas y rasgos** que caracterizan la **estructura** y el **comportamiento** de las **empresas turísticas españolas**, particularmente las **hoteleras**.

CIFRAS DEL TURISMO ESPAÑOL

Los profesores **J. Ramón Cuadrado Roura** y **J. Mª López Morales** de la **U. de Alcalá**, acorde con la información que proporcionan las **Cuentas Satélite del Turismo en España (CSTE)**, señalan que, en el periodo **2005-2009**, la contribución de la **demanda turística** ha supuesto, como media, alrededor del **11% del PIB nacional**; ha generado un **elevado volumen de empleo**, que se estima actualmente en **2,1 millones de ocupados** y en cualquier caso, el **volumen de ocupación** que se asigna a las **actividades turísticas** equivale al **11,5% del empleo total** de la **economía española** y al **15,5% del empleo total del sector servicios**.

En su conjunto, entre **1995** y **2007** el **empleo en el turismo creció** a una **tasa media** del **4,8%**, frente al **3,2%** de la **ocupación** en este conjunto de la **economía**. Pero, en **2009** el **empleo total** de las **industrias turísticas** registra ya una **tasa negativa (-2,4%)**, frente a una **caída** en el **total del empleo español** del **-7,3%**. En total, el **empleo dedicado** a las **ramas más directamente turísticas** ha sufrido una **pérdida** de **118.000 empleos** entre el **tercer trimestre de 2008** y el **mismo trimestre de 2010**.

Por otro lado, entre **2000** y **2010** los **residentes en España** realizaron un **promedio anual** de **162 millones de viajes**, de los cuales el **5,8%** correspondió a **viajes al exterior**. Asimismo, entre **2004** y **2009** el **gasto promedio anual** de los viajes de los **residentes a otros países** fue de **7.500 millones de euros**, lo que significa que el **gasto medio anual** por **viajero** fue de **746 euros**.

Por último, los profesores **Cuadrado Roura** y **López Morales** indican en el **nº128** de **PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA** como uno de los **puntos negros** del **turismo** es, sin duda, el **bajo nivel de productividad** que muestran algunas de sus ramas más características, como la **hostelería** y la **restauración** y que los datos certifican que la **industria turística en España**, sigue siendo un **soporte insustituible** de la **economía española**.

EL EMPLEO TURÍSTICO EN ESPAÑA

Miguel Ángel Malo, de la **U. de Salamanca**, destaca **tres aspectos** sobre el **empleo turístico en España**: su **importancia crucial** para el **empleo total** en **España**, la **elevada temporalidad** del **sector** (por la fuerte estacionalidad de su actividad económica) y la **gran importancia** de las **pequeñas empresas turísticas** en la **creación de empleo**.

Efectivamente, el **bajo nivel de productividad** caracteriza a la mayor parte de las actividades turísticas, que además registraron **tasas medias de variación** de la **productividad laboral** con **signo negativo** a partir de **2001**. La **elevada temporalidad** de los empleados que trabajan en el ámbito del turismo **afecta especialmente** a aquellos que

mantienen una **débil vinculación** con el **sector**, como muestra el análisis de las trayectorias laborales de los ocupados. El tercer rasgo es que los **datos no avalan** que las **pequeñas empresas turísticas lideren** la **creación de empleo** en el **sector**, sino que son las **empresas con más de 51 trabajadores**, y en particular las de **más de 250 trabajadores**, las que explican las tasas de **creación bruta de puestos de trabajo**.

LA INSOSTENIBILIDAD DEL MODELO TURÍSTICO ESPAÑOL

El profesor **Juan Ignacio Pulido, U. de Jaén**, mantiene en el nº128 de los **PAPELES de FUNCAS** que el **modelo tradicional del turismo español** está **agotado** y es **insostenible**, coincidiendo en la **necesidad de introducir los principios básicos de la sostenibilidad** en toda la cadena de valor del **producto**, del **viaje** y del **destino**.

Pulido señala como **factores clave** explicativos de la **insostenibilidad del modelo turístico español**: la **pérdida de la cuota de mercado de España en el contexto internacional**; la peligrosa **dependencia de la turoperación** y de las compañías **aéreas de low cost**; la **deslocalización residencial** trectora de un **crecimiento urbanístico insostenible**, pero justificado por el turismo; la falta de **conocimiento para la gestión turística** y las **dificultades financieras** seculares en los **municipios españoles**.

Muestra, asimismo, que en general, han **aumentado** las causas de la **presión hacia la insostenibilidad del turismo en España**. Respecto a **2000**, sólo **tres comunidades autónomas (País Vasco, Madrid y La Rioja)** mejoran su **posición en 2008** en el **ranking relativo**, mientras que **cinco empeoran** su situación (**Castilla la Mancha, Murcia, Galicia, Navarra y Asturias**). Las **regiones que presentan los registros más negativos** son, por este orden, **Baleares, Canarias, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cantabria**.

TURISMO DEL LITORAL: LA APUESTA POR UNA NUEVA CULTURA

Óscar Perelli del Amo, de **EXCELTUR**, precisa que es **necesario** optar por una **nueva cultura de trabajo turístico** en el **litoral** que ofrezca mejores **resultados económicos, ambientales y sociales**.

Cabe decir que el **turismo del litoral español** ha padecido una suerte de “**ilusión por la afluencia de turistas**”. Lo cierto es que la **llegada de turistas extranjeros** y los **viajes de los españoles a Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Murcia y la Comunidad Valenciana** han experimentado un **continuo crecimiento** en el periodo **2001-2008**. Concretamente se cuantifica en **siete millones el incremento** en el **volumen de afluencia turística** a estas zonas del litoral durante este periodo, desde los casi **122 millones** registrados en **2001** a los **129 millones** con los que se cerró **2008**; si bien, el **número total de pernотaciones** de la demanda en las comunidades del litoral en el total de alojamientos ha **descendido** de los **843,3 millones** que registraba en **2001**, a los **839,2** de **2008**.

Mientras en **2001** el **gasto medio diario real** de los **turistas que visitaron el litoral** a precios de **2006** era de **65,8 euros**, en **2008** ya había descendido hasta los **62,7 euros**. Y como **consecuencia** de la combinación de la **caída** en las **pernотaciones** y el **descenso** en el **gasto medio diario**, el **total de ingresos** derivados del turismo en las zonas del litoral se ha **reducido** en **casi 2.500 millones de euros constantes** durante los **años** en los que la **economía española** ha estado **creciendo a ritmos superiores al 2,5% de media anual**.

La evidencia disponible sobre la **última década** pone de manifiesto unos **resultados menguantes** de la **actividad turística del litoral español**, bajo un **paradigma empobrecedor** en el que se han recibido **más turistas**, pero han **permanecido menos tiempo** en los destinos y han **reducido su gasto diario en términos reales**, lo que ha supuesto una **reducción de 2.500 millones de euros en ingresos turísticos de 2001 a 2008**.

Comenzar a trabajar – apunta **Perelli** – en la **rehabilitación de los destinos** y la **generación de nuevos productos turísticos** supondría **incrementar el gasto medio diario real** de los **turistas** en estas zonas y el **número de estancias** en un **1,5%**. En definitiva, **acumular en 2020 un crecimiento** de los **ingresos turísticos de 18,6 millardos en términos reales** en estas zonas, un **38,9% superiores** a los del **litoral español**, que cerraron en **2009**.

OFERTA TURÍSTICA, POR CC.AA.

Eugeni Aguiló Pérez y **Francesc Sastre Albertí** destacan en el nº 128 de **PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA** de **FUNCAS**, que en **2009**, la **oferta de alojamiento turístico** reglado en **España** asciende a algo más de **tres millones de plazas**, de las cuales el **54%** corresponde a **oferta hotelera**, el **21,3%** a **campamentos**, el **19,4%** a **apartamentos** y el **5,4%** restante a **alojamientos de turismo rural**.

La **distribución de la oferta por comunidades autónomas (CC.AA.)** pone de manifiesto la gran **concentración** en el **litoral mediterráneo** y en los **archipiélagos**, que agrupan el **76%** de la **oferta total**, donde **Cataluña** ocupa el **primer lugar** debido al **elevado número de plazas en campamentos turísticos**. A continuación, se sitúa,

Andalucía, y posteriormente los **archipiélagos balear y canario**. En cuanto al **alojamiento hotelero**, la **especialización** corresponde a **Baleares, Cataluña y Andalucía**, mientras que en **Canarias destaca la oferta de apartamentos turísticos**.

En relación con el **crecimiento**, cabe destacar a la **Comunidad de Madrid** (con un **aumento de la oferta del 60%**, debido al **desarrollo del turismo urbano**) y aquellas comunidades donde la **oferta era reducida** en el año **2000**. También, como consecuencia de la **expansión del turismo rural**, han visto **incrementar su oferta Asturias (44%), Castilla-La Mancha (88%), Extremadura (33%) y Navarra (36%)**. Por su parte, el **País Vasco**, que en **2000** ya contaba con **17.000 plazas**, ha pasado a **28.000**. En cuanto a **Andalucía**, que ya disponía de una **abundante oferta** en el año **2000**, ha **aumentado** de forma considerable esta en **todos los segmentos**, con un **crecimiento** en su conjunto del **40%**. Finalmente, los **dos archipiélagos** son los que soportan una **menor expansión**, siendo **Baleares**, con un **3%**, y **Canarias**, con un **13%**, **ejemplos del estancamiento del turismo vacacional tradicional**.

En el **turismo rural**, que ha **crecido** de forma **exponencial** en la **última década (159%)**, ocupan los **primeros lugares Castilla y León, Cataluña, Asturias y Cantabria**.

LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA Y EL TURISTA FIEL

Joan Mesquida Fernando, actual **Secretario General de Turismo**, sintetiza los **objetivos y orientaciones** más recientes de la **política turística del Gobierno**. El **Plan Horizonte 2000** constituye **medidas destinadas** a acelerar la **modernización de la oferta** y a **amortiguar los efectos de la crisis internacional**. Su **hoja de ruta** apunta hacia el **fortalecimiento de la innovación**, la **mejora de la productividad** y de la **sostenibilidad sobre la base del valor del cliente**.

La existencia de un **turista fiel**, que **no duda** en **optar por España** a la hora de **realizar sus viajes**, lo avala la **evolución del turismo español** que, **después de dos años difíciles**, ha experimentado un **aumento** en el número de **turistas no residentes del 1% en 2010**, alcanzando los **52,7 millones**.

El **comportamiento del turismo extranjero** —las **pernoctaciones** y el **gasto**— confirman esta **evolución favorable** de la **demanda turística al crecer** respectivamente un **8,1%** y un **2%** en **2010**. En cuanto al **gasto total por persona** desde **2008**, revela que **España recibe** de manera **paulatinamente creciente** a **turistas con un perfil de gasto mayor**.

Contar con un **contingente estable de turistas fieles y satisfechos** — comenta **Mesquida** —, que se sitúa en una **magnitud cercana a los 53 millones anuales** — poco menos de **cuatro veces la cantidad recibida por Grecia**, **cinco la de Egipto** y **ocho la de Marruecos** —, resume en **gran medida los logros alcanzados por el turismo español**.

CONOCIMIENTO ESTADÍSTICO DEL TURISMO

Vicente M. Monfort Mir y **Teresa Guardia Gálvez** (**Instituto de Estudios Turísticos**) muestran la importante labor que desde el **IET** se está realizando para producir **información fiable** sobre los **flujos turísticos**, a través de las **estadísticas de movimientos turísticos en fronteras** (**Frontur**), de los **movimientos turísticos de los españoles** (**Familitur**), del **gasto turístico de los no residentes** (**Egatur**) y de otras encuestas y explotaciones estadísticas.

LA COOPERACIÓN AL DESARROLLO A TRAVÉS DEL TURISMO

Matías González y **Carmelo León**, **U. de las Palmas de Gran Canaria**, examina la **cooperación española al desarrollo** a través del **turismo** en el **contexto global**. La evidencia revela que **España lidera la cooperación basada en el turismo**.

EL **turismo**, al mismo tiempo que se erige como **primera industria global**, ha sido reconocido como un **importante propulsor de crecimiento económico y social** para el **mundo en desarrollo**. En **2000** — destacan los autores en el **nº 128 de PAPELES DE ECONOMÍA** — el **turismo ocupó el tercer lugar** entre los **sectores exportadores de los países en desarrollo**, con el **35%** del **total de las entradas de turistas**. En el **conjunto de los 48 Países Menos Desarrollados**, entre **2000 y 2010** las **entradas de turistas se elevaron** desde los **6 a los 17 millones**, mientras los **ingresos por turismo** lo hicieron desde **tres mil a 10 mil millones de dólares**. En los **doce países** que son **residencia del 80% del Planeta**, el **turismo es una actividad relevante y de vigoroso crecimiento**.

COMPORTAMIENTO TURÍSTICO DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA

Teresa Garín Muñoz, **UNED**, y **María José Moral Rincón**, **UNED** y **FUNCAS**, comentan en la publicación de **FUNCAS** que la **participación turística de los residentes está por debajo** de la que presentan la **mayoría de los**

países de su entorno. De acuerdo con los últimos datos de la **Cuenta Satélite del turismo en España**, el turismo generó un **10,5%** del PIB y representó un **10,8%** del empleo total.

Es destacable que aún existe un **porcentaje** importante de **población (10%)** que **no ha viajado nunca en su vida fuera** de su **provincia**. Ese porcentaje **aumenta** al **15%** cuando nos referimos a **personas que no han viajado nunca fuera** de su **comunidad autónoma**, y al **48%** si nos referimos a los que **no han viajado nunca fuera** de **España**. **Tasas de participación** muy distintas entre **comunidades autónomas**.

Entre los individuos que **viajan** alguna vez **fuera** de **España**, la mayoría (**66,5%**) lo ha hecho por **turismo de ocio**, el **13,7%** para **visitar parientes o amigos**, el **7,0%** para **estudiar**, el **6,9%** por **motivos profesionales** o de **negocios**, el **5,1%** para **trabajar** como **emigrante** y el **0,7%** por **motivos relacionados** con el **deporte**.

Las **comunidades autónomas** donde **mayor porcentaje** de **población** ha **viajado fuera** de **España** son **Cataluña (67,2%)** y **Navarra (65,4%)**. Aquellas en las que **menos** de sus **habitantes** han viajado fuera de **España** son **Castilla-La Mancha (30%)** y **Murcia (39,2%)**.

En general, los **individuos** que **residen** en **CC.AA.** con **mayor nivel** de **renta** presentan **mayores tasas** de **participación** en **turismo**. Por ejemplo, **País Vasco, Cataluña, Madrid** y **Navarra** ocupan los **primeros puestos** en **términos** de **propensión** a **viajar** de sus **residentes**.

BENCHMARKING DE DESTINOS TURÍSTICOS

Las **exigencias** de calidad y la **relación calidad-precio**, así como de la **oferta** del **entorno** en particular, ocupan hoy un **lugar prioritario** en la **toma** de **decisiones** de los **turistas potenciales**. Por este motivo, el **benchmarking** (término que podría traducirse como “la **evaluación comparativa**”) ha experimentado una **creciente difusión**, de la que se ocupan los profesores **Juan José Blázquez Resino, Águeda Esteban Talaya** y **Arturo Molina Collado** (U. de **Castilla -La Mancha**).

Su aplicación al **turismo**, en un **entorno** cada vez **más complejo, exigente** y **competitivo**, debe **conducir** a **mejorar** la “**diferenciación**” de la **oferta turística**, con especial atención al criterio de la **calidad**; contemplando **no sólo** los **destinos** de **sol** y **playa** sino **también** el **turismo rural**, y el **turismo urbano** y **cultural**. El **benchmarking** se presenta, así, como un **instrumento fundamental** para la **mejora** de la **oferta** tanto en lo que atañe a la **oferta turística** empresarial como en cuanto a las **condiciones** y **atractivos** de las **distintas áreas**.

TURISMO URBANO, EN ESPAÑA

Salvador Antón Clavé, U. Rovira i Virgili, especifican en el **nº 128** de los **PAPELES** de **FUNCAS** como en **España**, los principales destinos del **turismo urbano** son **Madrid** y **Barcelona**, seguidos de **Palma de Mallorca, Valencia, Sevilla** y **Granada**.

Madrid y **Barcelona** ocupan, en **2009**, **posiciones relevantes** a **escala europea**. **Madrid** se sitúa en la **posición quinta** en número de **pernoctaciones** y **Barcelona** en la **posición sexta**. Tienen por delante a **Londres** (con **45 millones** de **pernoctaciones**), **París** (con **33,9 millones**), **Berlín** (con **18,9 millones**) y **Roma** (con **18,6 millones**). Por **detrás** de las dos **ciudades españolas** se sitúan, entre los diez primeros destinos urbanos europeos, **Praga, Viena, Munich** y **Ámsterdam**, todas ellas con menos de **doce millones** de **pernoctaciones** en **2009**.

Clavé observa que las **dos mayores aglomeraciones urbanas** presentan unas **estancias medias** en **hoteles** de **2,24 noches** en el caso de **Barcelona** y **1,91 noches** en el caso de **Madrid**. La **estancia media** es **superior** a **tres noches** en las **capitales insulares** (en el caso de **Palma de Mallorca** es de **4,7**). En las ciudades con larga **tradición vacacional** se obtienen valores de **1,89** en el caso de **Málaga** y de **2,07** en **Alicante**.

Las **ocupaciones más elevadas** las obtienen **Barcelona (69,1%)** y **Madrid (60,9%)** además de **Palma de Mallorca (67,2%)** y, de manera excepcional respecto al resto de ciudades de sus grupos, **Bilbao (60,9%)** y **Córdoba (61,5%)**. Únicamente **Bilbao** y **Sevilla** presentan **tarifas medias superiores** a los **80%** euros en **2009** además de **Barcelona (108,5 €)** y de **Madrid (99,7 €)**.

TURISMO CULTURAL, NACIONAL

En **España**, según **datos** del **Instituto de Estudios Turísticos (IET)**, el **volumen** de **turistas internacionales** – señala el profesor **Luis Cesar Herrero** en el **nº 128** de **PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA** – que realizan **actividades culturales** serían aproximadamente **28 millones** en **2009**, y representan un **65,9%** del **total** de **turistas**.

El IET estima que el **número** de viajes de **residentes realizados** por **motivos culturales** fueron **12,6 millones** durante **2009**, lo cual supone un **13,7%** del **conjunto** de viajes en el **segmento** de ocio, recreo y vacaciones, y un **7,4%** del **total** de viajes efectuados en ese año.

La oferta de los **atractivos culturales** se concentra en **Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía**, más la **Comunidad de Madrid**. En conjunto, estas regiones **acumulan** el **51%** de los **museos y festivales** de España. **Posteriormente**, aparecen con **cifras significativas** las comunidades de **Castilla y León y Castilla – La Mancha**.

Resalta el **crecimiento** de la **oferta cultural** entre **2004 y 2009** de las **regiones interiores**, sobre todo **Castilla –La Mancha, Extremadura, Castilla y León**, más **Murcia y Galicia**, mientras que las **regiones litorales y Madrid** registran **ascensos menores**.

La **procedencia** de los **turistas culturales** es fundamentalmente **europaea**, sobre todo **británicos, franceses y alemanes**, y los lugares de **destino preferidos** son **Cataluña**, que se lleva el **28,4%** de las **entradas**, y las **comunidades** de **Baleares, Andalucía, Madrid y Canarias**, es decir, los **enclaves más habituales** de atracción del **turismo internacional**. En **conjunto**, estas **regiones** acaparan el **82%** de las **visitas internacionales**.

TURISMO Y PROTECCIÓN DE ESPACIOS NATURALES

La **cobertura** de **espacios naturales**, referida a **2009**, efectuada por la legislación española alcanza el **12,1%** de la **superficie terrestre**, si bien **no llega** al **1%** de la **superficie marina**. Tal y como sucede a **escala global**, los porcentajes anteriores revisten una marcada **heterogeneidad a nivel regional**. En este sentido – indican **Antonio Riera Font y Aina M. Ripol Penalva, Centre de Recerca Económica** –, la meta de **proteger** como **mínimo una décima parte** de la **superficie terrestre** en **2010** se habría **cumplido** por **once** de las **diecisiete comunidades autónomas**, con unos porcentajes que oscilan entre los **más ajustados** de la **Comunidad Valenciana (10,1%) y Galicia (11,9%)** y los **más elevados** de **Canarias (42,6%), La Rioja (33,1%) y Cataluña (30,1%)**. En el extremo de la **distribución** se encuentran, entonces, los grados de **cobertura inferiores** registrados en **Murcia (6,1%), Castilla-La Mancha (4%) y Aragón (3,2%)**.

TURISMO RURAL: SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS

En apenas una **década**, en **España** ha **aumentado** la **oferta** del **turismo rural** en **más de 100.000 plazas**, hasta alcanzar en **2009** un total de **149.594 plazas**.

Castilla y León – señalan los profesores **Luis Valdés y Eduardo A. del Valle, U. de Oviedo** – es la **comunidad autónoma** que **concentra** el **20,3%** del **total** de **plazas** de **alojamiento rural**, le siguen **Asturias y Cataluña** ambas con el **10,2%** del **total**. Ya con cifras entre el **6%** y el **7%** se encuentran **Cantabria, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Andalucía**.

El **turismo rural** supone en **2009** el **9%** del **total** de **alojamientos** y el **5,2%** del **total** de las **plazas ofertadas** en **España**. En **2009** a pesar de la **caída del 6,5%** en el **total** de **viajeros** en **España**, la demanda en **turismo rural** obtiene un **crecimiento** del **3,5%**, siendo el **único** tipo de **alojamiento** que **crece**.

Siete comunidades autónomas registran ocupaciones por **encima** de la **media nacional**: **Baleares, País Vasco, Cantabria, Cataluña, Navarra, La Rioja y Canarias**.

TURISMO CINEGÉTICO Y PESQUERO

Aunque las **cifras** del **turismo cinegético** sean todavía **modestas**, como señala el profesor de la **U. de Extremadura Juan Ignacio Rengifo Gallego** en el nº128 de **PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA** de **FUNCAS, Extremadura** y, sobre todo, **Castilla –La Mancha**, disfrutan ya de una **demand**a muy **notable** en este terreno. En el **primer caso**, los **cazadores** provenientes de otras **CC.AA.** alcanzan más del **22%** del **total**, y en caso de **Castilla La Mancha** dicho porcentaje se situó, según los últimos datos disponibles, en el **49%**. En ambas regiones, la presencia de **cazadores** provenientes de **otros países** representa en torno al **2,6%** del **total**.

Por su parte, el **turismo pesquero**, tema que analizan **Xulio Pardellas, Carmen Padín y Sara Aboy (U. de Vigo)** está todavía en una **fase** de **desarrollo** muy **primaria**. **Galicia, Andalucía, Asturias y Canarias** lideran las **iniciativas** en este campo, que sin embargo **no son siempre exitosas** debido a la **falta** de **implicación** de los **pesca**dores profesionales y a cuestiones relacionadas con la **gestión** de unos **proy**ectos que, aun estando bien diseñados, han **carecido** a veces de **apoyos institucionales** y de una **adecuada comercialización**.

Por ejemplo, los **ingresos** por **turismo pesquero** nunca superaron el **5%** de los **totales** por **embarcación** en **Galicia** y podrían alcanzar el **8-10%** en las regiones **europ**neas.

LA EMPRESA TURÍSTICA ESPAÑOLA: COMPETITIVIDAD, INNOVACIÓN, RENDIMIENTO, RETOS E INTERNACIONALIZACIÓN

Cesar Camisón Zornoza y **Beatriz Pores Julian (U. Jaime I)** subraya que los **precios**, la **calidad** y la **diferenciación** de la **oferta**, junto a una serie de **factores intangibles**, representan hoy un **papel decisivo** para que las **empresas turísticas españolas** puedan seguir siendo **competitivas**.

La mayor capacidad de la **posición competitiva** de la **empresa turística española** – señalan los autores en el **nº 128** de **PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA** – se encuentra en su **dotación de competencias distintivas**, que por sí solas explican el **64,8%** de la **variabilidad** de la **misma**. El **stock de activos intangibles** de la **empresa turística española** (capacidades en innovación y tecnología, marketing, recursos humanos y cultura organizativa) es el **factor crítico** para garantizar su **competitividad internacional**.

Por su parte, **M. Pilar Alberca Oliver, Laura Parte Esteban (UNED)** y **María Jesús Such Devesa (U. de Alcalá)** muestran la **necesidad** de **incorporar** con mayor intensidad las **nuevas tecnologías** a las **empresas turísticas**, donde el esfuerzo realizado no se ha rentabilizado hasta ahora. Apuntan claramente a que la **necesidad** de **introducir cambios importantes** afecta, sobre todo, al caso de las **PYME hoteleras**, que son las que realmente **dominan el panorama español**.

La **dispar evolución** de **capacidad, demanda hotelera, inversión en nuevas tecnologías, rentabilidades y márgenes** de las **empresas hoteleras** ha producido una **caída** en la **productividad**: el **rendimiento** de las **empresas**, estimando esta a partir de una muestra de empresas hoteleras con información auditada, ha **disminuido** en valor medio un **2,3%** en el periodo **2000-2005**, siendo atribuible este descenso al cambio técnico, que ha **operado** en este caso en **sentido negativo**.

El profesor **José Miguel Rodríguez Antón (U. Autónoma de Madrid)**, recuerda, en la publicación de **FUNCAS**, que los **establecimientos hoteleros** que cuentan con menos de **250 empleados** representan el **98,4%** del **sector**. Y, dentro de dicho grupo, las **microempresas hoteleras** (de 0 a 9 asalariados) representaban en **2010** casi el **79%** del **total**, aumentando incluso la representación que tenían hasta mediados de la década de los 2000. Entre las **debilidades** de los **establecimientos hoteleros** calificados como **PYME** destacan **tres frentes problemáticos**: el **financiero**; el relacionado con temas **operativos**, y, por último, las **cuestiones comerciales**.

No obstante, en **2010** se van **recuperando** algunos **importantes indicadores** de la **competitividad hotelera** en **España**. Así, los **ingresos por habitación disponible** y la **estancia media** han **mejorado**. Sin embargo, no ha ocurrido lo mismo con la **tarifa diaria media**, que ha **disminuido** en la **práctica totalidad** de las **categorías hoteleras existentes**. Las **microempresas hosteleras** son las que logran los **menores ingresos** por habitación (**11 euros** los **hostales de una estrella playa**) y los que poseen unas **menores tarifas diarias medias** (**36,8 euros** por **habitación**), consiguiendo retener a sus **huéspedes dos días y medio**, poco más que los **2,4** de los **hoteles de una estrella oro** o los **2,3** días de los **hostales de tres y dos estrellas plata**, y **lejos** de los **tres días y medio** de los **hoteles de tres estrellas oro**.

Eduardo Parra López y **Agustín Santana Talavera (U. de La Laguna)**, sugieren entre los **posibles remedios** a esta **situación** de las **PYME** del sector la **cooperación** con **otros actores** de la **estructura económica turística** y de **otros sectores**. A escala **internacional**, esta vía de **alianzas** entre **empresas** ha dado lugar a **mejoras** en la **calidad del servicio prestado**, **mayor difusión** de sus **actividades** y una **mayor visibilidad**.

En cuanto al **futuro** de las **empresas turísticas españolas** y su proceso de **internacionalización**, dicha decisión nació hace bastantes años como señalan **Oana M. Driha** y **Ana Ramón-Rodríguez (U. de Alicante)**, pero se ha ido consolidando desde **mediados** de los **noventa** hasta la **fecha**. Durante esta **última década**, las **cadena**s han **expandido** y **diversificado** el **abanico de países** en los que **operan**, principalmente **Europa** y **Estados Unidos**. En efecto, si en **2000** había **375 hoteles foráneos asociados** a **cadena**s **hoteleras nacionales**, de los cuales el **88%** presentaba una **especialización vacacional**, en **2008** ya son **más de 800** los **hoteles gestionados** por **nuestras marcas** fuera de **nuestras fronteras**, y sólo el **57%** de ellos con **orientación claramente vacacional**.