

- 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** tractora 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 **pescadores** profesionales y a cuestiones relacionadas con la **gestión** de unos **proyectos** 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 **europaeas**.

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

Cesar Camisón Zornoza y **Beatriz Pores Julian (U. Jaume 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**.