

# TURISMO Y DESARROLLO: UN PLANTEAMIENTO ACTUAL

J. Fernando Vera Rebollo y Manuel Marchena Gómez\*

## 1. INTRODUCCION

Los conceptos turismo y desarrollo han sido tratados habitualmente con excesivo determinismo, hasta el punto de que lo uno implica lo otro linealmente, o con demasiada arbitrariedad. No conocemos ningún caso mundial en que el turismo por sí sólo se haya constituido como motor del desarrollo económico, e incluso distintos autores señalan el desconocimiento que existe sobre este papel inductor, tanto en su alcance como en sus límites. Todo ello a pesar de que se cuenta con experiencias interesantes, incluso planificadas (sirva al respecto la ordenación del Languedoc-Roussillon; vid Cazes, 1972). Precisamente, y, siempre sobre el examen de parámetros macroscópicos de la estructura económica, ha sido en los países mediterráneos en general, y en España en particular, donde la aportación del turismo ha resultado trascendental para el desarrollo económico; pero jamás como motor o vértice estructural.

---

\*J. Fernando Vera Rebollo, es Doctor en Geografía y Profesor Titular de Análisis Regional en la Universidad de Alicante. Manuel Marchena Gómez, es Doctor en Geografía y Profesor Titular de Análisis Regional en la Universidad de Sevilla.

La España de 1990 no sería tal sin los treinta años de instalación del fenómeno de recepción turística (modelo cuantitativo de recepción turística), que ha afrontado desde finales de la década de los cincuenta. Está suficientemente demostrado (vid Muñoz Ciudad, 1987; Martínez Serrano y otros, 1987; Alonso, 1988; Marchena, 1989) que el turismo es un sector clave del sistema económico español, ya que los ingresos provenientes del mismo han sido, y siguen siéndolo aunque en menos cuantía por la aceleración de nuestra desbocada demanda importadora, el factor más importante de ajuste en la crónicamente deficitaria balanza de pagos.

Nuestra capacidad instalada industrial ha podido renovarse, nuestra estructura productiva modernizarse por la aportación de los ingresos por turismo y, sin embargo, los efectos del turismo han sido tradicionalmente infravalorados, quedando reducidos, dentro de las estrategias de desarrollo de nuestro país, a un plano secundario (vid Pedreño Muñoz, 1989). Este papel es decisivo en la España actual y de ahí, que cuando se detecten ciertos ritmos de recesión o deterioro de nuestro producto turístico, los agentes sociales implicados se refieran de inmediato al término de crisis; dado lo fundamental, aunque no definitivamente percibido y asumido por la sociedad española, de la importancia del turismo en nuestra economía. El aportar sobre dos billones de pesetas en divisas, cerca del 10% del PIB y, un punto más, en cuanto a generación de empleo directo, con su consiguiente multiplicador de empleo indirecto (difícil de evaluar, pero temporalmente muy acentuado por el volumen de demanda que soporta España), indica la necesidad de un reconocimiento del turismo como entidad funcional específica y de gran importancia.

Pero este discurso señalado se vuelve radicalmente anticuado y no se acomoda a los vientos de una doble realidad a corto plazo:

- La integración económica de 1993 en el Mercado Único de la CEE, comporta riesgos y ventajas para España, lo mismo que la emergencia de nuevos competidores con los destinos clásicos, esencialmente del mundo subdesarrollado del espacio mediterráneo y de la Europa del Este, ahora regulado en buena parte por Bruselas perdiendo, por tanto, ventajas comparativas con otros receptores europeos.
- Se está produciendo actualmente una reestructuración económica internacional que comporta cambios por la introducción de nuevos patrones tecnológicos (tecnología sobre los procesos de producción más que sobre los productos). Existe cada día mayor marginación de buena parte de los flujos económicos punteros en un porcentaje altísimo (75%) del territorio mundial; y existe asimismo una profunda

internacionalización que origina concentración en las decisiones de poder, a pesar de una aparente desterritorialización de los procesos económicos (vid VVAA, 1989-I-).

Sobre tales perspectivas asistimos a mutaciones que están cambiando notablemente la idea, como veremos, de que el modelo de desarrollo turístico debe estar basado exclusivamente en la intensiva explotación de los recursos costeros medioambientales y, de la consiguiente venta continua y depredadora del territorio litoral. Este paradigma tiende a agotarse, a medio plazo, y ya ha comenzado a perder atractivo en los mercados turísticos internacionales. A través de lo anterior convendría poner en orden ciertas ideas.

a) El turismo es un fenómeno social, territorial y económico eminentemente extravertido y dirigido a la captación de flujos de divisas internacionales. Es un fenómeno singular de exportación porque es la demanda la que se desplaza para conseguir una oferta, que se halla habitualmente más allá de las fronteras nacionales y no viceversa, como es lo convencional en el tráfico de bienes y servicios en el comercio mundial.

De modo que los territorios receptores han incentivado, para financiar su desarrollo, la llegada de demanda internacional de los países emisores con mayor capacidad adquisitiva, tratando de ofrecer precios ventajosos comparativamente, y se despreocupan, necesariamente, por la falta de rentas posibles de la demanda efectiva interna, de lo que se denomina el turismo interno. Hasta que éste no despunta por propio crecimiento económico, como está ocurriendo en España en la última década.

b) Dicho modelo extravertido es el que ahora asumen los denominados nuevos competidores turísticos (caribeños, africanos, mediterráneos, asiáticos) que, sobre la base de la mayor competitividad por bajos salarios y servicios baratos, más exotismo, menores costes del transporte aéreo, menos masificación y mayor calidad ambiental, tratan de afianzar la financiación por vía turística (Túnez, Tailandia, Kenia, Cuba), como alternativa a estrategias más complejas y a largo plazo para la atracción de divisas e inversiones.

Ello es así por dos razones: la urgencia de divisas de los países subdesarrollados para realizar importaciones, más o menos necesarias para su desarrollo, o simplemente para cubrir la deuda externa; y la segunda, ya aludida, la necesidad de encontrar salidas a corto plazo a las irritantes carencias que sufren dichos países, dado que la evidencia empírica muestra

los sucesivos fracasos en variados proyectos de desarrollo, ya sea de índole más estructuralista o de condición neoliberal.

c) Así, hoy se mira con cierto temor por parte de los destinos clásicos -y entre ellos, no se olvide, una de las primeras potencias mundiales es España- la emergencia de estos competidores, especialmente tras la apertura del telón de acero en el Este europeo. Ello es así por las razones de índole exógeno ya expuestas, pero también influyen otras más internas y estructurales:

- Pérdida de competitividad de nuestro país como receptor turístico, debido a los precios y a la integración en la CEE, en concreto por temas como el IVA y el aumento de salarios.
- Cambios sustanciales en las tendencias de la demanda que, unido a lo anterior, no se satisface del producto turístico que se le ofrece (menos calidad a mayores precios, ya no del paquete turístico, sino de servicios turísticos en oferta receptiva).
- Búsqueda de productos turísticos específicos, oferta complementaria, autenticidad y, sobre todo, menor masificación y más calidad territorial y ambiental. En definitiva, ansiedad de la demanda por encontrar una oferta turística cualificada y diferenciada.

Se habla pues de crisis del modelo de desarrollo turístico y en nuestro país se asiste a un indisimulado nerviosismo en los agentes sociales implicados. Véase al respecto el Cuadro 1, donde se sintetizan las principales conclusiones que expertos, administradores y empresarios, reclamados por la administración central, recogieron en una serie de reuniones entre el 19 y el 20 de diciembre de 1989. Sobre todo, este cuadro pone de manifiesto un hecho: el turismo no es un sector de desarrollo acotado, sino la suma insumo o producto e intersectorial de variadas ramas de actividad, administraciones públicas e infraestructuras y servicios complementarios específicos y generales. Por tanto, es desde aquí donde hay que analizar su aportación estructural y productiva al desarrollo, y no exclusivamente desde el aporte de ingresos externos. Esa es la etapa que ahora asumen nuestros competidores. España se halla en otro momento del desarrollo de la economía turística, y no puede, ni por supuesto debe, competir con estos nuevos países turísticos, sino, ante todo, debe diferenciarse de ellos.

**Cuadro 1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LA SITUACION ACTUAL DEL TURISMO ESPAÑOL**

AREAS	PROBLEMATICA	RECOMENDACIONES
TRANSPORTE	Retraso y lagunas en sus redes y sistemas, que ocasionan inconveniencias a los turistas.	Especialización del transporte turístico. Mayor eficacia y complementariedad. Mejora de los servicios aéreos y aeropuertos.
INFRAESTRUCTURAS	Atraso en aeropuertos, carreteras, comunicaciones y equipamientos de las zonas turísticas. Problemática del ciclo hidrológico y de vertidos y residuos.	Incentivar la seguridad viaria y modernizar nuestro sistema infraestructural. Potenciar telecomunicaciones. Humanizar y embellecer la fisonomía de las áreas turísticas.
ALOJAMIENTOS	La oferta, en especial la extrahotelera, es excesiva en relación a la demanda. Mejora de su calidad y control de competencia desleal.	Oferta condicionada a la capacidad de carga de cada zona. Reconvertir la planta hotelera. Apoyar la oferta compelementaria y los hoteles de calidad. Desdensificar las plazas.
OFERTA COMPLEMENTARIA INCLUIDA EN «PAQUETE»	Se comprueban los elevados precios de los trenes y servicios no incluidos en los costes de los viajes «a forfait».	Debe fomentarse esta oferta, cuidando que sus precios no se disparen.
RECURSOS HUMANOS	La formación profesional y las enseñanzas turísticas no se adaptan como debieran a las necesidades reales, siendo su nivel insuficiente.	Mayor cualificación del capital humano turístico. Reforma de las enseñanzas turísticas. Los conflictos sociales no deben enturbiar nuestra imagen turística.
ADMINISTRACION PUBLICA	Bajo nivel de coordinación entre las distintas administraciones, por las muy diversas repercusiones sectoriales del fenómeno turístico. Importancia del municipio y de las comunidades autónomas.	Coordinación efectiva. Publicación de los calendarios laborales con antelación. Paridad realista de la peseta. Regulación competencial.
MEDIO AMBIENTE	El desarrollo turístico ha sido esquilante con el medio ambiente: Ruido, suciedad, desorden urbanístico e impacto paisajístico.	Diseño de planes integrados. Oferta Ajustada. La potencialidad de acogida del territorio.
MARKETING	Nuestro mercado es el europeo. Crecimiento del tiempo de ocio. Potencial crecimiento del turismo interior.	Investigar los cambios de la demanda. Estimular el Turismo Interior. Mayor promoción.

Fuente: Encuentro sobre el turismo español. Ministerio de Transportes y Comunicaciones. MADRID, dic. 1989. Elaboración Propia.



significativas y rentables a escala mundial, el turismo -entendido desde esa perspectiva compleja e intersectorial antes sólo introducida-, debe acometer también su reconversión. En casos como el español se trata de algo relativamente fácil de explicar, pero bien dificultoso de realizar; a saber, transformar nuestras consabidas ventajas comparativas estáticas, a escala mundial y sobre todo europea, en ventajas comparativas dinámicas.

Algunos datos nos deberían empujar a la reflexión. Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, más del 76% de los operadores que trabajan en el mercado español son propietarios de empresas turísticas localizadas en España, dominando de este modo, el ciclo completo de emisión y recepción, y drenándose fuera de los circuitos regionales los beneficios y utilidades originadas. Tanto es así, que de cada 100 pesetas que un turista alemán o inglés se gasta para hacer turismo en España, un 53% se queda en su país de origen. Por contra, está calculado que por cada plaza turística creada y que las transnacionales del turismo aprovechan en su beneficio con escasos riesgos, el erario público debe gastarse un millón de pesetas de 1986 por infraestructuras y servicios generales.

Hoy las ventajas comparativas reales y dinámicas se obtienen en el mercado mundial, no ya por la posesión de la materia prima -que España ha malgastado en parte en su desarrollo turístico- sino por la capacidad que tenga el territorio de diferenciarse tecnológicamente y de reorientar su productividad hacia las partes del proceso productivo que más valor añadido generan. Nuestras ventajas comparativas en el turismo mundial, -porque debe decirse que por de pronto, la parte sustancial que nos interesa es el turismo internacional y mantener el creciente turismo interior- no deben en ningún caso buscarse en planteamientos espurios, típicos de países periféricos: salarios a la baja, venta barata del recurso y exotismo controlado transnacionalmente. Lo conveniente es situarse en el mercado mundial, cada día más exigente, y satisfacer el potencial del propio país, a través de nuestra diferenciación de oferta, más capacidad de procesamiento tecnológico del producto, y en suma de un terciario cualificado y exigente. Todo ello supone en la práctica la sustitución de un modelo de turismo cuantitativo en una versión más cargada de productividad y valor añadido para la propia región o país receptor.

b) Puede afirmarse como ya se ha dicho (vid Prats y Manchón, 1988), que no puede existir hoy en España desarrollo económico autosostenido y eficiente, sin una actividad turística cualificada y rentable, contemplándose ésta como un área moderna de servicios, en el contexto de la terciarización de la economía internacional, «lo que permite además apostar por su futuro» (vid Pedreño Muñoz, 1989). Derramando sus efectos beneficiosos endógenamente, y

aportando obviamente el indefectible respeto que merece la no dilapidación del medio ambiente, que no es otra cosa que el capital fijo de la dinámica turística. En este sentido, la introducción de mayor aporte tecnológico o de nuevas tecnologías es trascendental en las actividades ligadas con el turismo (vid Torres Bernier, 1990) que ahora, sin ánimo de exhaustividad reseñamos:

- b.1) La información telemática tanto sobre el producto, que camina a convertirse en un producto personalizado y con segmentación cada vez más reducida, como sobre la organización del producto turístico, optimizando la gestión de reservas de alojamiento y de oferta complementaria.
- b.2) La gestión de las empresas turísticas, instalando un soporte informático y de capacitación del capital humano más eficiente y que, por tanto, ofrezca mejor producto, no ventajas comparativas por depresión de salarios o menor calidad del servicio.
- b.3) La producción misma del servicio turístico:
  - en la construcción y renovación de la planta instalada, sobre todo la hotelera (nuevos materiales y diseño territorial adecuado);
  - en la creación de espacios polivalentes de oferta complementaria;
  - y en la práctica más refinada y atractiva de la restauración.
- b.4) La creación de productos turísticos específicos notables, con capacidad de crear un importante valor agregado y la diversificación de servicios, como la talasoterapia y el turismo deportivo.
- b.5) Son los transportes, donde quizá los efectos pueden ser más evidentes y donde la mejoría del producto turístico puede crecer poderosamente. Se trata de situar a corto plazo temporal y con las menores molestias, receptores y emisores.
- b.6) Las infraestructuras, de las cuales su mejora y modernización es imprescindible para el turismo, y no exclusivamente importante. Sobre todo, las ligadas con el abastecimiento y depuración de aguas, con la accesibilidad de la demanda turística y con la gestión de los residuos sólidos y líquidos.

Tales estrategias para convertir a la actividad turística en cualificada y desarrollada, deben aplicarse desde el control consciente del dominio tecnológico, no desde la emulación de las prácticas de las transnacionales del

turismo (vid Molini, 1989). Porque, en principio y aparentemente, es difícil introducir al turismo en los procesos de la actual reestructuración tecnológica si no se arbitran medidas imaginativas y centros de investigación de las propias regiones turísticas: el turismo es una actividad basada en los servicios personales y el ocio activo, y no en la producción más o menos postfordista de cadena industrial convencional (vid Gaho, 1989).

c) Una de las claves actuales es la sobredimensión de la nueva oferta extrahotelera, sobre la cantidad de demanda efectiva, que de dudosa calidad, es asimilada por parte de los empresarios turísticos (*sensu stricto*), como la competencia desleal, al no estar regulada por la normativa turística y ser de exclusiva lógica inmobiliaria. Existen algunos matices destacables como el *timesharing* o la creciente consolidación del turismo residencial, clave para interpretar el disparo del proceso de construcción, orientado a la configuración de conjuntos residenciales, que singularizan el modelo turístico de la mayor parte de las costas mediterráneas. Así, la Subdirección de Planificación Turística estima que en España hay 10'5 millones de viviendas en zonas vacacionales o turísticas. De ellas un 60% negocian con alojamiento, ya sea por intercambio o alquiler estacional. Y de éstas últimas incluso 2'3 millones no disimulan figurar en el circuito público de oferta por medio de operadores y agencias.

Por tanto, nos encontramos con una competencia de alojamiento que dificulta la cualificación del sector, o la conduce por nuevos derroteros, más bien a su sumersión y, sobre todo, a la instrumentalización especulativa del sector. De lo que se trata es de sustituir los mecanismos especulativos, de pura lógica duramente inmobiliaria, por otros de tipo productivo, basados en la generalización de servicios de calidad.

En efecto (vid Quero y otros, 1987), la construcción ha sido uno de los sectores más beneficiados en el proceso de consolidación de la actividad turística, como generador de producción y empleo. Es otro comportamiento comparable de economía periférica: se controla y potencia la ejecución de la capacidad instalada y se deja al albur exógeno o defectuosamente regulado el diseño, el I+D y la comercialización.

El turismo define y configura las condiciones del sector inmobiliario en el litoral español mediterráneo y canario y logra el proceso de urbanización y edificación del territorio turístico en buena parte de las ocasiones, dada la dimensión de oferta de este tipo, al captar los recursos esenciales de acumulación turística a escala regional. Lo que pasa en la actualidad es que la rentabilidad inmobiliaria, el blanqueamiento de dinero de procedencia dudosa y los beneficios muy altos a corto plazo, han disparado el mercado

inmobiliario-turístico, por encima de la capacidad de atracción de flujos de demanda, sobre todo de tipo residencial.

Además, y sobre todo lo anterior, sucede que debido a la componente especulativa (creación de vivienda turístico-residencial y venta del edificio y territorio mal dotado, sin mayor adición de valor agregado de tipo realmente turístico) en que se ha movido la expansión de la actividad sobre todo en el último quinquenio, esta manera de desarrollo contribuye a rebajar su propia productividad y rendimiento y a distraer inversiones hacia el sector turístico propiamente dicho. Hasta tal punto es así, que algunas especializaciones «turísticas» se fundamentan exclusivamente en la producción de suelo urbano y construcción de alojamientos, de forma que desarrollo turístico es, para algunos municipios del litoral mediterráneo, sinónimo de concesión e ingresos en concepto de licencias urbanísticas (sirva al respecto el disparatado ejemplo de Torreveja, en el litoral survalenciano) (vid Vera y otros, 1990).

No puede consentirse por más tiempo que detrás de un pretendido rol turístico se escondan operaciones de suelo y edificación y éstas se sustenten irracionalmente en el crecimiento ilimitado de una demanda, considerada como poco segmentada y diferenciada. Así, el producto inmobiliario para uso empresarial en hostelería o para oferta complementaria turística, entra como factor en la formación del precio de servicio, de manera que la propia actividad de servicios, que puede cualificarse, se desequilibra entre la competencia únicamente inmobiliaria al tener que asumir sobrecostos especulativos, abandonándose, como ocurre ahora, o dejándose a la inversión extranjera, que significativamente no cesa de introducirse en nuestro sector turístico. De todos modos, dentro de tres años dejaremos de hablar de inversión extranjera, cuando ésta venga de los países miembros de la CEE.

Debería, en fin, romperse este círculo vicioso de acumulación con distintas acciones, (las primeras con responsabilidad del sector privado), y tender a encontrar un marco de planificación integrada y de coordinación de las diversas administraciones para frenar los procesos especulativos. Habría que ser decidido en la modificación de la Ley de Arrendamientos Urbanos, para controlar las residencias o segundas viviendas y regular el *timesharing*; así como adecuar la legislación del suelo, en la parte que le toque, al fenómeno de implantación territorial-turístico.

No obstante, el dilema entre una vía de crecimiento cuantitativo, basada en la venta de suelo y edificación, o la cualificación de productos turísticos, resulta cada vez más claro en la dinámica de los municipios turísticos. Algunos son enormes conglomerados de conjuntos residenciales que basan su

desarrollo en la construcción, pero ni siquiera aprovechan adecuadamente el Impuesto sobre Incremento del Valor de los Terrenos, para revertir las plusvalías generadas en este proceso.

d) Consideramos que los grandes enunciados sobre la aportación del turismo al desarrollo, o mejor, las implicaciones estructurales de esta actividad que comporta la integración de multiformes sectores, tienen que aplicarse indefectiblemente, no sólo a partir de estrategias de desarrollo global, sino fundamentalmente a través de los presupuestos del desarrollo regional. Por dos razones:

d.1) Parece oportuno, dado el proceso descentralizador español y la trascendencia de competencias relacionadas con el turismo (aunque otras de política económica general muy influyentes para la atracción turística, sean de competencia central), que fuera la región, en el caso español entendida como Comunidad Autónoma, el referente básico. Existen factores exógenos no controlables, pero se trata de cualificar desde la oferta nuestra capacidad instalada y de repercutirla sobre la demanda interesante para el desarrollo propio autosostenido. El desarrollo global de un país se debe a la suma de los desarrollos regionales obtenidos (vid Marchena, 1990-1-). Es evidente que las políticas turísticas desarrolladas por las Comunidades Autónomas, orientadas a la promoción y ordenación del sector, no pueden intervenir en los grandes condicionantes estructurales que determinan el turismo, tales como los tipos de cambio, los niveles de renta o la misma utilización del tiempo de ocio; pero, la ordenación del sector puede influir decisivamente en la demanda (vid Martín Sevilla, 1990).

d.2) También es imprescindible, porque tal planteamiento se muestra cada vez más explícito, que desde la perspectiva regional habrá que descender a las escalas micro de planeamiento y gestión para diseñar y recualificar el territorio del turismo. Ya que desde la óptica de receptor, no es tanto la calidad por ingresos de la demanda, como la cualificación valiente de la oferta. O dicho de una forma más general, el modelo de desarrollo turístico que se viene configurando a medio plazo, está determinado decisivamente por la clase de territorio turístico que se construye (vid Marchena, 1987; Vera, 1987).

De ambas cosas intentaremos una aproximación en el próximo epígrafe.

**Cuadro 2. POLITICA TURISTICA DE LAS COMUNIDADES AUTONOMAS \*(Según programas de desarrollo regional)**

COMUNIDADES	SITUACION ACTUAL DEL SECTOR	RECURSOS POTENCIALES PARA DESARROLLO DE ACTUACIONES	PAPEL ASIGNADO PDR RESPECTIVO	ACCIONES CONCRETAS
VALENCIA	Acusada especialización turismo litoral. Densificación áreas	Turismo Litoral/Turismo Rural Recursos histórico-culturales.	Valoración efecto multiplicador. Estrategia de especialización.	Ordenación del territorio. Conservación del medio ambiente. Turismo rural.
ANDALUCIA	Acusada especialización y densificación en Costa del Sol. Parques naturales.	Turismo Litoral/Turismo Rural/ Cinegético. Parques naturales. Recursos histórico-culturales.	Sector estratégico para aprovechamiento del potencial endógeno.	Recalificación áreas litorales. Desarrollo potencialidades.
EXTREMADURA	Carece de infraestructura.	Cinegético/Usos embalses / Turismo rural/Recursos hist.-culturales.	Aprovechamiento del potencial endógeno.	Promoción. Mejora de instalaciones.
CANARIAS	Factor básico del crecimiento económico. Déficits infraestructurales.	Litoral/Parques naturales. Recursos histórico-culturales.	Consolidación del sector.	Conservación recursos naturales. Creación de infraestructuras. Recuperar áreas en declive.
MURCIA	Muy limitado al Mar Menor.	Litoral/balneario/Turismo rural cinegético/recursos histórico-culturales.	Papel esencial como factor cualificador y de reequilibrio territorial.	Promoción. Fomento. Ordenación.
CASTILLA-LEON	Turismo itinerante. Algún núcleo veraniego.	Turismo rural/Usos embalses cinegético/montaña/ Recursos histórico-culturales.	Consideración del potencial. Diversificación del aparato productivo.	Promoción recursos. Incentivos oferta. Ayudas iniciativa privada.
CASTILLA-LA MANCHA	Turismo cinegético. Parques naturales.	Cinegético/Turismo rural. Uso embalse/recursos histórico-culturales.	Estrategia sectorial.	Ampliación e impulso de la infraestructura básica y oferta complementaria.
ASTURIAS	Núcleos litorales. Modelo emergente.	Litoral/montaña. Turismo rural. Recursos histórico-culturales.	Pilar para diversificar actividad economía regional. (Diversificar producción)	Favorecer crecimiento.
GALICIA	Area litoral con tradición veraniega. Modelo emergente.	Litoral/Balneario. Rutas histórico-culturales: C. de Santiago. Turismo rural.	Potenciación factor desarrollo endógeno.	Promoción de la oferta. Actuaciones C. de Santiago. Red de posadas. Red de balnearios.

Fuente: Elaboración propia. \* Sólo se consideran las CCAA Objetivo 1, salvo Ceuta y Melilla.



Hoy, y es un debate abierto, luego de las demostraciones de la evidencia empírica, prácticamente no se defienden las teorías desarrollistas-estructuralistas que planteaban los equilibrios sectoriales como escenario insustituible. De modo que las especializaciones conducirán casi inequívocamente a la deformidad estructural de la región. Los temores ante la monoproducción turística han amainado en la última década, por la creciente apertura e interdependencia de las economías nacionales (aunque interdependencias asimétricas) y, básicamente, porque enlazada con lo anterior, las economías regionales tienden a especializarse flexiblemente para poder introducir su producto, con avales de éxito en la durísima escena de mercado, no ya intrarregional sino internacional.

Así, se señala (vid Leira y otros, 1987) que la especialización turística como sesgo de la estructura económica regional puede no presentarse como debilidad. Al contrario, ante la crisis económica, manifiesta su comportamiento como bien de primera necesidad, es decir, que se mantiene la demanda de servicios turísticos, ya que la parte de ingresos anuales destinados a este concepto experimenta un aumento constante (vid Guibilato, 1983; Cals, 1989). Pero, debe ser a condición de que la implantación turística sea moderna, tanto en su modo de producción como en la calidad y diversificación de su producto. No basando la competitividad en el clima como materia prima en exportación y en la diferencia de precios como principal incentivo de captación. Y lo que es peor, quedando ociosos todo tipo de eslabonamientos hacia adelante y hacia atrás del producto turístico, en una capacidad instalada hecha sobre la base de una altísima inversión, con la consiguiente limitación del efecto multiplicador en renta y empleo de la actividad. Son, por lo mismo, los mecanismos especulativos en torno al factor suelo los que detrayendo esfuerzos y recursos de la organización de la oferta limitan, no únicamente el crecimiento de la demanda, sino su explotación más enriquecedora para la economía regional. Es un despilfarro económico, ya que las economías nacionales y regionales de España asumen la captación de un enorme volumen de demanda que se tendrá que ver satisfecha con la oferta ejecutada con cuantioso esfuerzo público y privado, para sólo retener las partes menos considerables de utilidades y plusvalías producidas en ese proceso económico.

### **3.1. Desarrollo turístico desde la perspectiva regional: síntesis del caso español.**

Las políticas de promoción y fomento del turismo son comunes a todas las Comunidades Autónomas, pero los problemas relativos a la ordenación del sector varían sustancialmente entre las diferentes regiones, en relación

directa con el tipo de recursos promocionables o atractivos propios del territorio, y con la importancia que esta actividad presenta en la estructura regional (factor estratégico, cualificador o diversificador, actividad renovadora o innovadora).

Ya se ha señalado que, como política sectorial de las Comunidades Autónomas, las políticas turísticas que éstas desarrollan se centran en la promoción y ordenación del sector, sin posibilidad de intervenir en los grandes condicionantes estructurales que determinan el turismo; conviene tener presente al respecto que las políticas instrumentales siguen siendo competencia del Estado (fiscal, monetaria, tipo de cambio) (vid Sevilla Gimenez, 1990). No obstante, las actividades de promoción, labor a la que el Gobierno Central destina una parte de los Presupuestos Generales del Estado (16.932 millones en 1988), se ven complementados con la ordenación y modernización del sector en Comunidades como Cataluña, Valencia, Canarias y Andalucía. Otras menos desarrolladas en este aspecto, como en el caso de Asturias, han centrado sus actuaciones en el impulso a la formación de nuevos centros turísticos o desarrollo de zonas turísticas en el medio rural.

Desde este planteamiento de las competencias de las Comunidades Autónomas en turismo, que permite concretar diferentes estrategias, hay que tener muy en cuenta la incidencia que tienen en el tema otras políticas sectoriales, por el hecho, que señala M. Sevilla, de que esta política turística desborda los límites de una política sectorial cualquiera. Especialmente interesa conocer los efectos de los instrumentos de ordenación del territorio y urbanismo, ya que el régimen del suelo, la estructura de los asentamientos y el trazado de las infraestructuras, afectan muy especialmente al futuro desarrollo turístico, como a cualquier otra actividad económica que se desarrolla sobre un territorio. Hasta tal punto que se debe hablar de una lógica territorial del desarrollo turístico, puesto que los procesos de articulación que induce esta especialización funcional del espacio, llegan a afectar a todo el conjunto regional.

Otra cuestión a dilucidar deriva de los posibles desequilibrios intrarregionales que genera un modelo de implantación turística, cuando es guiado exclusivamente por criterios de mercado y se configura sobre una estructura anterior escasamente organizada. Es el caso de algunas regiones mediterráneas españolas, donde el desarrollo del espacio turístico se ciñe a la franja litoral, cuyos municipios afectados por un proceso de urbanización continuado, aprovechan en su beneficio los recursos -tanto naturales (agua), como humanos (capital, mano de obra)- de un amplio espacio interior, que se articula cada vez más estrechamente sobre la base económico-territorial del

turismo, causa de un proceso de polarización acumulativa. En ocasiones, se trata de un verdadero enfrentamiento entre distintos modelos de desarrollo económico, hecho que se manifiesta con mayor virulencia cuando el uso residencial penetra hacia el traspais (podría ser el caso del litoral survalenciano) (vid Vera y otros, 1990); pero los contrastes son más difíciles de solucionar en países subdesarrollados, como ocurre en Túnez, ante la eclosión turística de la Isla de Djerba.

La complejidad de estas relaciones sólo puede ser abordada desde una planificación integrada que considere el problema regional como un problema territorial. Así, la política regional se presenta como un medio válido para aplicar instrumentos que permitan un uso racional del espacio y la adecuación del desarrollo a la capacidad de los recursos (vid Martín Rodríguez, 1989).

La oportunidad de concretar territorialmente las acciones y prioridades que se van a desarrollar en las distintas regiones, se perfila, de forma excesivamente somera, en el Plan de Desarrollo Regional de España, 1989-1993 (PDR-España), aunque por lo pronto sólo atañe a las Comunidades Autónomas clasificadas en el Objetivo 1 (se excluyen Cataluña, Aragón, Madrid, Navarra, País Vasco, Baleares, La Rioja y Cantabria). El PDR, en el que se resumen todas las actuaciones con incidencia regional que llevan las distintas administraciones públicas en España, así como las previsiones de actuación de las mismas en el quinquenio de referencia, con el objetivo esencial de corregir los desequilibrios territoriales de renta y riqueza en España, dedica un apartado, dentro de las medidas de desarrollo regional, al tema del turismo. Así, en esta materia, se vuelca a las acciones de promoción exterior (nada menos que un 67% de los fondos adjudicados) para asegurar nuestra, ahora, discutida competitividad internacional. Destaca además la promoción en Japón y EEUU para atraer una mayor demanda del llamado «turismo de calidad».

Tanto a escala nacional como por Comunidades Autónomas, esta preocupación está latente, a la vez que la diversificación sectorial y territorial de la oferta, la mejora de las infraestructuras, la redefinición de las enseñanzas turísticas y, aparte, la preocupación ambiental como fondo general, la reestructuración empresarial y la racionalización en la comercialización de los servicios turísticos.

También se contempla el turismo como factor de desarrollo del potencial endógeno (especialmente en Asturias, Galicia y Castilla-La Mancha, es decir, en regiones no turísticas pero con grandes posibilidades). Las modalidades de acción dirigida a incrementar el potencial turístico regional se despachan en

tres capítulos: elaboración de planes de desarrollo turístico regional y local, la mejora de información en materia turística y de servicios hoteleros y la coordinación del turismo con las nuevas áreas de desarrollo que vayan surgiendo.

Estas estrategias quedan reafirmadas a través de la Ley 50/1985 de Incentivos Regionales, mediante ayudas financieras que el Estado concede para fomentar la actividad empresarial y orientar su localización, con el objeto de equilibrar las actividades económicas en el territorio y reforzar el potencial de desarrollo endógeno de las regiones. Por eso, en desarrollo de dicha ley, se declaran Zonas de Promoción Económica a las Comunidades Autónomas de Galicia, Andalucía, Canarias, Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Murcia y, más recientemente, la Comunidad Valenciana, con unos objetivos generales que pivotan sobre la corrección de desequilibrios sectoriales y territoriales y que incluyen el impulso del potencial de desarrollo endógeno y la promoción de nuevas estructuras del aparato productivo.

En estas ZPE se especifican los sectores promocionables, entre los que se encuentra, como específicamente turístico, la modernización y creación de oferta hotelera, que aparece en Galicia, Andalucía, Canarias, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Murcia y Valencia. No obstante, otros sectores de promoción, que afectan a servicios con especial incidencia en el empleo y a servicios que mejoren las estructuras comerciales, tienen una incidencia manifiesta en el sector turístico. Son, en suma, un ejemplo de las políticas regionales del Estado y, en este caso, de su repercusión en el desarrollo de la prestación de servicios turísticos.

Por su parte, las estrategias y acciones prioritarias que desarrolla cada Comunidad Autónoma, se sintetizan en su correspondiente PDR; de ello se colige el diferente papel que está jugando o que está llamado a tener el turismo en cada una de ellas.

### **3.1.1. Las regiones del eje Cataluña-Mediterráneo y Andalucía.**

En el caso de las Comunidades Autónomas del eje Cataluña-Mediterráneo y Andalucía, con una notable especialización en la prestación de servicios turísticos, el crecimiento de estas actividades se acepta como uno de los factores básicos de desarrollo, en el contexto de nuevas pautas de especialización y diversificación sectorial (vid Pedreño, 1989). Se reafirma con ello una vía de crecimiento endógeno, inserta en los procesos de terciarización de las economías occidentales, que desde el punto de vista de su difusión territorial, afectará a todo el litoral, evitando o contrarrestando las grandes concentraciones metropolitanas.

Pero la continuidad del desarrollo turístico a lo largo de la franja costera reafirmará la estructura territorial de marcado carácter dual, entre la zona interior, con escasa actividad (salvo en las provincias de Alicante y Murcia), y el litoral, donde se registran actualmente densidades extraordinariamente elevadas. Es un punto en el que convendría fijar la atención, ante los problemas de desequilibrios territoriales; de ahí deriva el interés del turismo como factor de reequilibrio territorial, a través de la promoción de nuevos productos, en relación con los recursos culturales e histórico-artísticos, cinegéticos, y, en suma, la promoción más amplia de zonas de turismo rural. Tales actuaciones, en el contexto de una necesaria diversificación de la oferta, tanto en sus recursos como en el espacio, se programan para el interior de Cataluña, Valencia y, de manera muy especial, para Andalucía, a través de la política de Parques Naturales.

En efecto, la Comunidad Andaluza centra su política económica en dinamizar la capacidad de adaptación a las circunstancias cambiantes, sacando máximo provecho del potencial de desarrollo endógeno. Para ello, es necesaria una intervención en materia de infraestructuras que permitan la puesta en valor de los recursos y la definición de unos ejes de desarrollo, entre los que se propone la recualificación de las áreas turísticas litorales consolidadas y el desarrollo de las potencialidades existentes en las restantes (espacios abiertos como el sector almeriense y parte del tramo costero de Huelva). Pero se aportan a la vez nuevos modelos de oferta más diversificada, que permitirán la integración de los valiosos recursos de las zonas interiores. Un planteamiento que resulta todavía más interesante, ya que las estrategias de intervención se desarrollan por programas o integradas en acciones territoriales para zonas específicas.

Por su parte, la Comunidad Valenciana, principal receptora de turismo nacional y tercera en flujos internacionales, parte en su política económica de la necesidad de modernizar la estructura económica y de conseguir un espacio social y económico vertebrado. Para ello es necesaria la ordenación del territorio y la protección de los recursos naturales, al tiempo que se establecen las necesidades de infraestructuras y se busca la competitividad mediante programas específicos; éstos, cuando se refieren a políticas sectoriales, como es el caso del turismo, han de tener una imbricación espacial, orientada a la corrección de los desequilibrios. Destacan en este apartado las actuaciones para el desarrollo del turismo rural en zonas interiores, en el sentido ya indicado de alternativa y factor de reequilibrio.

La Comunidad de Murcia enfatiza en el diseño de su política económica la potencialidad de la variable físico-ecológica, soporte tanto de agriculturas de vanguardia como de futuros desarrollos turísticos. La especialización actual

en este tipo de servicios se limita casi exclusivamente a la ribera del Mar Menor, pero se entiende que el turismo es un sector estratégico y cualificador del desarrollo regional hacia el futuro, aprovechando los enormes recursos potenciales, para cuya puesta en valor, se prevé la dotación de infraestructuras, clave para la apertura al exterior. En el mismo sentido, se trata de prever las limitaciones que los recursos hídricos pueden imponer al crecimiento de las zonas turísticas.

Desde el punto de vista estructural, se reconoce que la oferta es inadecuada e insuficiente, en relación con la demanda actual y potencial; de ahí que entre las acciones prioritarias se señale la promoción, fomento y ordenación del turismo, desde la perspectiva de una estrategia global de corrección de desequilibrios territoriales, sociales y medioambientales, donde juega un papel esencial la racionalización del uso del suelo, con especial atención a los efectos de la actividad turística.

### **3.1.2. Las Comunidades insulares: el turismo como actividad prioritaria y estratégica.**

Para las Islas Baleares, a través de su Llibre Blanc del Turisme (vid Govern Balear i Universitat de les Illes Balears, 1987), no se cuestiona que el principio que fundamenta la actividad económica de las islas es el sector turístico, como motor del desarrollo, al que no se plantean alternativas globales, sino propuestas complementarias, en el sentido de elevar el nivel de calidad e imagen de las Islas como destino turístico. Así, el objetivo básico de la sociedad y las instituciones gira en torno a la preservación, desarrollo y fomento de la actividad, hasta el punto de que la política turística es prioritaria en el contexto de la política económica regional.

Con esta finalidad se lleva a cabo la política de promoción y se planifica el crecimiento de la oferta, desde una adecuada coordinación con los instrumentos de ordenación del territorio y la protección del medio ambiente, es decir, se imbrica la planificación turística conjuntamente con la territorial. Esta idea se puede trasponer a la escala municipal, con ejemplos de la talla del Plan General de Ordenación Urbana de Calviá (vid Ajuntament de Calviá, 1988) en el que se establece una estrategia para el desarrollo turístico.

La situación es muy distinta en el archipiélago canario, puesto que la polarización económica hacia el sector terciario, determinada por el auge turístico, se ha realizado con enormes carencias infraestructurales y desequilibrios sociales y territoriales, con el agravante de la lejanía respecto a la península y la carencia de recursos acuíferos.

En su estrategia de futuro, se apuesta por la consolidación de las variables que han permitido el crecimiento económico; para ello deben acometerse acciones prioritarias en el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales (ordenación y mejora del litoral), eliminación de estrangulamientos infraestructurales y recuperación de las áreas en declive, evitando los problemas del crecimiento que produce una polarización acumulativa.

### **3.1.3. Las regiones de industria tradicional en declive en la fachada cántabrica: el turismo como actividad renovadora o innovadora.**

La crisis, el declive, la reestructuración de sectores clásicos y la desindustrialización, ponen de manifiesto el deterioro de las economías del País Vasco, Cantabria y Asturias (vid Vázquez García, 1989). De ello deriva la necesidad de movilizar el potencial endógeno, dando paso a actividades renovadoras o innovadoras, entre las que destaca un terciario especializado.

Así, en el caso del PDR de Asturias, se señala que las infraestructuras turísticas son uno de los pilares de la diversificación de la actividad económica regional, desde la consideración del elevado potencial de crecimiento de los servicios, «sobre todo en lo que respecta al turismo»; aunque se reconoce que su desarrollo es incompatible con la actual situación de deterioro del medio ambiente. En suma, el turismo, desde la necesaria diversificación de la producción, se presenta como posibilidad para reequilibrar el territorio y la riqueza generada.

### **3.1.4. Galicia: el aprovechamiento del potencial turístico como modelo económico-territorial emergente.**

La situación actual muestra la insuficiencia e inadecuación de las infraestructuras y la falta de promoción de los recursos, tanto de playa como histórico-artísticos o balnearios, que podrían sustentar una oferta cualificada y diversificada, incluso territorialmente (red de balnearios interiores y, especialmente, el Camino de Santiago). De ahí que entre los objetivos del PDR figure la creación de infraestructura turística, particularmente la costera, y la potenciación de «áreas con futuro, tales como las rutas históricas del interior». En este caso, una adecuada lógica espacial de las actuaciones en el Camino pondría de manifiesto el papel del turismo como factor de ordenación territorial.

### **3.1.5. Factor cualificador del desarrollo regional en Comunidades interiores.**

Tres Comunidades Autónomas llaman la atención por el potencial de recursos turísticos con que cuentan y su diversidad. Extremadura, Castilla-La Mancha y Castilla y León conjugan rutas culturales, parajes y parques

naturales, uso recreativo de embalses, aprovechamientos cinegéticos y áreas de montaña, como base de una actividad que puede convertirse en factor de cualificación del desarrollo regional.

En Castilla y León, el PDR reconoce el importante potencial turístico, de manera que, cuando se definen las estrategias de desarrollo y se explicita la necesaria diversificación del aparato productivo, aparece el sector turístico, al que es necesario dotar de una amplia oferta, hasta ahora prácticamente inexistente o muy limitada a pequeños núcleos de vacaciones, como los de las Montañas de Burgos (Villarcayo, Medina de Pomar), que difícilmente pueden considerarse como productos turísticos. Se pretende conseguir que la demanda deje de ser de paso y se convierta en voluntaria y estable, algo que no ocurrirá si no se dispone de las infraestructuras adecuadas.

Una situación en cierto modo similar presenta Castilla-La Mancha, que ha incluido entre sus acciones prioritarias la ampliación e impulso de infraestructuras básicas en turismo y en oferta complementaria, un paso decisivo para la atracción de una demanda que rechaza la oferta de sol y playa y cuya capacidad de crecimiento va en constante aumento.

La Comunidad Extremeña revaloriza sus recursos cinegéticos como base del turismo regional, junto con el aprovechamiento de sus posibilidades paisajísticas e histórico-monumentales; así, entre sus acciones prioritarias se señala la promoción turística y la mejora de los recursos e instalaciones.

No cabe duda de que el potencial turístico quedará revalorizado mediante la ejecución de otras medidas de política regional, especialmente las encaminadas a realizar infraestructuras de comunicaciones. Pero en estas Comunidades Autónomas el tema esencial no es tanto la construcción de nuevos alojamientos, en una primera fase, sino la gestión de los enormes patrimonios histórico-artísticos y físico-ecológicos con que cuentan. Promoción y gestión de recursos son el primer paso para la ordenación del sector.

De este apretado resumen se deduce que las administraciones regionales están sensibilizadas con la problemática actual -creciente competitividad internacional, envejecimiento de las infraestructuras y deterioro medio ambiental-, pero no se acomete un plan de actuaciones acorde con la importancia del turismo en la economía española (9'5% del VAB y 23'7% de los ingresos de la balanza corriente, en 1987). No se recoge tampoco la urgente necesidad que tiene, precisamente para mantener su liderazgo, en competitividad y diferenciación, de someterse a un ambicioso y complejo Plan de Reconversión.

En este contexto es en el que creemos más oportuno la incardinación de lo que venimos tratando en el marco regional, ya que se trata de transformaciones estructurales que no se ajustan con comodidad al argumento de las divisas -de talante estatal-, o con generalizaciones que no atañen a los espacios turísticos a recualificar o promover. Por lo que decíamos antes, España ante la diversidad de nuestra oferta turística, según la zona o región, y especialmente, como suma de regiones receptoras, de lo que debe preocuparse esencialmente es de la cualificación de su oferta. Porque si en principio se realiza un abordaje agresivo de captación de demanda más exigente (de calidad) y ésta no ha satisfecho sus expectativas debido a una oferta no acorde o deficientemente modernizada, nuestra competitividad e imagen podría quedar aún más deteriorada. A no ser que pensemos que la posesión del mercado regulará los desajustes automáticamente. Hecho a corto plazo poco probable porque, por ejemplo, los operadores internacionales siguen negociando a la baja -hecho que resulta paradójico debido a su actual exigencia de calidad- cuando han subido los costes de intermediación y se encuentran con que, el diferencial de precios del consumo turístico, en forma de paquete, es elevado y prácticamente similar al del país de emisión.

Por tanto, el reto es la cualificación de la oferta, que contenga las características diferenciadoras de prioridades y estrategias de actuación, según región. En principio, es trasladar la filosofía de aproximación al fenómeno turístico desde la escala general, que modestamente antes habíamos dibujado, a las escalas regionales, pero considerando los siguientes puntos:

a) Si hemos planteado el escenario futuro como una estrategia que configure al turismo como terciario de alto nivel, con numerosos servicios añadidos al consumo del turista y sobre la base de una cualificación de la oferta, tal opción no podría llevarse a cabo sin la aportación de nuevas inversiones de cara a estos objetivos. Y, por tanto, sin la creación de eslabones productivos hacia detrás y hacia delante en la propia región. La mayor aportación del turismo es su introducción virtuosa en las tablas insumo - producto de las economías regionales, derramando impulsos a otras ramas de la estructura económica regional. Obtener esta introducción beneficiosa, es conseguir un soporte de compra y venta con diferentes sectores -otra discusión sería el grado de especialización- que conformen un entramado de relaciones intersectoriales, que es la base del desarrollo regional. En muchas ocasiones el turismo ha jugado con el modelo cuantitativo y extravertido que ahora fenece como estrangulador de esta malla insumo-producto regional, más que como verdadero acicate para su promoción.

b) Por consiguiente, la aportación consciente al desarrollo endógeno implica la diferenciación competitiva de los productos turísticos ofertados. Significa avanzar hacia productos turísticos específicos, ya que, como en cualquier otra faceta económica, actualmente, el ciclo de vida del producto es cada vez más corto y la demanda más exigente. Es caminar por la senda de la oferta complementaria más que por la del alojamiento y, fundamentalmente, la formación del capital humano regional técnica y tecnológicamente, para la realización de tales objetivos.

c) Finalmente, pero no por ello de menor importancia, es en el aspecto territorial de las actuaciones turísticas donde se halla un porcentaje mayoritario de las claves del éxito en el dimensionamiento del turismo en el desarrollo regional.

Están ya apareciendo Planes Generales de Ordenación Urbana, estrategias de remodelación de la oferta (Benidorm) o Planes de Ordenación del Territorio (Plan Insular de Lanzarote) donde, aunque pueden ser discutidos sus planteamientos, se aborda con crudeza la realidad del problema: o se sanea el territorio del turismo a escalas de diseño urbanístico y se trata con cuidado exquisito el entorno ambiental, o la oferta turística tiende a agotarse. No importa tanto el número de plazas, sino cuantas tienen cabida en el territorio turístico.

Es precisamente aquí donde resulta más dificultoso actuar porque se introduce la variable municipal, escala muy discutida en el desarrollo de nuestro turismo y donde los problemas no son generalizables. Es aquí donde las administraciones encuentran más incapacidad burocrática de coordinarse, porque se trata de actuar conjuntamente sobre un mismo territorio. Y es aquí donde se viven con virulencia real los efectos más costosos del desarrollo turístico, sin disimular también sus beneficios. Entre otros aspectos, resulta manifiesta la desproporción entre competencias asignadas a los ayuntamientos y los recursos puestos a su disposición; aunque no se aprovechan todas las posibilidades del marco impositivo. A esta escala municipal es evidente que las posibilidades del planeamiento preventivo se encuentran muy limitadas por la dinámica del mercado del suelo.

En resumen, a este nivel sabemos varias cosas, pero pocas han sido efectuadas con realidad (vid Marchena, 1990-II-). Primero, la imposibilidad del mercado de regular consecuentemente la ordenación territorial; pero no se reflexiona en torno a la oportunidad de diferenciar el planeamiento turístico. En segundo lugar, es evidente la necesidad de desdensificar la masificación de nuestras áreas turísticas convencionales; pero no se dispone de mecanismos viables para reconvertir nuestra capacidad instalada. En

tercer lugar, es manifiesta la auténtica necesidad infraestructural y de modernización del territorio turístico; pero no existe plan para ello. En el cuarto punto, se presenta la conveniencia de dotar con oferta complementaria y de servicios cualificados al territorio turístico; pero sólo se diseñan campos de golf y puertos deportivos con evidente vocación especulativa sobre el suelo de su entorno. Y quinto, de una vez por todas debiera desaparecer la mentalidad que habitualmente se tiene sobre el medio ambiente y el paisaje, como una externalidad económica o un precio, ya que la inserción territorial afortunada es igual de fundamental en el desarrollo regional del turismo que la atracción de demanda con ingresos interesantes, o es parte nuclear de cualquier estrategia de oferta cualificada.

## BIBLIOGRAFIA

- Alonso, J.A. (1989) «El sector exterior», en García Delgado, J.L. (dir): *España Economía*, Madrid: Ed. Espasa-Calpe, pp. 273-366
- Cals, J. «Turismo y política turística en España» en Velarde, J., García Delgado, J.L. y Pedreño, A. (comp): *El sector terciario de la economía española*, Madrid: Economistas Libros, pp. 205-219
- Cazes, G. (1972) «Reflexions sur l'aménagement touristique du littoral du Languedoc-Roussillon», *L'Espace Géographique*, nº 1(3), pp. 193-210
- Gaho, F. (1989) «Paradigma tecnológico neofordista y reorganización productiva». En *Revolución Tecnológica y Reestructuración Productiva. Impactos y Desafíos Territoriales*, Santiago de Chile: CEPAL-ILPES.
- Govern Balear y Universitat de les Illes Balears (1987) *Llibre Blanc del Turisme a Les Balears*, Baleares, 2 vols.
- Guibilato, G. (1983) *Economie Touristique*, Paris: Delta-Spes.
- Leira, E. y otros (1987) *Tenerife. Una Estrategia Territorial. Hacia un Plan Insular*, Santa Cruz: Consejería de Política Territorial, p.149
- Leira, E., Quero, D. y otros (1988) *Calviá a Bon Port. Avance del Plan General e Ordenación del Municipio de Calviá*, Ajuntament de Calviá, p. 176
- Manchón, F y Prats, F «Turismo exterior y modelo de desarrollo», *Documentos Programa 2000*, Madrid. p. 49

- Marchena, M. (1987) *Territorio y Turismo en Andalucía*, Sevilla: Junta de Andalucía, p. 307
- Marchena, M. (1989) «El turismo en España: razones de Estado, política regional y ordenación del territorio», *Boletín Económico de ICE*, nº 2.197, Madrid.
- Marchena, M. (1990) «Las perspectivas de futuro del turismo andalúz: problemas territoriales y funcionales», *Treballs de Geografia*, I Universidad de Baleares.
- Marchena, M. (1990) «Implicaciones territoriales de la política turística en Andalucía», *Geografía de Andalucía*, Tomo VII, Sevilla: Ed. Tartessos, pp. 328-347
- Martín Rodríguez, M. (1989) «Evolución de las disparidades regionales: una perspectiva histórica», García Delgado, J.L. (dir): *España Economía*, Madrid: Espasa-Calpe, pp. 703-743
- Martínez Serrano, J.M. y otros (1987) *Economía Española: 1960-1980*, Madrid: Ed. H. Blume, p. 384
- Molini, F. *Tecnología, Medio Ambiente y Territorio*, Madrid: Fundesco, p. 270
- Pedreño Muñoz, A. (1989) «Un eje de expansión económica: Cataluña-Mediterráneo», en García Delgado, J.L. (dir): *España Economía*, Madrid: Espasa-Calpe, pp. 797-831
- Quero, D. y otros (1987) *Gran Canaria. Hacia una estrategia territorial*, Gobierno Canario, Las Palmas, p. 159
- Sevilla Gimenez, M. (1990) *La Política Económica de las Comunidades Autónomas*, Alicante: Caja de Ahorros del Mediterráneo, p. 133
- Torres Bernier, E. (1990) «Nuevas tecnologías y turismo», Almería: *Segundo Seminario sobre el Sector Servicios*.
- Vera Rebollo, J.F. (1987) *Turismo y Urbanización en el Litoral Alicante*, Alicante: Instituto Gil Albert, p. 440
- Vera Rebollo, J.F. (1988) «Crisis del poblamiento turístico en el litoral mediterráneo español», *Urbanismo-COAM*, Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, nº 4.
- Vera Rebollo, J.F. y otros (1990) «Evaluación del grado de especialización turística de los municipios litorales valencianos», *Investigaciones Geográficas*, nº 9, Alicante: Instituto de Geografía.
- VVAA (1988) «Monografía sobre economía y política regional», *Papeles de Economía Española*, Fies, nº 34 y 35, Madrid.

VVAA (1989) *Revolución Tecnológica y Reestructuración Productiva. Impacto y Desafíos Territoriales*, Santiago de Chile: CEPAL-ILPES.

VVAA (1989) *Política Regional en la Europa de los Noventa*, Madrid: Ministerio de Economía y Hacienda, p. 630