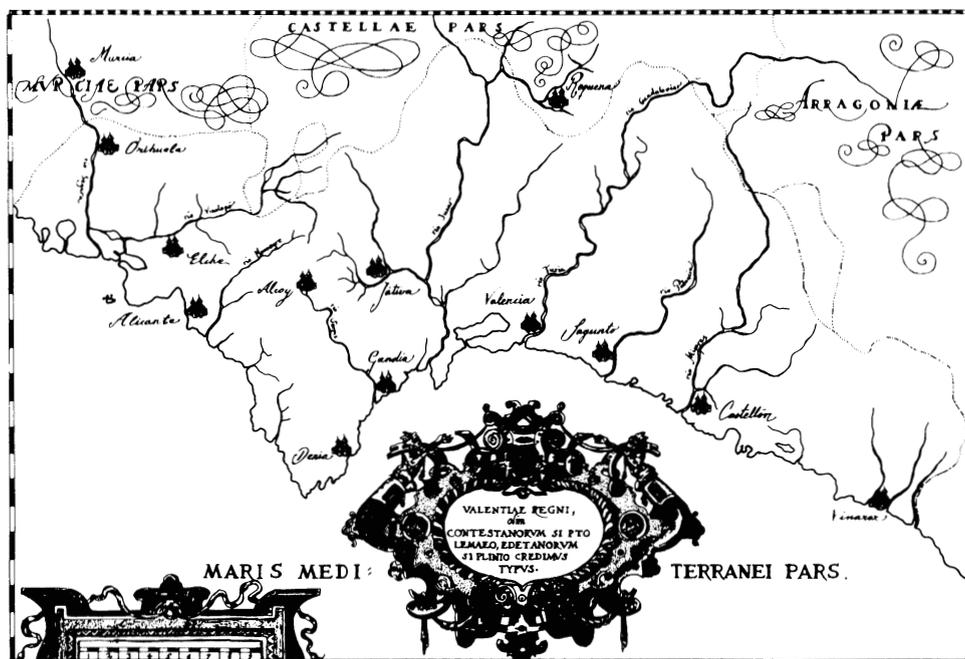


INVESTIGACIONES GEOGRÁFICAS

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE GEOGRAFÍA
UNIVERSIDAD DE ALICANTE



ANALES DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE GEOGRAFÍA
MAYO-AGOSTO 2004

34

LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO EN CATALUÑA. ORGANIZACIÓN Y POLÍTICA TURÍSTICA DE LA ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA

Francisco López Palomeque

Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional
Universitat de Barcelona

RESUMEN

En este artículo se analizan las características de la organización de la administración turística, en el marco general de la administración autonómica, y los rasgos básicos de la política turística, que constituyen manifestaciones destacadas de la gestión pública del turismo en Cataluña. Se analizan los fundamentos de la intervención pública en turismo, los objetivos, los programas, las realizaciones y, finalmente, se valoran los resultados.

En este balance se verifican la hipótesis iniciales. Por una parte, que en los últimos veinte años la evolución de la política turística regional muestra una adaptación al cambio de escenario, motivado por los nuevos factores externos e internos. Y, por otra parte, que el balance de las realizaciones gubernamentales relacionadas con el turismo está sujeto a determinadas limitaciones debido al carácter complejo y transversal del turismo.

Palabras clave: gestión pública, turismo, administración pública, política turística, Cataluña.

ABSTRACT

This paper analyses the organization of tourist administration, within the general framework of the autonomic administration, and the basic features of the tourist policy, which establish outstanding signs of the public management of tourism in Catalonia. The paper analyses the basics of the public intervention in tourism, the objectives, the programs, the realizations and, finally, the results are evaluated.

In this balance, the initial hypothesis are verified. On the one hand, the evolution of the tourist policy in the last twenty years shows an adaptation to the scenery change, which is caused by the new external and internal factors. On the other hand, the balance of the governmental realizations which are related with tourism is summited to determined limitations because of the complex and transversal nature of the tourism.

Key words: public management, tourism, public administration, tourist policy, Catalonia.

1. Introducción

Los sucesivos cambios realizados en el gobierno de Generalitat de Cataluña desde 1980 han conducido a diversas reestructuraciones de la Administración autonómica y específicamente de su Administración turística. Los cambios en la estructuras organizativas de la Administración turística han sido notables, incluyendo reformas orgánicas. Así, por ejemplo, cabe señalar la desaparición en 1996 del Departamento de Comercio, Consumo y Turismo y la integración de los servicios dependientes del mismo en el «nuevo» Departamento de Industria, Comercio y Turismo, sancionados por varios decretos publicados durante 1996 y 1997; o bien, por ejemplo, las variaciones en el organigrama de la administración autonómica provocadas por el cambio de partidos gobernantes a raíz del resultado de las elecciones de 2003, que han supuesto la recuperación del desaparecido Departamento de Comercio, Turismo y Consumo.

El análisis y la caracterización de la organización político-administrativa del turismo a nivel autonómico y la indagación sobre los factores internos y externos que han causado los cambios en la Administración turística catalana constituye un primer objetivo de este trabajo de investigación. Estrechamente relacionado con este primer propósito se incorporan, como referencia temporal, unas notas sobre la evolución de la política turística catalana, desde el inicio del desarrollo de los estatutos de las comunidades autónomas, hecho que supuso un cambio radical de la estructura de la Administración pública española: el paso de una España centralizada a una España descentralizada, la España de las autonomías sancionada por la Constitución de 1978 que permitió la recuperación del autogobierno en Cataluña.

El contenido de este artículo está, pues, estrechamente relacionado con unos hechos de continua actualidad, referidos a la Administración turística catalana, y el interés por el tema se enmarca en una preocupación más amplia orientada al estudio del turismo en Cataluña y a la gestión pública del turismo. En este contexto se pretende dilucidar el papel que ha tenido, tiene y ha de tener la Administración pública como actor del desarrollo turístico, en particular de la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, determinando los significados del territorio (en sus diversas acepciones) en la actividad turística y en el diseño de las políticas turísticas, objetivos que se persiguen en este trabajo, que forma parte un proyecto de investigación más amplio (*).

2. La competencia turística de la Administración Pública: niveles y funciones

Esta investigación se centra en el análisis y la caracterización de la organización política administrativa del turismo a nivel autonómico, concretamente de Cataluña, y por lo tanto se trata del nivel de administración que se sitúa entre la Administración central y la Administración local. La estructura organizativa y la política que elabora la Administración turística catalana es, sin duda, deudora de la propia existencia de los distintos niveles

(*) Este artículo se inscribe en el proyecto de investigación BSO2002-02427, titulado *Gestión turística del patrimonio natural y cultural en el desarrollo local de los espacios de interior de Cataluña*, del que es Investigador Principal F. López Palomeque, financiado por la Dirección General de Investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología, y en el marco del Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional, 2001SGR 00016, que cuenta con un Ajut de Suport a la Recerca del III Pla de Recerca de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

de la administración pública y de las funciones que competen a cada uno de ellos. En este primer apartado se aborda, pues, como marco ineludible la competencia turística de los distintos niveles de la administración pública, considerando tanto los rasgos caracterizados de la capacidad normativa como la organización turística de las diferentes administraciones públicas que intervienen. Este marco general permite entender mejor el sentido y el significado de las acciones de la administración turística catalana.

2.1. El marco normativo

La Administración pública se puede definir como un conjunto de entes públicos y órganos que se enmarcan dentro del poder ejecutivo. De acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente la realidad político-administrativa española se manifiesta a través de dos tipos de comunidades ciudadanas, contando cada una de ellas con sus respectivas administraciones públicas: comunidades territoriales y comunidades no territoriales que dan paso a la existencia de la administración pública de carácter territorial y a la administración pública de carácter no territorial (Arcarons, 1999: 48).

La administración no territorial puede ser, a su vez, de carácter institucional y de carácter corporativo. En cuanto a la administración pública territorial, que se caracteriza por el hecho de que el territorio es su elemento esencial, de acuerdo con la Constitución de 1978 se organiza en tres niveles: administración central (o denominada también estatal), la administración autonómica y la administración local. En consecuencia, la actuación del sector público en el Estado español se articula en tres niveles de organización político-turística (Montaner, 2002: 31).

Por lo tanto, el poder político se dota de estructuras organizativas para llevar a cabo las competencias que le son propias, según el tipo o nivel de administración que represente. El resultado es, en el caso de las competencias en materia de turismo, la creación de una Administración turística que se articula en la arquitectura del Administración pública en su conjunto, formalizándose administraciones turísticas en los tres niveles señalados. El modelo de organización político administrativo español se caracteriza por una estructura descentralizada en lo referente a la distribución de competencias o funciones de la administración pública, ya que comprende diversos niveles o tipos de administración, y las competencias están distribuidas o descentralizadas.

La presencia del sector público es amplia en todos los países de nuestro entorno y se extiende a casi cualquier ámbito de la vida cotidiana, y por consiguiente al turismo, en base a las responsabilidades que le son propias. La primera razón que justifica la intervención en el turismo es la propia razón de ser de la administración pública: el aprovechamiento y la explotación de los recursos del país con el fin de crear riqueza, distribuirla y conseguir el bienestar de sus habitantes. Además, se justifica por la existencia de fallos del mercado y la necesidad de corregirlos: la existencia de estructuras de mercado imperfectamente competitivas, la existencia de bienes público y la existencia de externalidades negativas (Sancho, 1998: 161).

La intervención de la administración pública en el sector turístico en el último medio siglo, que se ha formalizado en lo que se denomina política turística, se ha ido adaptando a los factores condicionantes y a las diversas necesidades del sector. La evolución y los cambios en la organización de la administración turística y en política turística durante las últimas décadas avalan dicha adaptación (López Palomeque, 1998). A continuación se identifican la naturaleza y alcance de la competencia turística en cada uno de los niveles de administración pública.

La Administración central. En España la competencia turística se encuentra distribuida

en los distintos niveles de administración pública que consagra la Constitución de 1978: la administración central, la administración autonómica y la administración local, fruto de la reorganización general del Estado que condujo a la construcción del Estado de las Autonomías (Esteve y Fuertes, 2000: 269). Además, la incorporación de España a la Comunidad Europea en 1986 supuso añadir un nivel más de administración pública, la comunitaria. Cabe recordar que aunque la Unión Europea no tiene una capacidad legislativa directa, si puede establecer directrices comunitarias (recomendaciones más o menos vinculantes) que, con posterioridad, deberán desarrollar los Estados miembros (Valdés, 2002). Por ejemplo, la normativa actual de viajes combinados que recoge la Reglamentación de Agencias de Viajes está adaptada a una directriz de la UE.

El artículo 148.1.18 de la Constitución expresa que las Comunidades Autónomas (CC.AA.) podrán asumir competencias en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial. Es decir, que pueden ser titulares de la totalidad de las funciones y potestades públicas en relación con el turismo y, por tanto, pueden dictar normas y ejecutarlas. Esto quiere decir que de hecho el Estado —la Administración central— no tiene competencia directa en esta materia. Sin embargo, el artículo 149.1 de la Constitución atribuye al Estado competencias que pueden incidir sobre aspectos muy relevantes en materia de turismo, como por ejemplo: comercio exterior; bases y coordinación de la planificación de la actividad económica, regulación de las condiciones de obtención, expedición y homologación de títulos académicos y profesionales; ordenación del crédito, banca y seguros (entre otras también las turísticas) y ordenación de los registros e instrumentos públicos (por tanto, también los registros turísticos).

El turismo se caracteriza por su dimensión multidisciplinar y transversal (Fernández, 2001: 52) y, por tanto, no puede ser considerado como algo unidimensional, ya que son múltiples los factores que influyen en él, siendo en la mayoría de casos de difícil coordinación entre los distintos niveles administrativos (Arcarons, 1999: 75). Esta particularidad del sector turístico afecta al contenido de las leyes y normativas más específicamente turísticas, puesto que esta actividad se ve afectada por un conjunto bastante amplio de ámbitos regulados (medioambiente, transportes, urbanismo, etc.) que deben conocerse y aplicarse adecuadamente. La política la administración turística o política turística es, pues, una política sectorial aplicada a la actividad turística (Monfort, 2000: 8), pero en razón de lo dicho también otras políticas sectoriales, otras administraciones (medioambiente, transporte,...) afectan al hecho turístico, así como las políticas instrumentales (monetaria, fiscal, laboral, ...).

La Administración autonómica: Tal como se ha indicado en el punto anterior, la competencia turística se articula en nuestro texto constitucional como competencia autonómica. Cuando el artículo 148.1.18 CE establece como competencia de las Comunidades Autónomas la de la «promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial», está atribuyendo competencias exclusivas a las Comunidades Autónomas, tanto sobre la promoción como sobre la disciplina y la sanción turística que, en todo caso, ha de entenderse en el ámbito de la ordenación del turismo. Se trata, pues, de una competencia exclusiva, normativa y de ejecución de la misma en el ámbito de sus territorios respectivos (Fernández, 2001: 64).

La cobertura competencial indicada es la que ha dado lugar a que todas las Comunidades Autónomas hayan legislado en la materia turística, bien en el ámbito general de la ordenación turística o en el particular de la disciplina y sanción (Ivars, 2003: 154). En el caso de Cataluña, se encuentra reflejado en el título segundo, artículo 9.12 del Estatuto de Autonomía: «La Generalitat de Cataluña tiene competencia exclusiva sobre las materia siguientes: ...12.Turismo». Estatuto aprobado por Ley orgánica 4/1979 de 18 de diciembre,

BOE de 22 de diciembre. La Generalitat de Cataluña ha ejercido esta competencia generando un conjunto de normativas directamente relacionadas con el sector turístico. Por lo tanto, la competencia estatal en materia de turismo es ciertamente residual.

Una vez recibidas las competencias en materia de turismo, fruto del la aprobación de los respectivos estatutos de autonomía contemplados en la Constitución de 1978, las Comunidades Autónomas comenzaron un intenso proceso legislador (Blanco, 1998; Barrodo, 2001; Ivars, 2003). Las primeras leyes de turismo de las comunidades autónomas se orientaron a funciones de inspección y sanción, propias de una voluntad controladora y burocrática que se apartaba de los problemas reales de los años ochenta y del contenido de lo que deberían ser leyes ordenadoras del turismo. En los años noventa se corrigió esta orientación, revisándose y modificándose las leyes ya aprobadas y reorientándose las nuevas hacia nuevos planteamientos que incluían una mayor participación de los agentes, con el reconocimiento del papel del sector privado y del mercado, y la incorporación de objetivos relacionados con el fomento y la promoción de la actividad, si bien los resultados han sido desiguales. La Ley de Turismo de Cataluña se aprobó en junio de 2002, tal como se ha señalado, y ha sido una de las últimas en redactarse (López Palomeque, 2003).

La Administración Local. La atribución de competencias a los municipios es una consecuencia directa del reconocimiento constitucional de su autonomía para la gestión de los intereses que le son propios (artículos 137 y 140 de la Constitución). La Ley de Bases de Régimen Local 7/1985, de 2 de abril, atribuye a los Municipios, en el marco de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, la posibilidad de realizar actuaciones en materia de «actividades o instalaciones culturales y deportivas: ocupación del tiempo libre; turismo» —art.25.2.m)—, gozando para ello de autonomía en la gestión de sus respectivos intereses —art.137 y 140 de la Constitución—. Algunas de estas actuaciones —la gran mayoría de las cuales afectan directa o indirectamente al turismo— constituyen además un deber para el Municipio que cuenta con una población determinada —art.26—: alumbrado, recogida de residuos, limpieza viaria, abastecimiento de agua potable, alcantarillado, accesos, pavimentación y control de alimentos y bebidas en todos los municipios, cualquiera que sea su población; parque público, biblioteca pública, mercado y tratamiento de residuos en los municipios con población superior a 5.000 habitantes; prevención y extinción de incendios e instalaciones deportivas de uso público en municipios con población superior a 20.000 habitantes; transporte colectivo urbano de viajeros y protección del medioambiente en los municipios con población superior a 50.000 habitantes.

Está, pues, en manos de la administración competente sobre el turismo —las Comunidades Autónomas— la delegación en los municipios del ejercicio de esta competencia en la medida en que afecte a sus intereses propios, siempre que con ello se mejore la eficacia de la gestión pública y se alcance una mayor participación ciudadana —art.27 La Ley de Bases de Régimen Local—. Sin embargo, y frente a lo que constituye el reparto competencial, es claro que la incidencia del turismo tiene un ámbito territorial que poco tiene que ver con la distribución de competencias que se opera a nivel constitucional en el territorio de nuestro Estado, pues la canalización última de las corrientes turísticas se dirige hacia un lugar concreto y determinado que tiene como base el término municipal, el provincial, la comarca o la mancomunidad de municipios (Fernández, 2001: 61).

Es necesario, entonces, remarcar que desde la administración local (ni desde los ayuntamientos ni desde las diputaciones provinciales) no se pueden establecer normativas que regulen el ámbito turístico, aunque solo se refiriesen a su ámbito territorial. No obstante, hay que señalar que sí existen posibilidades de incidencia —que pueden ser importantes— por la vía normativa, desde los Ayuntamientos, en la estructuración de la oferta turística, a partir de las regulaciones y controles que el municipio establece sobre el urbanismo, la

construcción, los establecimientos, la sanidad, la seguridad, la señalización, etc. (Font, 2002: 24).

2.2. La organización turística de la Administración Pública

La estructura organizativa de la administración pública es compleja y cambiante. Según el organigrama o modelo resultante la gestión pública del turismo será más o menos ágil, más o menos eficiente, y revelará en cualquier caso la importancia que se le da al turismo en función de la jerarquía que se le atribuya a la administración turística en la organización político-administrativa y a la ubicación de las competencias en cada nivel.

La Administración central. En 2003 la competencia turística de la administración central dependía de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, adscrita al Ministerio de Economía, tal como se aprobó en 1996. Este organismo se ocupa de esta actividad en el organigrama de la Administración del Estado y de dicha Secretaría depende de la Secretaría General de Turismo, el Instituto de Turismo de España-Turespaña y Paradores de Turismo. A su vez, la Secretaría General de Turismo integraba a la Subdirección General de Calidad e Innovación Turísticas, a la Subdirección General de Cooperación y Coordinación Turística y al Instituto de Estudios Turísticos.

La Subdirección General de Calidad e Innovación Turísticas tiene como funciones la elaboración de los planes generales que faciliten el fomento de los productos turísticos y contribuyan a la mejora de la calidad e innovación tecnológica de las empresas turísticas y de la cooperación interempresarial. Asimismo, le corresponde la identificación de nuevos recursos turísticos, el diagnóstico y valoración de factores que afectan a la oferta turística y el diseño de estrategias encaminadas al desarrollo y mejora de los productos y destinos turísticos.

La Subdirección General de Cooperación y Coordinación Turística ejerce las funciones de cooperación con las Comunidades Autónomas, entes locales, Ministerios, y sector turístico, en general, para la elaboración de las bases y la planificación general de la política del sector turístico. Además, las relaciones turísticas institucionales de la Administración General del Estado con organizaciones internacionales, públicas o privadas, y la cooperación turística internacional, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores. Asimismo, le corresponde la información, el análisis de oportunidades y el apoyo a la implantación en el exterior de las empresas turísticas españolas, en coordinación con los servicios administrativos cuyas funciones afectan a las enumeradas.

El Instituto de Estudios Turísticos tiene como funciones la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al mismo.

La administración autonómica. Las Comunidades Autónomas se han dotado de modelos de organización político-administrativas en los que la Administración turística aparece con mayor o menor grado de jerarquía según los casos. Así, por ejemplo, Cataluña ha recuperado en 2004 un departamento con denominación explícita de «turismo», el de Comercio, Turismo y Consumo, que perdió en 1996. En este caso aparece con otros ámbitos competenciales, pero se explicita la competencia «turismo» en el primer nivel de la estructura organizativa.

Un análisis comparado con otras comunidades autónomas revela la heterogeneidad de situaciones en la que se encuentra la administración turística dentro del organigrama general de la administración pública de nivel autonómico. Actualmente tres comunidades autónomas —Castilla-La Mancha, Valencia y Madrid— disponen de una estructura organizativa de su administración pública en la que en el primer nivel de jerarquía —departa-

mentos o consejerías— no aparece la explicitación de «turismo». En cuatro comunidades la administración turística se agrupa con «deporte», «cultura» o «información», apareciendo explícitamente la referencia a «turismo»: Andalucía, Aragón, Cantabria y Galicia. Cinco comunidades autónomas tienen incorporada la competencia turística de manera explícita en un departamento o consejería de «Industria, Comercio y Turismo», o con denominación similar: Principado de Asturias, Castilla-León, Cataluña, Navarra y País Vasco. En tres comunidades la administración turística aparece ubicada explícitamente con el ámbito de «obras públicas» o «transportes»: Canarias, Extremadura y Murcia. En La Rioja «turismo» se ubica junto a «medioambiente» y, finalmente, en una sola comunidad, Baleares, la competencia turística aparece de manera exclusiva en un departamento o consejería.

La Administración local. Los Ayuntamientos no tienen competencias normativas directas sobre el turismo, pero sí intervienen en el diseño de su planificación, en muchos aspectos que afectan a los establecimientos turísticos y, principalmente, en la promoción del municipio como destino turístico. Estas funciones, formalizadas en la administración turística, se integran en la estructura organizativa local en concejalías tanto de naturaleza «económica», como «cultural», según los casos. Por otra parte, aunque no existe una homogeneidad en todos los Ayuntamientos, la administración turística de los municipios en este ámbito competencial suele estar vinculada a la creación de patronatos o consorcios—administración pública no territorial—, en los que intervienen tanto el sector público como el privado. Es también frecuente que alguno de estos Patronatos o Consorcios, que especialmente tienen su propia entidad jurídica, agrupen el territorio de más de un municipio, especialmente en zonas turísticas homogéneas, y cuenten con la participación de Administraciones públicas de ámbito superior. La decisión de la creación de uno de estos entes viene determinada por el peso específico del sector turístico en cada territorio. Es aconsejable que cualquier Ayuntamiento que quiera afrontar con eficacia su desarrollo como destino turístico cuente con un instrumento de estas características donde se pueden sumar los esfuerzos e intereses de todos los actores de la actividad turística, tanto pública como privada (Font, 2002: 27). Una consideración especial merece el papel de las diputaciones provinciales en cuanto a las acciones en materia de turismo y a su arquitectura organizativa, que en algunos casos han sido muy relevantes en cuanto a la promoción de determinadas marcas turísticas particularmente en mercados interiores.

2.3. Complejidad de organización del modelo y de la política turística

El paso de un Estado centralista a un Estado autonómico ha comportado cambios, pero también permanencias, en el protagonismo de la Administración Pública en el turismo (López Palomeque, 1999). La primera afirmación que hay que hacer es que dicho protagonismo ha de calificarse como importante que lo es más, si cabe, en el «Estado» de las autonomías. Se ha producido un cambio de escala, y con ello una mayor proximidad entre administración y lugares turísticos; se han multiplicado y «formalizado» los destinos turísticos en el ámbito político-administrativo (las comunidades autónomas) y la competencia entres ellos; y, finalmente, hay que destacar que todas las administraciones autonómicas han asumido el papel estratégico del turismo en el desarrollo de sus respectivos territorios, lo cual se ha concretado en una diversidad de políticas turísticas «regionales». Esta «política» de la administración regional se suma a la política de la administración central y a la de la administración local. Sin duda, a la singularidad de la política turística se añade ahora un alto grado de complejidad (Bote y Marchena, 1996). Esta complejidad administrativa, junto al exceso legislativo motivado por la ampliación de los niveles de la

administración pública en España, es entendida como uno de los mayores problemas del turismo, y por ello se manifiesta desde algunos sectores la necesidad de poner orden en el singular y caudaloso flujo legislativo, de evitar la multiplicación de reglamentos y la duplicidad de normas a niveles distintos, de resolver el «laberinto institucional» al que se ha llegado.

La estructura político administrativa descentralizada da paso a la existencia de diversas Administraciones Turísticas —o distintos niveles de política turística— pero, sin embargo y sorprendentemente, el tema de la descentralización y cooperación interadministrativa en el turismo español ha merecido poca atención; y la falta de coordinación y cooperación ha sido denunciada como uno de los problemas de la política turística actual y del futuro (Fluvià y Mena, 1998: 38). Y sorprende, también, que las administraciones públicas en general utilizan el discurso de la cooperación/coordinación como asunto prioritario, pero no destacan precisamente por ofrecer avances sensibles y decididos en este campo; que puede explicarse por la corta andadura del actual modelo político-administrativo y por la insuficiente cultura de la cooperación (Blanco, 1998).

3. Reestructuración de la Administración Turística catalana

Desde 1980 la Administración Turística catalana ha sufrido cambios en diversas ocasiones pero siempre estuvo ubicada en el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo hasta 1996 cuando se produjo una reestructuración del gobierno catalán que dio paso a una reestructuración orgánica de la administración pública, integrándose la administración turística en otro departamento, que pasó a denominarse Departamento de Industria, Comercio y Turismo, evidenciando un agotamiento de la estructura existente hasta entonces. El organigrama del Departamento de Comercio, Consumo y Turismo que perduró hasta 1996

Cuadro 1
*EL ORGANIGRAMA DE LA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA EN EL
DEPARTAMENTO DE COMERCIO, CONSUMO Y TURISMO HASTA 1996*

Conseller	===>	Secretaria General	===>	Servicios Territoriales
Conseller	===>	Dirección General de Turismo		
		Secretaria General de Turismo (*)		
		Agència Catalana de Tecnología Turística (ACTT)		
		Órganos colegiados de la Dirección General de Turismo		
		Consejo Asesor de Turismo		
		Instituto Asesor de Turismo		
		Comisión de Crédito Turístico		
		Comisión Mixta de Hostelería de Cataluña		
		Comisión Mixta de Apartamentos Turísticos de Cataluña		
		(*) Secretaria General de Turismo		
		Servicio de Planificación, Programación e Incentivos		
		Sección de Planificación / Sección de Programación e Incentivos		
		Servicio de Empresas y Actividades Turísticas		
		Sección de Régimen Jurídico / Sección de Gestión de Empresas		
		Sección de Profesiones Turísticas y Formación		

Fuente: Elaboración propia a partir de Generalitat de Catalunya, 1996; y Navinés, 1997.

(Generalitat de Catalunya, 1996; Navinés, 1997) estaba compuesto por varias secretarías generales, siendo una de ellas la de turismo, en torno a la que se estructuraba la administración turística (véase cuadro 1). Para entender mejor el contexto y las razones que indujeron el cambio —motivos específicos del turismo— se puede recurrir al contenido de los preámbulos y los considerandos de los decretos que sancionan esta reestructuración administrativa, que a continuación se recogen.

A través de Decreto 184/1996, de 7 de junio, de supresión, creación, reorganización de departamentos de la Administración de la Generalitat de Cataluña, se creó el Departamento de Industria, Comercio y Turismo; suprimiéndose el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo. Más tarde, a través del Decreto 205/1996, de 12 de junio, se estructuró el nuevo departamento, a nivel de secretaria general y de dirección general. Y con el Decreto 327/1997, de 9 de diciembre, se procedió al despliegue y desarrollo de la estructura del nuevo Departamento, creando los órganos activos con nivel igual o superior al de sección, con especificación de sus funciones. Esta estructura pretende alcanzar la máxima eficiencia y una gestión responsable y satisfacer las necesidades que tienen los usuarios de los servicios de este departamento. Fruto de estos objetivos es la Organización General del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, que da contenido al decreto, y que integra y/o modifica entes y funciones relativos al Turismo, que hasta entonces formaban parte del desaparecido Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

El Departamento de Industria, Comercio y Turismo se estructuró, bajo la dirección del consejero titular, en cinco direcciones generales, siendo una de ellas la Dirección General de Turismo. Además, y centrándose en lo relativo al turismo, cabe señalar que la Secretaría General del departamento se estructura en diversas entidades, entre las que destacan las delegaciones territoriales (servicios territoriales) que, a su vez, cuentan en cada caso con una Sección de Turismo (véase cuadro 2).

Cuadro 2
*EL ORGANIGRAMA DE LA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA EN EL
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO, 1998*

El Departamento de Industria, Comercio y Turismo se estructura en cinco direcciones generales, una de ellas es la *Dirección General de Turismo*.

La Dirección General de Turismo se estructura en la *Subdirección General de Turismo* en los órganos que de ella dependen.

La Subdirección General se estructura en los siguientes órganos:

a) Servicio de Empresas y Actividades Turísticas, con las siguientes secciones:

Sección de Gestión del Registro de Empresas y Actividades Turísticas

Sección de Incentivos

Sección de Inspección Técnica Sección de Normativa y Procedimiento de Turismo

b) Servicio de Formación, Fomento y Relaciones Interadministrativas

Sección de Formación Sección de Fomento y Defensa del Sector

c) Servicio de Información, Difusión y Publicaciones

Sección de Difusión y Documentación Sección de Publicaciones

a) Servicio de Estudios y Asesoramiento

Además, la estructura organizativa se completa con las *Delegaciones Territoriales* de la Dirección General de Turismo.

Fuente: Elaboración propia a partir de Generalitat de Catalunya, 1999.

La Dirección General de Turismo tenía como *funciones* planificar, programar, coordinar y dirigir los mecanismos para el control de la aplicación de la normativa sobre ordenación del turismo, otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la actividad turística y coordinar las actuaciones de información de las oficinas de turismo adscritas a la Red de Oficinas de Turismo de la Generalitat de Cataluña. También le correspondía, en los casos previstos, la resolución de los recursos ordinarios contra acuerdos y resoluciones de órganos jerárquicamente inferiores.

La Dirección General de Turismo en 1998 se *estructuró* en la Subdirección General de Turismo y en los órganos que de ella dependan. Las funciones de la Subdirección General de Turismo derivan de las propias de la Dirección General, ya enunciadas.

En cuanto a la ubicación de la Agencia Catalana de Tecnología Turística (ACTT), que fue creada en 1993 con el objetivo de facilitar y fomentar actuaciones de innovación tecnológica y de asistencia técnica en el ámbito del sector turístico y que hasta la fecha publicaba un *Quadern Bimestral* para la difusión de estudios e informes, cabe señalar dos hechos: a) en primer lugar, que el artículo 15 del Decreto 184/1996, de 7 de junio, define las funciones de la Dirección General de Turismo en el seno del nuevo Departamento de Industria, Comercio y Turismo, y en este mismo artículo explícita que la Agencia Catalana de Tecnología Turística queda adscrita a esta Dirección General; b) en segundo lugar, que la Disposición Adicional Primera del Decreto 327/1997, de 9 de diciembre, establece que las funciones que tienen asumidas la Agencia Catalana de Tecnología Turística (ACTT), según decreto 174/1993, de 15 de junio, pasan a ser asumidas por el consorcio Turismo de Cataluña; por lo cual la Agencia como ente específico desaparece cinco años después de haber sido creada.

El Consorcio de Promoción Turística de Cataluña se constituyó mediante el Decreto 13/1986, de 16 de enero, y por el Decreto 40/1990, de 23 de enero, se modificaron sus Estatutos. Atendiendo a los cambios producidos en el sector turístico desde la última modificación de los Estatutos del Consorcio de Promoción Turística de Cataluña, producida el año 1990, y para facilitar las acciones orientadas al marketing y a la comercialización de productos turísticos en un marco más eficaz y operativo en 1997. Así pues, con el Decreto 83/1997, de 1 de abril, el Consorcio de Promoción Turística de Cataluña cambia su denominación por la de *Turisme de Catalunya* (artículo 1) y se modifican sus estatutos. Los Estatutos contienen, a su vez, una nueva definición de las funciones de este organismo: «Turismo de Cataluña, con la finalidad de cuidar la imagen y la mejora del sector turístico, tiene por objeto la realización de acciones en el ámbito del marketing y la comercialización, así como la prestación de servicios tendentes a incrementar la riqueza y prosperidad de la industria de Cataluña y a reforzar su competitividad» (art.2, y último).

La estructura organizativa de la Administración turística diseñada en 1996/1997 ha estado vigente prácticamente hasta principios de 2004. Solamente cabe destacar que en 2000 se fusionaron dos departamentos, el de Trabajo y el de Industria, Comercio y Turismo, creándose el Departamento de Trabajo, Industria, Comercio y Turismo.

El cambio político en Cataluña de 2003/2004 ha supuesto el inicio de una nueva etapa con la reorganización del organigrama de la Administración pública y, obviamente, de la Administración turística, que se ha concretado en la desaparición del macrodepartamento de Trabajo, Industria, Comercio y Turismo y la creación del «nuevo» Departamento de Comercio, Turismo y Consumo. La definición última de la nueva estructura organizativa está pendiente de las decisiones sobre el despliegue de la Ley de Turismo y del «programa de actuaciones en materia de turismo» de los partidos en el gobierno, pero en el organigrama básico se mantiene la Dirección General de

Turismo, la Subdirección General de Turismo y el consorcio Turismo de Cataluña, con las mismas funciones que tenían asignadas en la etapa anterior.

4. Evolución de la política turística catalana

4.1. Etapa preautonómica y etapa autonómica

En la evolución de la política turística llevada a cabo en Cataluña se identifican claramente dos etapas, la preautonómica y la autonómica. En esta ocasión no se pretende profundizar en sus contenidos pero sí interesa incorporar en esta páginas unas referencias básicas para su caracterización, particularmente en el caso de la etapa autonómica.

De la etapa preautonómica —en la que no existía la administración autonómica—, cabe recordar el análisis y la crítica realizada por Cals (1974) en su ya clásica obra *Turismo y política turística en España: Una aproximación*. De la aportación de Cals destaca el capítulo referido a la política turística y a la necesidad de una «nueva» política turística (ya en 1974 !!). Eran unos años en los que desde Cataluña se reclamaba, en relación al turismo, dos cosas básicas: 1) capacidad de decisión, es decir, el poder diseñar una política turística propia, y 2) una imagen o marca turística específica y diferenciada. Sin duda, con el paso del tiempo, el nuevo Estado de las autonomías permitió resolver en buena medida estas aspiraciones. Antes de abordar el análisis de la etapa autonómica conviene hacer mención al último periodo de la etapa anterior, 1975-1980 (otros analistas lo establecen de 1974 a 1982), a la que se le denomina de «transición», por razones obvias. De este periodo interesa subrayar que en la Generalitat provisional, con Josep Tarradellas de Presidente, la Dirección General de Turismo estaba integrada en el Departamento de Presidencia.

En el esquema cronológico utilizado (véase cuadro 3), la etapa autonómica empieza a partir de 1980 con la nueva ubicación de la Dirección General de Turismo, en el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo y con la Política Turística autonómica diseñada y ejecutada por los entes y órganos de ella dependientes. El desarrollo del Estatuto de autonomía catalán y el proceso de transferencia de competencias político-administrativas a esta comunidad condujo a una situación en la que Cataluña dispuso de todas las competencias en materia turística, a excepción de la promoción exterior y la red de paradores nacionales. No obstante, como es sabido en el caso de Cataluña el proceso no estuvo exento de problemas y conflictos, que en algunos casos han perdurado hasta la fecha. Para ilustrar el sentido de estos problemas y de las aspiraciones de Cataluña en materia turística, se incorpora la opinión de Ramón Bagó, que fue Director General de Turismo de la Generalitat de Catalunya de 1980 a 1982.

Bagó (1981) señalaba que esos traspasos iban por un camino perfectamente natural al conseguir el conjunto del territorio catalán tener una unidad en el campo turístico, ciertamente con grandes variaciones zonales en cuanto a la particularidad de la oferta e intensidad de la explotación, pero articulado todo en un conjunto estimablemente coherente e integrado. Por supuesto —continúa argumentando Bagó— pensamos que debiera haberse dado siempre a Cataluña el tratamiento de bloque unitario de atracción turística, no sólo por motivos históricos, culturales y económicos, a los que la autonomía ha venido a dar respuesta, sino también y precisamente por la misma naturaleza de la industria turística. En los años del «*boom*» del turismo el concepto y la imagen de Cataluña como entidad con rasgos propios hubiera enriquecido su dinámica turística con elementos nuevos y sin duda positivos. Según Bagó (1981), entre dichos rasgos cabe señalar tres:

- a) los aspectos complementarios de la oferta catalana (por ejemplo, los binomios mar-montaña, costa-interior, descanso-cultura, verano-invierno) que se habrían potenciado mutuamente, dinamizando a sectores que han quedado marginados, diversificando la oferta y neutralizando en un alto grado la estacionalidad;
- b) se habría hecho posible acomodar la legislación y las reglamentaciones turísticas a los rasgos específicos de la oferta local; y
- c) se habría podido añadir un plus de atractivos hacia esta área al diferenciarla de algún modo de la imagen estándar y unificada de la España del sol y las playas, estimulando así viajes y visitas a ésta y, a la vez, a otras zonas.

La personalidad histórico-cultural de Cataluña le confiere carácter de nación, lo cual se proyecta sobre el conjunto de la «intervención pública» y sobre otros ámbitos de la práctica social. Ello explica en gran medida, desde los primeros momentos de autogobierno hasta hoy día, la instrumentalización de la política turística de la Generalitat de Cataluña orientada en buena parte a proyectar la «nación» al exterior, ante la no disponibilidad de órganos administrativos propios de otro *estatus* político-institucional.

En la etapa autonómica la organización de la Administración Turística catalana presenta una estructura desarrollada y compleja, a la vez que encontramos una política turística con un contenido denso. Por ello, para una aproximación a su evolución es de interés incorporar un esquema con las referencias básicas más significativas (véase cuadro 3).

Cuadro 3
*ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA CATALANA: REFERENCIAS
BÁSICAS DE SU EVOLUCIÓN*

1980	–	Constitución del Departament de Comerç, Consum y Turisme
1983	–	El Llibre Blanc del Turisme a Catalunya
1986	–	La creación del Consorci de Promoció Turística de Catalunya
1989	–	INSETUR (Institut Superior d'Estudis Turístics)
1992	–	El estudio Reforçament de l'avantatge competitiu del sector turístic a Catalunya
1992	–	El Debat sobre Política Turística.
1993	–	La creación de la Agència Catalana de Tecnologia Turística.
1996	–	Desaparición del Departament de Comerç, Consum i Turisme y nueva ubicación de «Turisme» en el Departamento de Industria, Comercio y Turismo.
1997	–	Modificación del Consorci de Promoció Turística de Catalunya, y cambio de su denominación por la de Turisme de Catalunya.
1997	–	Desaparición de la Agència Catalana de Tecnologia Turística
2000	–	Fusión del departamento de Trabajo y del departamento de Industria, Comercio y Turismo.
2001	–	El IV Congrés de Turisme de Catalunya
2002	–	Aprobada la Ley de Turismo de Cataluña
2003	–	«Nueva etapa» de la política turística fruto del cambio de partidos políticos al frente del gobierno de la Generalitat.
2004	–	Desaparición del macrodepartamento de Trabajo, Industria, Comercio, Consumo y Turismo y ubicación de la administración turística («Turisme») en el nuevo Departamento de Comercio, Turismo y Consumo.

Fuente: Elaboración a partir de diversas fuentes documentales y legislativas.

La política turística llevada a cabo en Cataluña en los últimos dos décadas ha tenido en cuenta el hecho de que la economía mundial se encuentra inmersa en un proceso de creciente globalización de la competencia (Cerveró y Pallàs, 1996). Las actuaciones de la Dirección General de Turismo se han orientado y se han visto condicionadas en cada momento por los factores determinantes fenómeno turístico y las coyunturas políticas y económicas (ciclos de recesión, de expansión, conflictos, ...). De las referencias indicadas interesa señalar la elaboración del primer libro blanco del turismo en Cataluña (1983), con el que Cataluña se avanza al resto de las comunidades en este tipo de diagnosis, libro que constituyó la referencia básica para el diseño de la política turística de los años ochenta.

En el esquema cronológico (véase cuadro 3) aparece como hecho destacado la creación en 1986 del Consorcio de Promoción Turística de Cataluña (con participación del sector privado), inducido por el carácter universal del turismo, que hace imprescindible la colaboración del sector público con el sector privado. Por otra parte, la aparición del Consorcio fue interpretada como una estrategia para sortear, en buena medida, las limitaciones en la promoción exterior del turismo, que compete a la administración central, y también para completar dicha promoción. Su caracterización se realiza en el apartado siguiente, al analizar los cambios recientes de la estructura administrativa, donde se incluirán también las referencias a la Agencia Catalana de Tecnología Turística, creada en 1993 para afrontar las necesidades del sector relacionadas con la información, la innovación tecnológica y el estudio y conocimiento del turismo. Con un propósito parecido pero centradas, en este caso, en la necesidad de formación en turismo, nacen en 1989 el Instituto Superior de Estudios Turísticos y la Escuela Oficial de Turismo de la Generalitat de Cataluña.

En los primeros noventa, en unos años de crisis, dos hechos destacan principalmente. Por una parte, la promoción y financiación del estudio *Reforçament de l'avantatge competitiu del sector turístic a Catalunya* de 1992 (Generalitat de Catalunya, 1992b), encargado al equipo de M. Porter, y que puede entenderse como un «segundo» libro blanco del turismo en Cataluña, diez años después del «primero». Y, por otra parte, el *Debat sobre Política Turística* (celebrado los días 3, 4 y 5 de noviembre de 1992), primer y último gran debate sobre turismo realizado en el parlamento catalán en unos momentos de recesión del turismo receptivo y de conciencia generalizada de crisis del sector en Cataluña, explicitada por todos actores del sector, que trascendió a los medios de comunicación y a la opinión pública.

Los contenidos del estudio *Reforçament dels avantatges* y del *Debat* comprenden *grosso modo* los objetivos, los programas, los instrumentos y las estrategias de la política turística catalana de los años noventa, que por la importancia del sector y las necesidades inherentes al mismo aparecen planificadas a corto, medio y largo plazo. Del contenido del estudio *Reforçament* cabe subrayar, en primer lugar, que su parte III constituye una Propuesta de Política Turística, con el título de Plan de Competitividad para el sector del turismo en Cataluña, en el que se dedica un espacio a definir los objetivos y el papel asignado a la Generalitat; y, en segundo lugar, que el Plan comprende 8 programas a desarrollar en el futuro, y que sólo uno de ellos, el «2: Protección y recuperación del entorno turístico», incorpora la variable territorial de manera explícita.

En cuanto al contenido del *Debat* interesa recalcar la introducción o la aparición de algunos conceptos, como el de «una concepción catalana del turismo» o el de «la Nueva Política Turística del Gobierno de la Generalitat». La sistematización del contenido y resultados del debate permite distinguir distintas partes del mismo: situación, observación, *estrategias formuladas* después de la reflexión, que han de fundamentar la acción. Dichas estrategias son de tres tipos: 1. Estrategias globales, 2. Estrategias de crecimiento equilibrado y 3. Estrategias de marketing.

El debate puso de manifiesto la necesidad de introducir cambios en el modelo de desarrollo turístico seguido hasta entonces, para recuperar la competitividad del sector y poner los cimientos de una concepción catalana del turismo. El propio Conseller de Comercio, Consumo y Turismo planteó en su discurso los tres objetivos básicos para ello: 1) Crear riqueza, prosperidad y reequilibrio territorial; 2) Garantizar la competitividad y el sostenimiento a largo plazo de la actividad y 3) Potenciar la calidad del entorno material y humano.

Otro hito en la evolución del turismo catalán es la celebración de IV Congreso de Turismo de Cataluña, en 2001, que supuso un proceso de dinamización de todos los agentes, y un debate que alimentó los trabajos del proyecto de Ley del Turismo. Fue precisamente un año más tarde, el 15 de mayo de 2002, cuando el Pleno del Parlamento de Cataluña aprobó, con los votos a favor de 67 diputados y el voto en contra de 66, por tanto, con el apoyo parlamentario mínimo, la primera ley de turismo de Cataluña: Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña, un referente básico en la evolución de la política turística en Cataluña y a la que más adelante se dedica un apartado específico.

El último referente del esquema cronológico (véase cuadro 3) es el cambio político en el gobierno catalán del año 2003 y sus consecuencias. Desde principios de 2004 se inicia una «nueva etapa» en cuanto a la política turística de la Generalitat de Cataluña, nueva etapa que surge por el cambio en los partidos del gobierno catalán motivado por los resultados de las elecciones al Parlamento de noviembre de 2003: el «tripartito» de izquierda y catalanista desplaza a la coalición nacionalista de Convergencia y Unión (CiU), que gobernó Cataluña durante 23 años.

3.2. Objetivos, programas e instrumentos de la política turística del Gobierno de la Generalitat de Cataluña

El tiempo transcurrido desde el restablecimiento de la autonomía política en Cataluña, que se inicia el año 1980 después de dos años de Generalitat provisional, ya ha hecho posible los primeros balances y valoraciones de la actuaciones públicas del Gobierno de la Generalitat para el desarrollo del turismo, de su política turística en definitiva (Miguelsanz, 1994; López Palomeque, 1998; Cerveró y Pallàs, 1996; Navinés, 2000; Cerveró y Iglesias, 2000, entre otros).

Para conseguir los objetivos fijados por la Política Turística de Cataluña (Dirección General de Política Turística) se ha desarrollado, durante estos años, una serie de programas e instrumentos (véase cuadro 4). Según Miguelsanz (1994), en todo el proceso de diseño y elaboración de lo que se podría denominar «la arquitectura legislativa» del sector, Cataluña ha sido la pionera de todas las Comunidades Autónomas, produciendo unas ordenaciones avanzadas y en la línea diversos países europeos. En los diversos estudios realizados se analizan los objetivos, programas, instrumentos y los correspondientes resultados. En esta ocasión sólo se ha recogido la relación de los programas, que ilustran suficientemente sobre el contenido de la política turística catalana. La implementación de los programas, planes e instrumentos de la Política Turística de Cataluña ha sido, como consecuencia directa, un proceso de readaptación e innovación en los productos turísticos y de evolución «planificada» del turismo. En síntesis, los resultados de los años noventa han sido positivos y favorables para el sector (Miguelsanz, 1994; Cerveró y Pallàs, 1996; Cerveró y Iglesias, 2000), a lo cual se hará referencia en el último apartado.

En los últimos años la política turística catalana se había instalado en los objetivos e instrumentos de los años noventa. Solo la ya mencionada Ley de Turismo irrumpe como iniciativa «innovadora» pero, aún constituyendo el marco previsto para articular e impulsar

todas las normativas del sector y dado el cambio político ocurrido con posterioridad a la ley, se abre un interrogante sobre su viabilidad, máxime cuando los partidos ahora gobernantes votaron en contra de esta normativa marco.

Los partidos de izquierda que en 2003 forman el «tripartito» gobernante en Cataluña dedicaron páginas de sus programas electorales al «turismo». El acuerdo de gobierno catalanista y de izquierda firmado en diciembre de 2003 (Acord de Govern, 2003) también contempla un «programa de actuaciones en materia de turismo», con tres principales líneas programáticas a desarrollar: 1) La remodelación de la política de promoción de los recursos turísticos y las demarcaciones turísticas de Cataluña; 2) La planificación del desarrollo de las infraestructuras turísticas con el fin de hacer compatible el potencial de crecimiento

Cuadro 4
*PROGRAMAS E INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA
CATALANA (AÑOS OCHENTA Y NOVENTA)*

1.- Programa de actualización del producto turístico y mejora y adecuación de la oferta turística. Este programa incluye:

- El Plan de Modernización de los Ayuntamientos Turísticos.
- El Plan de creación de nuevos alojamientos de calidad.
- El Plan de creación de alojamientos turísticos en las comarcas de interior y montaña.
- El Plan de creación de oferta turística especializada.
- El Plan de adecuación de las casas de pagés como alojamiento turístico.
- El Plan de la Nieve (modernización de instalaciones en las estaciones de esquí).
- El Plan de instalaciones náutico-deportivas (potenciación de la oferta de amarres de uso público).

2.- Programa de Marketing y Promoción, que consta de:

- Creación del Consorcio de Promoción Turística de Cataluña y desarrollo del Plan de Marketing y Promoción.
- El Plan para la creación y edición de material publicitario, de información y promoción.
- El Plan para la creación de nuevas rutas en el interior.

3.- Programa de Información Turística, desglosado en los siguientes aspectos:

- El Plan de desarrollo, modernización y potenciación de las Oficinas de Información Turística.
- El Plan de Señalización Turística de Cataluña.

4.- Programa de Formación y Reciclaje, que incluye:

- El Plan de desarrollo de nuevos Centros de Formación Especializada.
- El Plan de Reciclaje Sectorial (inversiones directas en cursos y ayudas a empresas y agrupaciones de empresas y asociaciones).

5.- Programa de Estudio e Investigación.

6.- Programa legislativo y de ordenación, que consta de:

- Ordenación del sector de hoteles.
- Ordenación del sector de cámpings.
- Ordenación del sector de apartamentos.
- Ordenación del sector de agencias de viajes.
- Ordenación del sector de restaurantes.
- Ley de Centros Recreativos Turísticos.
- Ley de Disciplina de Mercado y Defensa de Consumidores y Usuarios.

Fuente: Miguelsanz, 1994; Cerveró y Pallàs, 1996.

económico, el equilibrio territorial y la sostenibilidad ambiental de las actividades; y, finalmente, 3) La configuración de una administración turística y un sistema de financiación de los recursos públicos que permitan el desarrollo de las actividades turísticas en condiciones de calidad y de futura viabilidad. La falta de una perspectiva temporal no permite, obviamente, un balance de estas líneas programáticas ni de las nuevas orientaciones de la administración pública catalana en materia de turismo.

5. La ley de turismo de Cataluña (2002), el último hito en la evolución de la política turística

La existencia de la Ley de Turismo de 2002 abre un nuevo escenario desde muchos puntos de vista pero, sin duda, define un nuevo marco para la gestión pública del turismo. Es por esta razón por la que se dedica este apartado a profundizar en sus características, con una lectura crítica centrada en la relación que existe entre gestión del turismo y el territorio (López Palomeque, 2003). El análisis de la Ley desde una aproximación territorial obliga a considerar, como premisas, al menos tres argumentos que constituirán el hilo conductor de su lectura: 1. El papel de la administración pública en los procesos de producción/ consumo turístico propios del escenario actual; 2. El territorio como variable ineludible de una ley de turismo; y 3. Las nuevas realidades territoriales turísticas y la gestión pública del turismo.

5.1. Las realidades territoriales turísticas en la Ley de Turismo de Cataluña

La Ley comprende, de acuerdo con las finalidades que la fundamentan, disposiciones y determinaciones sobre diversos componentes del sistema turístico o acciones del proceso de producción/consumo turísticos. A saber: 1. Los recursos turísticos; 2. Los sujetos turísticos; 3. La administración turística; 4. La inspección turística; y 5. El régimen sancionador. Con este orden e intencionalidad se ordenan, a su vez, los títulos, capítulos y preceptos de este marco normativo cuyo objeto es la ordenación y la promoción del turismo en Cataluña.

La lectura de la ley desde una aproximación territorial sugiere al menos cuatro consideraciones críticas. Estas cuatro consideraciones se identifican de la siguiente manera: 1) una diagnosis incompleta y unas finalidades sesgadas; 2) un tratamiento convencional de los recursos; 3) una discriminación/diferenciación turística del territorio ajena a la realidad; y 4) una administración turística con una inadecuada atribución de competencias. Por el interés en relación con los objetivos de este trabajo de investigación se desarrolla a continuación este último punto.

5.2. La administración turística: una inadecuada atribución de competencias

En relación a las determinaciones relativas a la Administración Turística, la Ley destaca la atribución de competencias entre administraciones, e informa de su carácter descentralizador y fomentador de la colaboración y cooperación entre todas las administraciones. El Título Cuarto es el dedicado a la Administración turística, y en este Título se puede leer que: «a los efectos de la ley, se consideran Administraciones competentes en materia de turismo: 1. La Administración de la Generalitat de Cataluña; 2. Los Ayuntamientos; 3. El resto de administraciones locales territoriales; 4. Los organismos autónomos y las entidades de derecho público que permanezcan adscritas o estén constituidas por cualquiera de las administraciones anteriores para el ejercicio de sus competencias turísticas».

La atribución de competencias recoge: 1. Competencias de la Generalitat; 2. Competencias municipales; 3. Competencias del Consejo General de Aran; 4. Competencias comarcales; 5. Régimen de las competencias provinciales. Otras disposiciones sobre la Administración Turística se encuentran en el artículo 72, sobre la coordinación interdepartamental y, en el artículo 73, sobre las relaciones interadministrativas.

De la interpretación del articulado de este Título, y teniendo en cuenta los argumentos que justifican la participación de la administración pública en los procesos de producción/consumo turísticos, se pueden señalar las siguientes valoraciones:

- No se resuelven diversos conflictos y problemas propios de la gestión territorial del turismo o de la gestión turística del territorio, como las competencias/ capacidad financiera; la subsidiariedad de la ley de turismo frente a otras leyes o el carácter horizontal del turismo y el carácter vertical de la ley.
- Se contempla una atribución de responsabilidades finalistas, pero no la capacidad de decisión y la capacidad financiera. Puede parecer más un inventario de obligaciones que la dotación real de herramientas y medios para tener capacidad de gestión (capacidad normativa y también medios de gestión).
- Se detecta una fuerte carga de voluntarismo, y hasta cierta ingenuidad, al plantear la necesaria relación interdepartamental y interadministrativa (coordinación, cooperación). Es necesario apoyar jurídicamente los entes de cooperación/coordinación, es decir, los entes o comisiones reglamentados y contemplados en la ley, para afrontar la falta de una gestión pública turística en esta dirección: constituir una Comisión Interdepartamental, un Consejo del Turismo (sector público y privado), entre otros posibles.

Para finalizar este análisis de la Ley, constatar tres valoraciones: 1. La Ley llega tarde en comparación con la situación en otras comunidades autónomas, puesto que casi todas ya tienen ley de turismo. Cataluña se ha rezagado, lo que sorprende puesto que siempre había sido pionera en el despliegue de la legislación turística; 2. La Ley se aprobó en el Parlamento con un solo voto de diferencia, sin amplia mayoría y sin consenso. Sorprendió por cuanto el discurso oficial avala el mensaje de que el turismo es cosa de «todos», pero sin embargo en esta ocasión estructural no ha podido ser; y 3. Una vez aprobada la Ley, se inició su despliegue, que siguió en los meses siguientes. La Ley se ha de «completar» con una reglamentación posterior para abordar muchos temas como la financiación de los municipios turísticos, el desarrollo de un plan de turismo o la creación de la Agencia Cataluña Turismo que ha de sustituir el actual Consorcio de Turismo de Cataluña, proyectos que suponen verdaderos retos de futuro.

6. Balance provisional: límites, dimensión territorial y estrategias adaptativas de la política turística

6.1. Los límites del balance de la política turística

El tiempo transcurrido desde la última reestructuración del organigrama de la Administración Turística —enero 2004— no permite realizar una valoración del nuevo rumbo de la política turística catalana, aunque sí de la gestión turística de la Generalitat de Cataluña en los últimos veinte años. Los cambios políticos recientes han provocado diversas expectativas y han dado lugar a posicionamientos sobre el tema, con posturas favorables y posturas

desfavorables al nuevo organigrama, tal como ocurrió en 1996/97, si bien ahora —al contrario de lo que sucedió entonces— predomina la opinión más favorable por el hecho de que ahora con el «nuevo» Departamento de Comercio, Turismo y Consumo la Administración Turística tiene mayor peso en el seno del departamento.

El balance global de cualquier política turística —y ello es aplicable a lo sucedido en Cataluña ya en las dos últimas décadas— ha de vencer factores restrictivos basados en una serie de condicionantes en torno a la medición y evaluación del conjunto de acciones que conforman la intervención pública en turismo. Entre dichas circunstancias cabe citar, al menos, las siguientes: la propia conceptualización del turismo, como fenómeno complejo y diverso; el carácter difuso y/o intangible de muchas de sus manifestaciones; la multiplicidad (carácter multisectorial y multiescalar de la intervención pública), la dispersión y, a menudo, la descoordinación de las acciones y niveles administrativos de actuación; los cambios y la alternancia política en los gobiernos, que pueden introducir discontinuidades, rupturas en las políticas turísticas (este no es el caso de Cataluña puesto que la coalición Convergencia y Unió ha sido la única responsable de formar gobierno desde 1981 a 2003). No obstante, se puede añadir, por una parte, que el rigor en el balance es posible cuando la metodología se orienta a la consideración desagregada de los distintos objetivos, acciones y niveles, y cuando se someten a valoración específica. Y, por otra parte, también hay que recordar que *grosso modo* el grado de eficacia de la política turística se suele asociar, en términos de valoración, a los resultados de las temporadas turísticas y a la buena o mala marcha del sector. En este sentido, se puede afirmar que, si se considera la sucesión de balances coyunturales, Cataluña cuenta con una evolución favorable, salvo algunos episodios de recesión motivados por factores exógenos. Y, en cuanto al balance básico, se puede afirmar que Cataluña ha ido construyendo unos factores estructurales positivos que le han permitido, en conjunto, aumentar la competitividad como destino turístico (Cerveró y Pallàs, 1996; Navinés, 2000; Cerveró y Iglesias, 2000).

La intervención de la administración pública en el turismo ha constituido un destacado factor de desarrollo y despliegue del turismo en Cataluña. A modo de conclusión, se pueden identificar de manera esquemática dos orientaciones en dicha intervención: a) la formulación de estrategias de desarrollo del turismo, es decir, objetivos y estrategias de política turística para el desarrollo del sector turístico, como corresponde a cualquier otro sector del tejido productivo del país, y de la competitividad y eficiencia del sistema turístico catalán; b) la instrumentalización del valor estratégico del turismo, que se manifiesta con mayor o menor intensidad a distintas escalas y en los ámbitos económico, territorial y político; y que se concreta en la concepción del turismo como estrategia para conseguir un cúmulo objetivos que se sintetizan en la expresión «*per fer país*». Así, el turismo es una actividad económica dinámica y en crecimiento, y por eso su distribución territorial ha de permitir una redistribución espacial de la riqueza y un reequilibrio territorial de Cataluña. Cabe añadir, en referencia al ámbito «político», que es de todos sabido el valor añadido que tiene el turismo, por su significado (dimensión social, dimensión comunicativa y mediática,...) y por ser una actividad de «relación con el exterior», lo cual explica que el turismo se haya concebido como un instrumento de difusión del hecho diferencial catalán, de promoción y proyección exterior de Cataluña.

6.2. El territorio y la política turística

Ante la pregunta sobre ¿cuál ha sido la consideración del «territorio» —su presencia o ausencia en sus diversos significados— como variable en las políticas turísticas de Cataluña?, o sobre ¿cuáles han sido las estrategias territoriales explícitas en materia de política

turística?, la respuesta es que en Cataluña la política turística (o políticas turísticas) no ha incorporado de forma explícita la «variable territorial» y su conceptualización e instrumentación en la política turística a lo largo de los últimos veinte años no están exentas de contradicciones. Ello se ha debido a varias causas que a continuación se indican:

1. El *handicap* de la Ley del Suelo y los principios básicos y criterios de planeamiento urbano y zonificación de usos, que evidencia la necesidad de unas normas específicas para el urbanismo y la planificación del espacio turístico (Vera y Marchena, 1996). Este *handicap* es general del conjunto de España y se evidencia, obviamente, en una región de gran intensidad turística como es Cataluña.
2. El sistema turístico catalán se encuentra en un estado o fase de consolidación, un estadio de madurez, y en consecuencia el sistema turístico catalán tiene como reto conseguir la eficacia del modelo. Priman, pues, las estrategias y medidas orientadas a la mejora, modernización y complementación de los componentes del sistema, particularmente del ámbito empresarial, que busca la competitividad a través de la gestión.
3. Cataluña es una región densamente poblada, en términos relativos, con un poblamiento antiguo y que ha sido jerarquizado recientemente; es en buena parte multifuncional y de estructura compleja y diversa.

El proceso de redacción y aprobación de la reciente Ley del Turismo de Cataluña (2002) creó expectativas positivas para resolver en parte la escasa atención que se había dado al «territorio» en la política turística catalana hasta entonces. Sin embargo, se aprobó la Ley y ésta defraudó en este sentido puesto que las realidades territoriales no son incorporadas de manera adecuada en la Ley. Así pues, desde una perspectiva territorial y administrativa, la ley fue aprobada con unos contenidos que pueden considerarse como mínimos, ya que de hecho se limita a recoger y recopilar normativas anteriores que formaban el corpus normativo vigente (decretos y disposiciones), sin considerar a fondo muchos temas y dejando para una reglamentación posterior los más importantes.

Se puede afirmar que, en general, no ha preocupado el territorio turístico, sino que ha preocupado el territorio catalán. No obstante, la nueva política turística no puede obviar la variable territorial (en sus diversas condiciones geográficas) por cuanto la competitividad ha de fundamentarse, entre otros factores, en la calidad del entorno; por la condición de sostenibilidad implícita en cualquier propuesta de desarrollo turístico; y por su papel (pasado, presente y futuro) como factor estratégico del desarrollo local y regional, en cuyo marco se articula el tratamiento —diagnóstico y pronóstico— de la marginalidad territorial y socioeconómica.

6.3. La concepción e instrumentalización del turismo como estrategia de desarrollo

La percepción del turismo como factor de desarrollo del mundo rural y de espacios en crisis es un hecho que cabe destacarse, ya que la función estratégica del turismo ha sido asumida por: a) los dirigentes, promotores locales y agentes socioeconómicos en general; en los que se observa un cierto grado de espontaneidad que conduce a una promoción y desarrollo de carácter endógeno; y b) por los gobernantes e instituciones regionales, estatales y comunitarias. En este último contexto es obligado subrayar que desde finales de los años ochenta en el seno de la Unión Europea se explicita la función social y económica del mundo rural, con políticas globales que sustituyen a las políticas sectoriales anteriores. Interesa destacar, asimismo, el protagonismo que se le reserva al «turismo

rural» en esta valoración, que es contemplado como factor de desarrollo y factor clave para el futuro de estas áreas, que en parte presentan la condición de marginalidad.

La política territorial y turística de la Generalitat de Cataluña ha contemplado como objetivo el equilibrio del desarrollo del turismo en las zonas ya explotadas y en las potenciales (atenuar las asimetrías de los espacios litorales, por ejemplo, en cantidad y calidad de la oferta) y, por otra parte, el turismo como generador de riqueza y como factor de reequilibrio del territorio catalán (López Palomeque, 1997). Estos presupuestos —recurrentes en todos los debates— se explicitan en los documentos que recogen dichas políticas: las directrices generales para la elaboración de la Ley Territorial de Cataluña, de 1983; el Plan Territorial de Cataluña, de 1993; o, en materia específicamente de turismo, la diagnosis y propuestas del estudio *Reforçament de l'avantatge competitiu del sector turístic a Catalunya* (Generalitat de Catalunya, 1992b) y el *Debat sobre Política Turística* (Generalitat de Catalunya, 1992a) y más recientemente en la *Ley de Turismo de Cataluña* (2002). Pero, además de la explicitación textual, estos objetivos se han traducido en acciones llevadas a cabo por la Dirección General de Turismo y otros organismos. Una de las estrategias y líneas de promoción de la administración regional catalana se ha concretado en la promoción y desarrollo de turismos específicos de interior y montaña, destacando el turismo rural.

6.4. La adaptación de la política turística a los nuevos escenarios

En la evolución de Cataluña como espacio turístico y en la evolución de los espacios turísticos de Cataluña se identifican las diversas fases del ciclo evolutivo de los productos/destinos turísticos. En clara correspondencia con los rasgos definidores de cada una de las etapas, de las situaciones, también en la historia reciente de Cataluña se identifican, a grandes rasgos, la sucesión de tres políticas turísticas distintas que, utilizando la terminología de Fayos Solà (1996), son: la política de desarrollismo, la política de visión veraniega y la nueva política turística, que en el caso catalán se está esbozando en los últimos años (IV Congreso de Turismo de Cataluña en 2001; Ley del Turismo de Cataluña en 2002; cambio de partidos en el gobierno de la Generalitat, cambios en la estructura organizativa de la administración turística).

Conviene insistir en el hecho que en todas las fases evolutivas el papel de la administración pública como actor del proceso de producción-consumo turísticos ha sido destacado, y que en la nueva política turística se le reserva asimismo un papel básico, si cabe aún más activo (Fluviá y Mena, 1998). Ello se fundamenta en las nuevas coordenadas del escenario turístico, en los nuevos rasgos del mercado y en el significado que, en este marco de mayor competencia y de búsqueda de la competitividad, tiene la calidad del entorno, que a determinadas escalas se escapan del interés y/o competencia del sector privado. Como señala Fayos Solà (1996), las actuaciones de las administraciones públicas —a distintos niveles— puede afectar el logro de esa calidad y eficiencia, aún cuando las medidas administrativas no vayan explícitamente dirigidas al sector turístico, y de ahí la creciente convicción de que el propio modelo organizativo de las administraciones con competencia en turismo constituye un factor clave para la competitividad de empresas y enclaves turísticos, puesto que difícilmente se encuentran sectores de esta magnitud donde los efectos externos jueguen un papel tan importante, o donde la provisión de determinadas tipologías de información o de infraestructuras urbanas o de comunicación tengan un carácter crucial.

Existen, pues, argumentos que avalan el papel de la administración pública en el devenir del turismo (Cerveró y Pallàs 1996; Fayos-Solà, 1996; Fluviá y Mena, 1998;

López Palomeque, 1999). Esta afirmación es aplicable a todos los niveles y, en consecuencia, a la Administración turística catalana. Pero, ello no impide que existan sombras y dudas sobre el tema. Cabe preguntarse, en este sentido, por ¿cómo afectará el contexto de liberalización y de desregulación, de internacionalización creciente, en las políticas turísticas?; y en el caso español, cuál es el balance del repliegue de la Administración turística del Estado (central) como consecuencia de las transferencias a las comunidades autónomas y cuáles son las nuevas exigencias y escalas de actuación en materia de intervención pública? (Bote y Marchena, 1996). Sin duda, las estrategias de colaboración y concertación entre administraciones y entre estas y el sector privado, serán condiciones deseables, pero también imprescindibles, para asegurar el éxito de la evolución del turismo. En 2004, por los hechos ya explicados, se inicia una nueva etapa en la política turística catalana, con numerosos retos que presuponen un nuevo esfuerzo de adaptación de la gestión pública a nivel autonómico a las necesidades del turismo.

7. Bibliografía

- AA.VV. (2002): «IV Congrés de Turisme de Catalunya», en *Etc. Estudis de Turisme de Catalunya*, nº 8, monográfico, junio 2001.
- ACORD PER A UN GOVERN Catalanista i d'Esquerres a la Generalitat de Catalunya (14 de desembre de 2003). Barcelona. Iniciativa per Catalunya Verds (ICV), Partit dels Socialistes de Catalunya Ciutadans pel Canvi (PSC), y Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) (Documento). Barcelona.
- AGUILÓ PÉREZ, E. (1996): «Factores de cambio en el turismo: Políticas a desarrollar», en *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Universidad de Oviedo, Servicios de Publicaciones. Oviedo, pp. 21-40.
- ANTON CLAVÉ, S. y VERA REBOLLO, F. (1997): «Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio», en OLIVERAS, J. y ANTON, S. (eds.), *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*. Grup d'Estudis Turístics, Unitat de Geografia, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, pp. 5-44.
- ARCARONS SIMO, R. (2001): «La Llei de Turisme de Catalunya. Una llei necessària». *Jornada Municipi i Turisme. Reflexions sobre el Projecte de llei de turisme de Catalunya* (Vilanova i la Geltrú, diciembre de 2001), 14 p.
- ARCARONS SIMÓN, R. (1999): *Manual de derecho administrativo turístico*. Editorial Síntesis. Madrid.
- BAGÓ, R. (1981): «El turismo en Cataluña», en *Información Comercial Española*, nº 571, pp. 87-92.
- BARRADO TIMÓN, D. (2001): «Ordenación territorial y desarrollo turístico. Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación territorial del turismo en al España de las autonomías», en *Estudios Turísticos*, nº 149, pp. 3-22.
- BAYÓN, F. (Dir.) (1999): *50 años de turismo en España*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces- Escuela Oficial de Turismo.
- BLANCO HERRANZ, F.J. (1998): «Descentralización y cooperación interadministrativa en el turismo español: proceso, instrumentos y propuestas de futuro», en *Estudios Turísticos*, nº 137, pp. 67-86.
- BLANQUER, D. (Dir.) (2002): *Ordenación y gestión del territorio turístico*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- BOTE, V. y MARCHENA, M. (1996): «Política turística», en A. PEDREÑO, A. y MONFORT, V. (Dirs.) *Introducción a la economía del turismo en España*. Edit. Cívitas. Madrid, pp. 295-326.
- CALS, J. (1974): *Turismo y política turística en España: una aproximación*. Ed. Ariel. Barcelona.
- CALS, J. (1986): *La Costa Brava i el turisme. Estudis sobre la política turística, el territori i l'hoteleria*. Edit. Kapel SA. Barcelona.
- CERVERÓ, J. y IGLESIAS, O. (2000): «Cap a un nou model de turisme a Catalunya? (Estudis Monogràfics 1)», en *Memòria econòmica de Catalunya*. Consell de Cambres de Catalunya. Barcelona, pp. 181-189.

- CERVERÓ, J. y PALLAS, J.M. (1996): «Las estrategias turísticas en el territorio catalán», en *Arquitectura y Turismo: Planes y Proyectos*. Centre de Recerca i Projectes de Paisatge (CRPP) de la Universitat Politècnica de Catalunya. Barcelona, pp. 71-86.
- DEPARTAMENT DE COMERÇ, CONSUM I TURISME: *Memòria del Departament de Comerç, Consum i Turisme* (diversos años). Generalitat de Catalunya. Barcelona.
- ESTEVE SECALL, R. y FUENTES GARCÍA, R. (2000): *Economía, historia e instituciones del turismo en España*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- FAYOS-SOLÀ, E. (1996): «La Nueva Política Turística», en *Aquitectura y turismo: planes y proyectos*. Centre de Recerca i Projectes de Paisatge (CRPP) de la Universitat Politècnica de Catalunya. Barcelona, pp. 59-70.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. (2001): *Derecho administrativo del turismo*. Editorial Marcial Pons. Madrid.
- FLUVIÀ, M. y MENA, F.X. (1998): «Política turística: entre la sostenibilidad y el desarrollo económico», en *La competitividad turística del municipio*. ESADE, Estudios de Gestión Turística. Barcelona, pp. 34-41.
- FONT URGELL, X. (2002): *La gestió pública del turisme a Catalunya: El paper de la Diputació de Barcelona*. Universidad de Barcelona. Trabajo de Investigación (inédito).
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1992a): *Debat de Política Turística* (Parlament de Catalunya, noviembre 1992). Departament de de Comerç, Consum i Turisme. Barcelona.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1992b): *Reforçament de l'avantatge competitiu del sector turístic a Catalunya*. Departament de Comerç, Consum i Turisme. Generalitat de Catalunya. Barcelona.
- IVARS BAIDAL, J. (2003): *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Editorial Síntesis. Madrid.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1997): «La generalización espacial del turismo en Cataluña y la nueva dialéctica litoral-interior», en *Dinámica litoral-interior* (2 vols). Santiago de Compostela, A.G.E. y Universidad de Santiago de Compostela, pp. 409-418.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1998): «Cambios en la organización y en la política turísticas de Cataluña en los años noventa», en *Foros sobre el Turismo entre España, Portugal e Iberoamérica: proximidad cultural y distancia geográfica*. AECIT. Cáceres. 18 págs.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1999): «Política turística y territorio en el escenario de cambio turístico», en *Boletín de la A.G.E.*, nº 28, pp. 23-38.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2001): «Deregulation and marginality. New public policies and new approaches the planning of tourism», en JUSSILA, J. and MAJORAL, R. *Globalisation and marginalisation in geographical space*. Ashgate Publishing. Aldershot (GB), pp. 159-171.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2003): «La Ley de Turismo de Cataluña. Un nuevo instrumento normativo en la evolución de la política turística», comunicación en *XVIII Congreso de Geógrafos Españoles* (Barcelona, septiembre de 2003), Universidad Autónoma de Barcelona.
- LLEI DE TURISME CATALUNYA (2002) (Llei 13/2000, de 21 de juny). Barcelona, Quaderns de Legislació núm. 38, Generalitat de Catalunya, Departament d'Indústria, Comerç i Turisme. Barcelona.
- MAJORAL, R. (—coord.—); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; FONT, J. y SÁNCHEZ AGUILERA, D. (2002): *Cataluña. Un análisis territorial*. Editorial Ariel. Barcelona.
- MIGUELSANZ ARNALOT, A. (1983): *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Departamento de Presidencia. Barcelona.
- MIGUELSANZ ARNALOT, A. (1994): «El sector turístico a Catalunya», en *L'economia catalana davant del canvi de segle*. Generalitat de Catalunya, Departament d'Economia i Finances. Banco Bilbao Vizcaya. Barcelona, pp. 233-252.
- MONFORT MIR, V.M. (2000): «La política turística: una aproximación», en *Cuadernos de Turismo*, nº 6, pp. 7-27.
- MONTANER MONTEJANO, J. (2002): *Política y relaciones turísticas internacionales*, Ed. Ariel. Barcelona.
- MUNTANYOLA, A. (1932): *Organització turística de Catalunya*, Barcelona. Artes Gràfiques l'Estampa.

- NAVINÉS, F. (1997): «El turismo en Cataluña», en *La actividad turística española en 1995*. AECIT. Madrid, pp. 395-412.
- NAVINÉS, F. (1998): «El turismo en Cataluña», en *La actividad turística española en 1996*. AECIT y Grupo Nexo. Madrid, pp. 281-292.
- NAVINÉS, F. (2000): «Cataluña», en *La actividad turística española en 1999* (Edición 2000). Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Madrid, pp. 317-327.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, C. (Dir.)(1999): *Historia de la economía del turismo en España*. Cívitas. Madrid.
- SANCHO, A. (1998): *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT). Madrid.
- TURRO VICENS, J. (1978): «Text i anàlisi dels decrets de transferència de competències a la Generalitat de Catalunya: Turisme», en *CEUMT. Butlletí del Centre d'Estudis Urbanistics, Municipals i Territorials*, nº 7, pp. 66-70
- VALDÉS PÉREZ, L. (2002): «La política turística de la Unión Europea. Nuevas orientaciones», en AA.VV. *Memoria del IV Congreso Andaluz de Turismo*. Concierto de Cámaras de Comercio de Andalucía, Junta de Andalucía. Jaén, pp. 201-219.
- VERA, F. y MARCHENA, M. (1996): «El modelo turístico español: perspectiva económica y territorial», en *Introducción a la economía del turismo en España*. Editorial Cívitas, Madrid, pp. 327-364.
- VERA, F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. y ANTÓN, S. (1997): *Análisis Territorial del Turismo*. Editorial Ariel. Barcelona.
- ZABIA, M. (1998): «Política turística de la administración central», en *La actividad turística española en 1996*. AECIT y Grupo Nexo. Madrid, pp. 139-146.