

¿Una Política Turística Común? La opinión de expertos y turistas

A Common Tourist Policy? The Opinion of Experts and Tourists

Mercedes Jiménez García (*) y José Ruiz Chico (**)

Resumen

Para muchos de los países de la Unión Europea, el turismo se configura como un sector de gran importancia. Es por ello que su política turística ha sufrido un proceso de desarrollo paulatino y adquisición de importancia dentro del ámbito de las instituciones comunitarias. Este proceso puede o no desembocar en una Política Turística Común respecto a la cual se analiza la visión del turista, a través de un proceso de encuestación y de un grupo de expertos en turismo, a través de entrevistas.

Palabras clave: política turística común, Unión Europea, encuestas, turistas, entrevistas.

Abstract

For many of the countries of the European Union, the tourism is formed as a sector of great importance. Because of it his tourist policy has developed little by little and has acquired importance in the community institutions. This process can or not give place to a Common Tourist Policy. On this topic the point of view of the tourist is analyzed, across surveys and and the point of view of a group of experts in tourism, across interviews.

Key words: common tourist policy, European Union, surveys, tourists, interviews.

JEL: F02, L83

(*) Universidad de Cádiz

Departamento de Economía General

Facultad de CCEE y Empresariales, Sede Jerez

Avda. de la Universidad s/n, Edificio de Despachos y Seminarios, 1170

Jerez de la Frontera, Cádiz, España

mercedes.jimenezgarcia@uca.es , Tfno. 956037871

(**) Universidad de Cádiz

Departamento de Economía General

Facultad de CC Sociales y de la Comunicación

Avda. de la Universidad s/n, Edificio de Despachos y Seminarios, 1220

Jerez de la Frontera, Cádiz, España

jose.ruizchico@uca.es , Tfno. 956037751

Área Temática: Integración

Comunicación

V Premio José Luís Sampedro

1. INTRODUCCIÓN

La importancia del sector turístico para muchos de los países de la Unión Europea (UE), lleva a plantearse si el reflejo económico de este sector encuentra su paralelismo en el ámbito normativo en el que se enmarca. A partir de aquí, se deriva la necesidad de recapitular, brevemente la evolución legislativa en el seno de la Unión de esta materia y su significación, así como a plantearnos si existe la necesidad de la creación de una Política Turística Común (PTC). Para dar respuesta a este interrogante se realiza un proceso de encuestas a un grupo de turistas y de entrevistas a expertos turísticos.

2. IMPORTANCIA Y SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA UE

En la actualidad, nos encontramos inmersos en un proceso de desarrollo y rápido crecimiento del sector turístico que se está configurando como actividad motora para la economía de numerosos países emergentes, de igual manera que ya lo es de otros más experimentados en este sector, como ocurre en el caso español.

Se ha comprobado que, desde mitad del siglo pasado (J. Raboteur, 2000), aunque de forma más acuciante en los últimos años, existe una tendencia hacia un crecimiento mucho mayor tanto de la llegada de turistas como del gasto que realizan en el país de destino, en las zonas de Asia y el Pacífico, Oriente Medio y África, frente al lento incremento en estos parámetros de los continentes europeo y americano, que han sido desde antaño, y aún en la actualidad, los principales receptores turísticos en términos absolutos.

A partir de datos proporcionados por la OMT (2006), respecto a dos parámetros significativos a nivel turístico, llegadas e ingresos de turistas internacionales desde 1990 a 2005, se han podido observar algunos datos significativos (Cuadros 1 y 2) conducentes a la realización de diversas afirmaciones:

Cuadro 1. Llegadas de turistas internacionales (en miles)

	1990	1995	2000	2003	2004	2005*	Cto. medio anual (%) (1990-2005)
EUROPA	265.647	315.009	395.894	407.113	424.449	441.528	3,45
•Europa del Norte	31.624	40.077	45.768	45.814	49.641	52.868	3,49
•Oeste europeo	108.626	112.184	139.658	136.076	139.043	142.689	1,84
•Centro/Este europeo	31.490	60.028	69.712	78.457	86.278	87.927	7,09
•Sur/Mediterráneo europeo	93.907	102.720	140.756	146.766	149.487	158.044	3,53
AMÉRICA	92.804	109.029	128.164	116.755	113.161	125.739	2,05
ÁFRICA	15.231	20.433	28.284	31.567	34.453	37.312	6,16
ASIA Y EL PACÍFICO	56.138	82.747	111.372	126.075	114.237	145.491	6,55
ORIENTE MEDIO	9.630	13.704	24.183	29.538	36.265	39.023	9,78

* Cifras provisionales.

FUENTE: Elaboración propia a partir de UNWTO: Tourism Market Trends, 2006.

Cuadro 2. Ingresos de turistas internacionales por territorios de destino (millones de \$ US)

	1990	1995	2000	2003	2004	2005*	Cto. medio anual (%) (1990-2005)
EUROPA	142.885	212.159	232.486	283.423	328.498	348.263	6,12
•Europa del Norte	26.267	33.916	35.932	41.136	48.886	53.818	4,90
•Oeste europeo	63.114	80.821	82.774	103.183	117.624	121.940	4,49
•Centro/Este europeo	2.097	19.633	20.375	24.079	28.976	32.328	20,00
•Sur/Mediterráneo europeo	51.408	77.788	93.405	115.025	133.011	140.176	6,92
AMÉRICA	69.274	98.439	130.797	114.231	132.022	144.556	5,03
ÁFRICA	6.402	8.500	10.503	16.124	19.187	21.526	8,42
ASIA Y EL PACÍFICO	46.474	80.700	90.207	98.363	129.523	140.765	7,67
ORIENTE MEDIO	5.124	10.905	17.567	22.459	25.474	27.557	11,87

* Cifras provisionales.

FUENTE: Elaboración propia a partir de UNWTO: Tourism Market Trends.

En los últimos quince años, desde 1990, son Europa y América junto con la zona de Asia y el Pacífico, los que ocupan las primeras posiciones en volumen e ingresos turísticos internacionales, situándose el continente europeo siempre en primer lugar. No obstante, también se observa que el crecimiento turístico en las zonas europea y americana es mucho menor que el de los otros territorios, por lo tanto, de seguir así se puede suponer que tanto Europa como América pueden llegar a perder su liderazgo en valor absoluto, ya que ya lo han perdido en lo que a índice de crecimiento en estos parámetros turísticos se refiere.

La participación en cuanto a porcentaje de ingresos recibidos del turismo internacional en Europa y América, ha sufrido un ligero descenso desde los años noventa, si bien es cierto que menos pronunciado, en términos porcentuales, que el decremento que han experimentado en el volumen de turistas recibidos.¹ Por lo tanto, esta observación permite apuntar que, aunque estos continentes están acusando la aparición de nuevos destinos turísticos exóticos (como pueden ser algunos países asiáticos, de Oriente Medio e incluso del Este Europeo), no se percibe tanto este efecto en cuanto a volumen de ingresos se refiere, de lo que se

¹ El continente europeo ha pasado de recibir el 52.89 por ciento del total de ingresos por turismo internacional mundial, a recibir el 51.02 por ciento en 2005. Para estos mismos periodos, la evolución del continente Americano, África, Asia y el Pacífico conjuntamente, y Oriente Medio ha sido de 25.64 a 21.18 por ciento; 2.37 a 3.15 por ciento; 17.20 a 20.62 por ciento y 1.90 a 4.04 por ciento, respectivamente. (Elaboración propia a partir de UNWTO: Tourism Market Trends, 2006)

deduce que el turista que visita Europa o América tiende a gastar actualmente más que antaño.²

Profundizando un poco más en lo que al continente europeo se refiere en estos años, se ha comprobado cómo las zonas del Centro y Este europeo presentan un importante índice de crecimiento turístico, encontrándose en pleno desarrollo de este sector, frente a otras zonas tradicionalmente turísticas, como las del Oeste y Mediterráneos europeos, con índices más bajos.

Atendiendo al ranking de los primeros países mundiales tanto por llegadas como por volumen de ingresos de turistas extranjeros, se puede decir que, la zona que concentra mayor número de países es Europa, figurando también, aunque de forma minoritaria, algunos pertenecientes al continente americano y a la zona de Asia y el Pacífico. Aunque no figuran países de Oriente Medio o África, si continúa la tendencia mantenida por estos territorios, con ratios de crecimiento turístico superiores a los de Europa y América, pueden llegar a convertirse en importantes competidores de las zonas tradicionalmente turísticas.

También se debe destacar la existencia de un mayor número de destinos turísticos relevantes europeos a nivel mundial, en comparación con el resto de zonas estudiadas. Así por ejemplo, para América o Asia y Oceanía, el turismo se concentra básicamente en un número limitado de países que acaparan el mayor volumen de llegada e ingresos por turismo internacional, mientras que en Europa existe una mayor dispersión.

Entre los principales países turísticos a nivel mundial destacan Francia, España y Estados Unidos, tanto por volumen de llegadas como de ingresos turísticos internacionales. A nivel europeo, los tres primeros países siguiendo estos mismos parámetros son Francia, España e Italia. No obstante, si se hace referencia al indicador de crecimiento medio anual, presentan un mayor índice de crecimiento turístico los países calificados actualmente como “emergentes,” tales como China, Turquía o Malasia.

De ello se deduce que, si se aúnan las dos corrientes comentadas, por una parte la ralentización del crecimiento turístico de los países europeos y americanos y por otra el rápido crecimiento y desarrollo de los países emergentes asiáticos o de Oriente Medio, se puede afirmar que las tendencias de los turistas están cambiando a favor de estos nuevos destinos que se están desarrollando y que ofrecen una cultura, tradiciones, valores, gastronomía e idiosincrasia exóticas respecto a los países desarrollados. De ahí que estén adquiriendo una progresiva relevancia como competidores para los países turísticos por excelencia.

Por lo tanto, a raíz de la determinación del peso histórico del continente europeo como primer destino turístico mundial, la importancia de este sector para gran parte de los países que lo integran tanto de forma tradicional como en los últimos años, y el crecimiento de otros países emergentes competidores, se plantea la siguiente investigación en la que nos cuestionamos sobre la posible continuidad del desarrollo del sector turístico europeo a través de una Política Turística Común,

² Existen numerosos estudios e informes que corroboran esta tendencia. Sin embargo, se remarca la misma circunstancia que la observada para el periodo 1950-2005: a pesar de que el turista actual gaste más en el país de destino que hace unos años, de las cinco extensiones territoriales que se están estudiando, Europa y África son las únicas zonas cuyo crecimiento de sus ingresos por turismo internacional per cápita desde 1990 es inferior a la media mundial. Se ha observado este mismo comportamiento en Oriente Medio los años 1990, 2004 y 2005. (Elaboración propia a partir de UNWTO: Tourism Market Trends, 2006)

concebida como un paso más hacia el proceso de integración europea y como eje fomentador y promotor del turismo, dotando de ventajas competitivas a los Estados Miembros frente al incremento de competencia de otros territorios.

Para intentar dar respuesta a esta cuestión planteada, se sigue el siguiente esquema: en el segundo epígrafe, se realiza una breve mención teórica sobre la evolución de la política turística en el seno comunitario, sobre todo realizando mención expresa a los más relevantes hitos acontecidos en relación a una posible Política Turística Común. En el tercer epígrafe se describe la metodología empleada para la realización de la parte empírica de esta investigación, explicitando la tipología de selección muestral realizada, la forma de encuestación y entrevista, etc. Posteriormente, en el cuarto apartado se exponen los resultados alcanzados a través del estudio y en el quinto se recogen las principales conclusiones.

3. EVOLUCIÓN DE LA NORMATIVA TURÍSTICA, ¿HACIA UNA POLÍTICA TURÍSTICA COMÚN?³

En lo que respecta a la ordenación turística de los diferentes Estados miembros de la UE, ésta no se ve afectada sólo por las respectivas legislaciones nacionales, sino que es necesario hacer referencia también a dos entes supranacionales que inciden sobre ella: la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Unión Europea (UE).

Sin embargo, hay que señalar que su grado de incidencia es diferente: por un lado, los documentos relativos a turismo emanados de la OMT que no obligan a los países miembros, por otro, los provenientes de la Unión, entre los que se pueden encontrar tanto Reglamentos, Directivas y Decisiones, que sí son de obligado cumplimiento para los Estados miembros (aunque con diferentes grados de obligatoriedad), así como Recomendaciones y Dictámenes.

La mayor parte de los países comunitarios (diecinueve de los veintisiete) forman parte de los 154 miembros de la OMT, cuyo objetivo fundamental es: *“Promoción y desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, y la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión.”*⁴

La OMT elabora diversos documentos referentes a la actividad turística que sirven de guía para definir las principales líneas de actuación de los Estados en este sector. Entre ellos destacan:

- La Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980)
- El Documento de Acapulco (1982)
- La Carta del Turismo y Código del Turista (1985)
- La Declaración de La Haya sobre Turismo (1989)
- La Carta de Aalborg (1994)
- La Carta del Turismo Sostenible (1995)
- La Declaración de Calvià (1997)
- El Código ético mundial para el Turismo (1999)
- La Declaración de Québec (2002)

³ No es nuestra intención definir cuál debe ser el contenido de una Política Turística Común, sino que queremos hacer referencia a la voluntad por parte de los Estados miembros de mantener ciertas normas comunes en materia turística, consideradas de forma independiente al resto de las actividades económicas y definidas globalmente por el sector de actividad al que se refieren.

⁴ Estatutos de la OMT. Artículo 3.1.

- La Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático (2003)
- La Declaración de Davos (2007)

En cuanto a la Unión Europea, y en relación al sector que centra esta investigación, se debe señalar que el turismo, actualmente, no figura expresamente como materia comunitaria (en el portal de la UE- http://europa.eu/index_es.htm- se enumeran un total de 32 actividades de la UE, desde “Aduanas” a “Transportes”, no figurando entre ellas “Turismo”).

Los organismos comunitarios representantes y defensores de los intereses de este sector se limitan a (siguiendo a E. Valdés del Fresno, 2002): en el seno del Consejo, un grupo de Turismo; en el seno de la Comisión, la Dirección de Servicios, Comercio, Turismo, E-business e IDA (integrante de la Dirección General de Empresa, a la que pertenece la Unidad de Turismo y que, a su vez, dependiente de esta Unidad se encuentra el Comité Consultivo de Turismo); finalmente, en el seno del Parlamento, el turismo se trata a través de la Comisión de Política Regional, Transportes y Turismo. Según esta misma autora (2002), ni el peso ni la importancia económica del turismo en Europa se reflejan en la estructura administrativa y política del turismo en las Instituciones comunitarias.

Este hecho puede venir explicado por la relativamente reciente atención que se le ha dedicado a este sector de forma global en el marco de la Unión ya que, tal y como se analiza en los siguientes párrafos, se ha venido tratando, fundamentalmente, a través de políticas comunitarias que afectan al turismo de forma transversal.

En los tratados constitutivos de la Comunidad Europea –CEE y EURATOM-, así como en su antecedente –CECA–, no se menciona el turismo –ni entre las misiones de la Comunidad, ni en el ámbito de intervención comunitaria o de acciones que podía emprender para alcanzar sus fines–. Es por este motivo por el que, en esos momentos, toda acción que afectase a este sector no era fruto de una actuación comunitaria directa sino consecuencia de los efectos tangenciales de otras políticas ya sea de transporte, de defensa del consumidor, de desarrollo territorial, regional, etc.

Así pues, es a partir de la década de los ochenta cuando la Comunidad Europea comienza a considerar el sector turístico desde una perspectiva global, intentando establecer una política comunitaria, influida por dos motivos, según L. Valdés (2004, p. 120): *“Uno, la larga crisis industrial que se estaba viviendo con un gran deterioro de todas las magnitudes macroeconómicas y las posibilidades que ofrecía el turismo como elemento dinamizador de la economía en el conjunto de países y regiones que forman la UE; otro, la incorporación de Grecia y las discusiones para la Adhesión de España y Portugal, países en los que el turismo representaba una parte importante de su economía.”*

De esta manera, la primera proposición de creación de una Política Turística Común, surge de la Comisión en 1982 a través de la comunicación presentada al Consejo: *“Para una política Comunitaria de Turismo. Primeras orientaciones”*, -comunicación adoptada a petición de Grecia-, a la que acompaña otro escrito denominado *“La Comunidad Europea y el Turismo.”*⁵

Después de este primer paso, esta propuesta se vio apoyada tanto por el Parlamento Europeo como por el Consejo; por el primero en 1983 a través del documento *“Resolución sobre la política comunitaria de turismo”*⁶ y, al año siguiente,

⁵ Boletín de las Comunidades Europeas. Suplemento 4/82.

⁶ Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de diciembre de 1983, relativa a una política comunitaria del turismo (DO n° C 10 de 16. 01. 1983, p. 281).

por el Consejo, datando del 10 de abril de 1984 la primera resolución del mismo relativa a una Política Comunitaria de Turismo, reconociendo así la importancia de este sector para la integración europea y remarcando la necesidad de la creación de una PTC.⁷

Algo más de dos años después, la Decisión del Consejo de 22 de diciembre de 1986 por la que se establece un procedimiento de consulta y de coordinación en el ámbito del turismo, estableció un Comité consultivo en el sector del turismo al que los Estados miembros debían consultar obligatoriamente.

Sin embargo, no es hasta 1992 cuando se puede hablar del reconocimiento de la importancia del turismo en el ámbito comunitario a través del “*Tratado de Maastricht*” - también denominado Tratado de la Unión Europea (TUE), firmado el 7-II-1992 y entrado en vigor el 1-XI-1993-, del “*V Programa Medioambiental*” (1992-2000), y del “*Plan de acciones comunitarias en favor del turismo*” (aprobado por decisión del Consejo 92/421/CEE).

En materia turística, ante la inexistencia de una política única a nivel comunitario, toda acción relativa a este campo va a depender de la competencia genérica que el artículo 3 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea le atribuye (versión consolidada) -ya que el Tratado de Maastricht introdujo el turismo entre los ámbitos de actuación de la Unión Europea para alcanzar sus fines-.⁸

La formulación consolidada del Tratado de la Unión en Niza, tras revisión y ampliación de varios protocolos, sólo hace referencia al turismo en el apartado u) del citado artículo. En él (art. 3-1-u), se introduce la posibilidad de que la Comunidad tome medidas en el ámbito del turismo para poder alcanzar los fines enunciados en el artículo 2.⁹

Sin embargo, a pesar de esta competencia, se carece de un poder para actuar y sólo se pueden acometer acciones o adoptar decisiones, bajo la exigencia de una doble condición: la unanimidad, y el respeto del principio de subsidiariedad.

En este sentido, existen opiniones que cuestionan este planteamiento de la UE: J.M. Rodríguez (2001, p. 42), califica esta mención del turismo que hace el Tratado como insuficiente: “*No sólo por la entidad real que se atribuye a la materia, sino porque no especifica adecuadamente la finalidad de estas medidas para contribuir a la realización de los objetivos comunitarios y, sobre todo, los medios que se habilitan para su consecución. Por esta razón, se había alcanzado un cierto compromiso de que en el futuro fueran objeto de análisis las especificaciones de las normas que pudieran regular este sector en el Tratado.*”

A eso hay que unir la transversalidad del turismo o, dicho de otra manera, su carácter multidisciplinar, que afecta y se ve repercutido por las actuaciones realizadas en otros ámbitos de la política comunitaria: el transporte, la política

⁷ “Resolución del Consejo del 10 de Abril de 1984 concerniente a una política comunitaria del Turismo” y “Para una política comunitaria de Turismo, primeras orientaciones (84/C115/02)” (DO nº C 115 de 30.04.1984. p. 2.)

⁸ Tratado de la Unión Europea (1992). DO nº C 191 de 29.07.1992.

⁹ Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea. Primera parte. Principios. Artículo 2: “*La Comunidad tendrá por misión promover, mediante el establecimiento de un mercado común y de una unión económica y monetaria y mediante la realización de las políticas o acciones comunes contempladas en los artículos 3 y 4, un desarrollo armonioso, equilibrado y sostenible de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad, un alto nivel de empleo y de protección social, la igualdad entre el hombre y la mujer, un crecimiento sostenible y no inflacionista, un alto grado de competitividad y de convergencia de los resultados económicos, un alto nivel de protección y de mejora de la calidad del medio ambiente, la elevación del nivel y de la calidad de vida, la cohesión económica y social y la solidaridad entre los Estados miembros.*”

regional, el medio ambiente, la protección del consumidor, la preservación del patrimonio histórico y cultural, etc. Esto conlleva que, además de venir afectado por los artículos 49 y 50 del Capítulo III (Servicios) del Tratado Constitutivo de la UE, también se haga colación a este ámbito en artículos destinados directamente a otras políticas o asuntos como es el caso de los fondos estructurales.¹⁰

En definitiva, se puede decir que, ante la ausencia de Política Turística Común, esta materia se trabaja siguiendo el denominado por el Consejo Europeo de Lisboa (2000), “Método abierto de coordinación” (artículo 7). Básicamente, éste consiste en la aplicación del principio de subsidiariedad –es decir, fijación de objetivos a nivel comunitario y libertad para que cada Estado miembro alcance dichos objetivos dentro de sus propias políticas nacionales–, apoyándose también en numerosas cooperaciones entre colectividades a todos los niveles y partenariados públicos-privados.

Según el Informe Especial nº 3/96 relativo a la política del turismo y su promoción, acompañado de las respuestas de la Comisión (97/C 17/01), se puede hablar de dos categorías de acciones comunitarias a favor del turismo:

- Las acciones directas –previstas de forma específica en el presupuesto general y gestionadas por la unidad “turismo” de la Dirección General (DG) XXIII (Política de la Empresa, Comercio, Turismo y Economía Social), su volumen financiero representa menos del 1 por ciento del total de recursos destinados a acciones turísticas-.
- Las acciones indirectas –que hacen referencia tanto a las relacionadas indirectamente con el turismo como a aquéllas en las que el turismo se emplea como instrumento de consecución de otros objetivos, gestionadas por las DG correspondientes-.

A este respecto hace mención el Proyecto de Constitución Europea: “Tratado por el que se establece una Constitución para Europa” (DO nº C 310 de 16.12.2004) tanto en su artículo I-17 (p. 17) donde aparece el turismo (junto con otras materias como la industria, la cultura, la protección y mejora de la salud humana, etc.), como “ámbitos de las acciones de apoyo, coordinación o complemento” en los que dispondrá de competencia la Unión; como fundamentalmente en el título XXI, artículo III-281 (p. 126), dedicado específicamente al Turismo y en el que se pone de relieve el papel complementario de la Unión a la acción individualizada de cada Estado miembro en el sector turístico.

Más recientemente, el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema “La política turística en la UE ampliada”¹¹ recogía que: *“Si bien es cierto que el turismo no forma parte directamente de la política común de la Unión Europea, no es menos cierto que diversas instituciones europeas se plantean medidas y acciones que repercuten en el turismo por su carácter transversal o se apoyan en él como instrumento para alcanzar diversos objetivos principales de la UE: desarrollo sostenible, empleo, cohesión económica y social,... En definitiva, una mejor calidad de vida para los ciudadanos europeos.”*¹²

4. METODOLOGÍA: GRUPOS DE INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN MUESTRAL

Con el propósito de alcanzar el objetivo de esta investigación, conocer si la PTC se perfila como una posibilidad para mejorar la competitividad turística de la UE

¹⁰ Fondo Social Europeo: Tercera parte: Políticas de la Comunidad, Título XI, Capítulo II.

¹¹ DO nº C 255 de 14.10.2005, p. 0014-0021.

¹² *Ibidem*, p. 15.

y revitalizar un sector que se constituye como motor de muchos de los países que lo integran, se ha entrevistado a un grupo de expertos en el sector y realizado una encuesta a turistas. Los criterios de selección de ambos grupos de investigación han sido los siguientes:

En lo que respecta a los turistas, la población inicial objeto de estudio está formada por aquellas personas residentes en España, con edades comprendidas entre los 15 y 64 años (la mayor parte de la edad activa) y que, además, hayan viajado como mínimo a dos de los cuatro países tradicionalmente turísticos en la UE (España, Francia, Italia y Grecia), en el periodo comprendido entre 2002 y 2006.

En cuanto al grupo de expertos, existe a nivel mundial un amplísimo abanico de actividades, titulaciones y funciones profesionales que pueden conceder, desde el punto de vista de la presente investigación, la categoría de “experto,” que en este estudio equivale a personas con profundos conocimientos sobre el sector turístico – ya sean adquiridos de forma académica, por ejemplo a través de su actividad docente e investigadora, como de forma profesional y/o de ocio, haciendo referencia por ejemplo a consultores y asesores turísticos, directores de observatorios, jefes de organismos públicos o privados relacionados con el sector, coordinadores de programas, etc-.

Una vez definidos y justificada la elección de los grupos objeto de interés para el desarrollo empírico de esta investigación, es necesario detallar la metodología empleada para la selección de la muestra objeto de estudio y análisis en cada uno de los anteriormente definidos.

3.1. Muestreo a criterio o intencional

En la selección de la muestra representativa del grupo de expertos, se ha empleado un procedimiento de muestreo no probabilístico –sin intervención del azar-, concretamente un muestreo a criterio, ya que somos nosotros, el propio investigador, los que hemos seleccionado a los individuos que consideramos más apropiados para conformar la muestra.

De esta manera, y atendiendo a las necesidades de la investigación, se ha realizado la selección de expertos teniendo en cuenta el cumplimiento de los siguientes parámetros:

- Que la muestra seleccionada englobe la mayor diversidad posible de campos de conocimiento en turismo desde amplias perspectivas (académicas, laborales, asociativas...) y a nivel tanto nacional como internacional (se ha contado con la opinión de expertos de diferentes países tales como Estados Unidos, Francia, Turquía, Italia, etc.).

- Fácil acceso y disponibilidad de los entrevistados.

Este tipo de muestreo es empleado en investigaciones exploratorias, como la presente, e imposibilita la medición del error muestral, por lo que las posibles conclusiones y afirmaciones extraídas del análisis de los datos proporcionados no se pueden considerar definitivas. No obstante, es un criterio que se suele aplicar al tomar muestras de expertos y se considera que los resultados obtenidos a partir de este grupo son indicativos de las tendencias y opiniones generales, según criterio del propio investigador, ya que se ha logrado una alta calidad de la información obtenida a pesar de no trabajar con muestras de gran tamaño. En palabras de J. K. Rothman (1986), el problema de determinar el tamaño de la muestra más adecuado no es de naturaleza técnica, susceptible de ser resuelto por vía del cálculo, sino que

ha de encararse mediante otros elementos como son el juicio, la experiencia y la intuición.

En el siguiente cuadro (3) se especifican las características de la selección muestral efectuada:

Cuadro 3.

CARACTERÍSTICAS DE LA SELECCIÓN MUESTRAL DE EXPERTOS	
Población	Todas aquellas personas físicas relacionadas, profesionalmente o no, con el sector turístico, con amplios y profundos conocimientos del mismo desde una perspectiva global, excluyendo los agentes que participan directamente en la configuración del viaje tales como grupos turísticos, hoteles, tour-operadores o agencias de viajes, entre otros. Este universo es tan amplio que se puede considerar infinito.
Muestra	43 expertos en turismo en diferentes campos (universitario, consultoría, dirección de proyectos...) y de diferentes nacionalidades.
Alcance temporal	2006-2007
Alcance espacial	Fundamentalmente, expertos de nacionalidad europea, aunque también se incluyen la opinión de expertos de EE.UU.

FUENTE: Elaboración propia.

3.2. Muestreo por cuotas

Para la obtención de la muestra de turistas analizada en esta investigación, se ha empleado un muestreo por cuotas en base a la edad. Por razones de tiempo, recursos y accesibilidad,¹³ se ha optado por este tipo de muestreo, muy utilizado actualmente en investigación de mercados, para alcanzar una mayor representatividad de la muestra con respecto a alguna característica de la población de estudio. Según I. Grande y E. Abascal (2007, p. 281): *“El método de cuotas se emplea frecuentemente en la práctica, ya que para la mayor parte de las encuestas no se dispone de un marco.”*

La elección del parámetro edad para el establecimiento de las cuotas responde a que, a priori, la edad es un factor que parece no influir en las respuestas dadas a la encuesta.¹⁴ Sin embargo, sí influye en algunas características de la población, tales como el estado civil, nivel de estudios o situación laboral, entre

¹³Tras una extensa revisión bibliográfica, búsqueda en bases de datos, estudios anteriores, etc., se puede afirmar la imposibilidad de definición del conjunto poblacional tratado en esta investigación y, por tanto, de acceso a su información. Este hecho tiene como resultado la infactibilidad de aplicación de un muestreo aleatorio (simple o estratificado). De esta manera, en este estudio se utilizan datos provenientes de la encuesta FAMILITUR 2006, del IET, en la que se recoge información de utilidad como la distribución por edades de la población total y de los viajeros, a pesar de que dicha encuesta no aporte datos de la proporción de viajeros que conoce como mínimo dos de los cuatro países objeto de esta investigación, una de las condiciones exigidas a los componentes de la población muestral.

¹⁴En el análisis de los datos realizado con posterioridad, al analizar las preguntas por subgrupos de edad se comprueba que, en efecto, no existen diferencias significativas entre los grupos en las respuestas a las distintas preguntas, por lo que se puede afirmar que, en este caso, la edad es una variable independiente, únicamente utilizada para garantizar un mejor ajuste muestral a la población real y es por ello que no se efectúan análisis e interpretaciones de datos basados en este criterio.

otros. Por lo tanto, al establecer unas cuotas por medio de la edad se incluyen, de manera indirecta, otras variables.

En definitiva, se realiza un muestreo por cuotas obtenido a partir de la población¹⁵ residente en España con una edad comprendida entre 15 y 64 años, que haya visitado al menos dos países de entre España, Italia, Francia y Grecia.

En la medida en que se ha optado por un método de muestreo no probabilístico, es imposible acotar el error muestral. No obstante, y para tener algún criterio de referencia, se calcula el tamaño de la muestra como si se fuese a utilizar un muestreo aleatorio simple, estableciendo el nivel de confianza en un 95% y el error muestral en un 5.5% (p=q=0.5) (Cuadro 4) –teniendo en todo momento presente durante la interpretación de resultados obtenidos que se trabaja con un experimento empírico, y todos los resultados son sólo referidos a dicha muestra empírica, sin poderse elevar a la población de referencia ya que ésta no se encuentra perfectamente definida-.

Cuadro 4.

CARACTERÍSTICAS DE LA SELECCIÓN MUESTRAL DE TURISTAS	
Población (N)	Población mayor de 100.000, infinita.
Nivel de confianza	95%
Error muestral	± 5.5%
Tamaño de la Muestra	$n = \left[z_{\alpha/2} \frac{\sqrt{pq}}{E} \right]^2$ <p>donde,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ n: tamaño de la muestra ▪ α: nivel de significación (5 por ciento) ▪ $z_{\alpha/2}$: 1,96 (valor normal; nivel de confianza al 95 por ciento) ▪ p=q=0,5; supuesto de máxima indeterminación <p>n= 317</p>
Alcance temporal	6 meses: septiembre 2006-febrero 2007.
Alcance espacial	Territorio nacional español.

FUENTE: Elaboración propia.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Resultados de la entrevista a expertos

¹⁵ La opción de establecer las cuotas del muestreo en base a la población total y no a la viajera se justifica por no representar esta última exactamente a la población objeto de estudio ya que, en las encuestas de FAMILITUR se considera viajero a quien ha pernoctado fuera de su domicilio al menos una noche a lo largo del año, haciendo referencia tanto al turismo interno como al turismo emisor. Por lo tanto, estas cifras cuantifican a personas que no hayan salido del territorio nacional o que lo hayan hecho sin que por ello hayan visitado los países del Mediterráneo europeo. En definitiva, si se eligiera la categoría viajeros se estaría sesgando la población española en función de una característica no válida para el presente estudio, incurriendo en un error. Todo esto nos lleva a emplear la distribución del conjunto de la población española.

De forma previa al planteamiento de la posible existencia de una PTC en la UE, es necesario conocer el pensamiento de los expertos sobre el papel del turismo en este espacio socio-económico.

De la totalidad de entrevistas realizadas a expertos turísticos, la gran mayoría de ellos coinciden en la importancia de este sector en el seno de la UE. Sin embargo, es necesario precisar que algunos se muestran de acuerdo en la relevancia del turismo pero matizando su ámbito de referencia o el área de su influencia, así por ejemplo:

- Uno de los entrevistados afirma que el turismo es una actividad importante, desde el punto de vista económico, social, etc. para la Unión, pero: *“...no desde una perspectiva común. Lo es a nivel individual de cada uno de los estados y sus correspondientes marcas/destinos turísticos.”*
- En otros casos se considera que el turismo no es importante para los organismos comunitarios de la UE. En este sentido, uno de los expertos consultados refiere que: *“Se puede decir que hay una desproporción entre la importancia real del tema y el grado de preocupación institucional.”*

Una posición diferente es la mantenida por un pequeño grupo de expertos que opinan, en palabras de uno de ellos, que: *“En términos globales no es vital...”* basándose en la importancia del turismo sólo para determinados países de la UE, como son los países del Sur o del Mediterráneo.

A la generalizada respuesta afirmativa sobre la importancia de la materia turística en la Unión, se impone una aproximación respecto a las causas de la inexistencia de una Política Turística Común -de la misma manera que existen una Política Agrícola o Pesquera Común-, si tal es la importancia de la materia turismo.

Ante esta cuestión existe un amplio abanico de respuestas de los expertos que señalan múltiples causas posibles fruto de razonamientos diversos. No obstante, se incide de forma recurrente en dos posibles explicaciones defendidas por una mayoría de los entrevistados, muchos de los cuales realizan mención a ambas, no siendo esto óbice para que en sendas explicaciones existan expertos en desacuerdo, tal y como se expone a continuación:

1-. El 38 por ciento de los expertos hacen alusión a dicotomías, intereses diferenciales o heterogeneidades, en el ámbito turístico, entre los Estados miembros de la UE (en cuanto a importancia del turismo en su PIB, “tradición” turística del país, carácter de país receptor o emisor, etc.), lo que conduce al desacuerdo entre países.¹⁶

De esa manera, se identifican a los países del sur de Europa (lo que podemos denominar la Europa Mediterránea), como receptores tradicionales de turismo y para cuya economía este sector adquiere especial importancia. Sin embargo, éste no es el caso de otros países, principales mercados emisores europeos (como Gran Bretaña y Alemania) -lo que les habría llevado a no poner especial énfasis en la existencia de esta política-. Un responsable entrevistado hace referencia incluso a un bloqueo de la Europa del Norte, esencialmente emisora.

Este mismo aspecto se puede abordar desde el punto de vista de una aproximación diferente al turismo entre los países del Norte y del Sur de Europa. Citando literalmente a uno de los entrevistados:

- a) Los países del Norte consideran el turismo como un “consumo,” interesándose fundamentalmente por la relación calidad/precio.

¹⁶ Uno de los expertos entrevistados cita, literalmente, que: *“Aunque en otros temas los países de la UE también somos diferentes, en el ámbito del turismo las diferencias son mayores.”*

- b) Los países del Sur consideran el turismo como un “sector económico,” que produce, crea empleos y permite el desarrollo de determinados territorios.

No obstante, ese mismo experto también indica que esa diferencia señalada podría cambiar con el desarrollo del turismo de negocios, ya que éste puede llevarse a cabo tanto en el Norte como en el Sur de la Unión.

Finalmente, es necesario señalar que, aunque una gran mayoría de entrevistados apunten hacia esa causa, otros se muestran en completo desacuerdo con que la inexistencia de una PTC se deba al peso político de determinados países. En este sentido, se cita concretamente a Luxemburgo y Alemania como países que mantienen la misma actitud a este respecto. Además, en defensa de esta postura un experto añade que: *“No tengo conocimiento de que los países mediterráneos de la UE -Grecia, Eslovenia, Italia, Francia, España- hayan hecho un lobbying particular en favor del turismo. Del resto, Gran Bretaña, con su turismo fundamentalmente urbano, parece también motivada, sino más, para hacer valer su turismo.”*

2-. El 33 por ciento de los expertos hacen referencia al carácter transversal del sector turístico como causa única o complementaria de otras, que justifica la inexistencia de la PTC.

Ya sea empleando términos como “transversalidad,” “industria intermediaria” o “sector configurado por muchos sectores” para referirse al sector turístico, este grupo de expertos confluyen en la misma idea: el carácter del turismo (que se ve afectado por medidas tomadas en otros ámbitos como el de transportes, el económico, medioambiental, etc.) impide su concepción como un sector por sí mismo al que hay que afectar de forma directa y no a través de otras políticas que incidan en él. La corta pero clara respuesta de uno de ellos recoge ese pensamiento: No existe PTC *“...porque el turismo no es una industria individual sino un conjunto de industrias.”*¹⁷

Otros expertos plantean la transversalidad del turismo desde una perspectiva más conciliadora con la posible existencia futura de una PTC, tal y como señalaba uno de ellos en la entrevista: *“Quizás porque la industria del turismo no está organizada de la misma manera que otras industrias de éxito. El turismo también necesita una voz unificada/representativa, de la que carece actualmente.”*

En último lugar, en lo que respecta a la PTC, una vez formuladas a los distintos expertos las preguntas anteriores aproximativas y relacionadas con la PTC, se plantea directamente la cuestión relativa a la aceptación o rechazo de ésta.

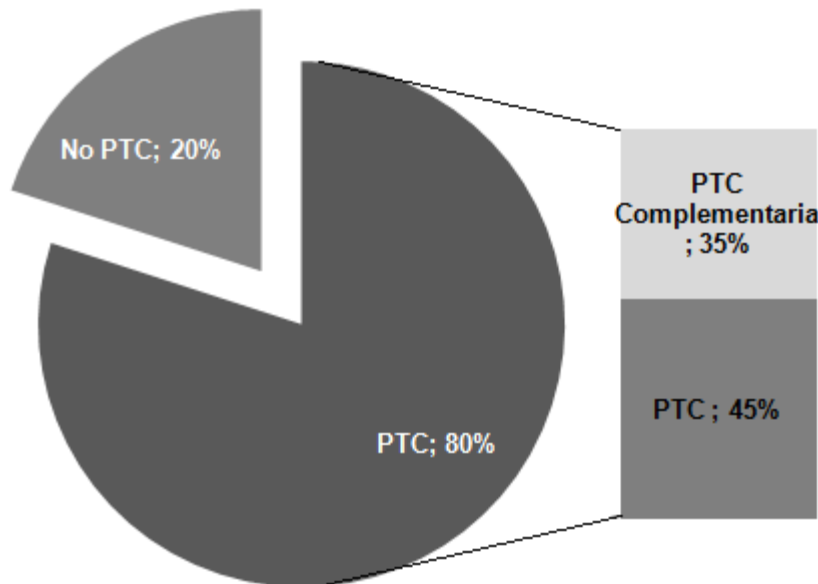
Es necesario tratar las opiniones recabadas con especial minuciosidad ya que, si bien en un primer momento se puede decir que, grosso modo, aproximadamente el 20 por ciento de los entrevistados no se muestran de acuerdo con la creación de una PTC y el 80 por ciento se manifiestan favorables a la existencia de la misma, del desglose de este último porcentaje se observa que (Gráfica 1.):

- El 35 por ciento lo hacen si ésta adquiere la forma de política complementaria.

¹⁷ Con esta afirmación, este experto hace referencia a un enfoque empresarial del estudio del turismo, tal y como señala en su obra *“La economía del sector turístico”* (1994). En este mismo libro, este autor realiza varias argumentaciones en la misma línea de pensamiento que la expresada a lo largo de la entrevista, tal como la mencionada en la p. 75: *“Dentro del sector turístico, no sólo existe una amplia variedad de actividades económicas, sino también una amplia gama de diferentes tipos de empresas que ofertan productos de turismo.”*

- El 45 por ciento restante apoya la formulación de una PTC siguiendo parámetros y estructuras de configuración básicas similares a las políticas comunitarias ya existentes.

Gráfica 1. Opinión de los expertos sobre la existencia de una PTC (en %)



FUENTE: Elaboración propia.

A continuación, se analizan detalladamente tanto estas dos posiciones observadas en la aceptación de una PTC bajo formas de configuración, aplicación y ámbito competencial diferentes, como la del grupo de expertos que se manifiestan opuestos a la creación de una PTC sea cual fuera el carácter o forma que ésta adquiriese.

4.1.1. Creación de una PTC

Tal y como se acaba de mencionar, aproximadamente el 80 por ciento de los expertos entrevistados se muestran favorables a la creación de una PTC. De este conjunto, surgen a su vez dos corrientes que divergen en la formulación, estructura y competencias que esta política adquiriría, siendo el 45 por ciento del total de expertos los posicionados a favor de la creación de una PTC tal y como se entienden actualmente las otras políticas comunes existentes, es decir, conllevando una cesión de soberanía en esa materia por parte de los Estados miembros a favor de la Unión.

No obstante, a pesar de la aceptación de la PTC por este conjunto de expertos, se presentan en sus respuestas algunos matices dignos de considerar e inconvenientes a observar. De esta manera, de este 45 por ciento mencionado:

- El 87.5 por ciento se posicionan totalmente de acuerdo con una PTC, dadas las repercusiones económicas, sociales, medioambientales, etc. del turismo en la Unión.
- El 12.5 por ciento restante muestra su posición favorable a la PTC con determinados matices, que pueden resumirse en una opinión concreta, ya

que mostrándose de acuerdo con una futura PTC, por la necesidad de coordinar las acciones turísticas de los Estados miembros para evitar solapamientos, considera que no es una prioridad para la UE ya que: *“el turismo no llega como una tabla de salvación como sucede en Centroamérica y Caribe.”*

Entre las ventajas que los expertos destacan de la implantación de esta PTC se enumeran, literalmente:

- a) Poder disponer de líneas estratégicas para la ordenación de una actividad primordial, integrando aspectos clave en el plano de la cooperación público-privada, en el seno de la UE.
- b) Contribuir a la cohesión territorial y social del espacio comunitario, permitiendo una aproximación global en Europa más armoniosa entre el Norte y el Sur.
- c) Mejorar la competitividad en el mercado mundial mediante la “glocalización”: trabajar desde lo global pensando en lo local, sumando esfuerzos y teniendo unas normas de funcionamiento comunes.
- d) Potenciar el papel del turismo como elemento de desarrollo de las regiones europeas, ya que favorece la creación de empleo, fomenta el entendimiento entre las personas, posibilita el crecimiento de las regiones...
- e) Fomentar el turismo frente a la competencia de otros países como El Caribe u otros países Mediterráneos como los del Magreb.
- f) Homogeneizar el sistema de clasificación hotelera, otorgando una mayor visibilidad y transparencia sobre los estándares de confort de los alojamientos turísticos en Europa, sobre todo de cara a los mercados lejanos.
- g) Homologar las calidades de los servicios turísticos y la formación y capacitación para acceder a los puestos de trabajo de este sector.
- h) Permitir tomar medidas que relacionen directamente mercados de demanda y espacios de destino turístico, facilitando afrontar cuestiones como la reorientación hacia un modelo de turismo sostenible, considerando que en el seno de la UE se encuentran, en su mayor parte, los principales emisores y receptores de turismo.
- i) Facilitar la resolución de reclamaciones en casos de turismo internacional y fomentar la existencia de un mayor número de normas a nivel de la protección del patrimonio y de la naturaleza, de una adecuada política de ecotasas turísticas para combatir el cambio climático, etc.
- j) Favorecer la internacionalización de la actividad, fomentando la percepción de Europa como un espacio sin fronteras de culturas y de entendimiento entre los pueblos.
- k) Destinar recursos específicos al sector turístico, influyendo directamente en el mismo.
- l) Fomentar y poner en valor con un mayor impulso que las políticas nacionales los territorios más pequeños en los que se desarrollen un turismo de tipo rural y de naturaleza, la recuperación del turismo cultural en algunas zonas deprimidas, etc.
- m) Unificar toda la industria turística contribuiría a eliminar los objetivos contrapuestos actualmente existentes en diferentes aspectos.
- n) Favorecer la cooperación de áreas “turísticamente homogéneas” como por ejemplo, Los Alpes.

- o) Poseer una política fiscal armonizada y normas comunes de clasificación (para la hostelería, por ejemplo), se pueden considerar como un “plus” para la comercialización de las ofertas turísticas europeas.

No obstante, este grupo de expertos también plantea posibles inconvenientes o requisitos necesarios para la puesta en práctica de la PTC, entre los que se citan:

- a) Es necesario tener en cuenta la transversalidad del turismo y, por tanto, la incidencia de sus actuaciones en otras políticas de la UE: infraestructuras, ordenación del territorio, urbanismo, medio ambiente, etc. Puede considerarse como un inconveniente el “*encaje*” con otras políticas, para ello hay que evitar las interacciones y definir las fronteras del turismo previamente.
- b) Es necesario tener en cuenta determinadas particularidades y excepciones que se revelen en la práctica; así por ejemplo, en el caso de la homologación de servicios y calidades hoteleras, ésta conllevaría ciertas salvedades implícitas.
- c) La posible existencia de bloqueos políticos derivados de las diferentes visiones que cada país posee del turismo en función de su actividad principalmente emisora o receptora, así como en función de la importancia del turismo para su economía.
- d) La implicación de costes de oportunidad en las decisiones de inversión en materia de planificación turística, frente al empleo de esos fondos y recursos en proyectos de otras actividades.
- e) La dificultad de globalizar los diferentes enfoques a los que afecta una PTC: reglamentario, económico y/o fiscal, promocional, etc.
- f) Es necesario, en primer lugar, que exista una clara y coherente política turística a nivel local, regional y nacional.

4.1.2. Creación de una PTC complementaria

El 35 por ciento de los expertos entrevistados se inclinan por la creación de una PTC con un sentido de complementariedad, no de sustitución de las competencias turísticas nacionales, reforzando el papel que desempeña el turismo en el ámbito del resto de políticas: transporte, medio ambiente, urbanismo, etc., y orientada a promover los destinos turísticos europeos en el exterior y a fomentar las infraestructuras turísticas de calidad. Muchos de ellos defienden que esta postura es una alternativa más viable que una PTC y también comporta numerosas ventajas para el desarrollo y consolidación del sector.

De forma paralela al caso anterior, entre las ventajas de la puesta en práctica de esta política complementaria, los expertos mencionan, literalmente:

- a) Su utilidad en la regulación y control de la calidad de los productos y servicios turísticos ofrecidos.
- b) Da lugar a una convergencia normativa, armonización de los sistemas operacionales, coherencia y coordinación administrativa en turismo y a un incremento de la seguridad para los ciudadanos.
- c) Favorece la canalización de flujos de subvenciones hacia las áreas más necesitadas.
- d) Permite la configuración de un marco regulador homogéneo enfocado a la excelencia para el consumidor (intermediario y consumidor final).
- e) Proporciona ventajas de marketing, por ejemplo, en cuanto al “Brand recognition” (reconocimiento de marca).

- f) Favorece una segmentación correcta de los servicios según las competencias turísticas de los países integrantes.
- g) Dota de un mayor dinamismo al turismo en el conjunto europeo, permitiendo una mejor relación costo-efectividad y un rápido retorno de la inversión.
- h) A través de esta política se velaría por los intereses turísticos de los países miembros, por su desarrollo y sustentabilidad, aparejado con la búsqueda del beneficio para el consumidor final.
- i) Esta política puede conllevar que se preste una mayor atención a las proposiciones, sugerencias, comentarios y proyectos en materia turística de las distintas regiones, que constituyen un buen nivel de decisión.¹⁸
- j) Facilita la puesta en marcha de iniciativas para la creación de redes y de circuitos a nivel europeo.
- k) Genera directrices y orientaciones en materia de homogeneización de calidades de servicios turísticos, (museos, restaurantes, monumentos, etc.) y clasificación hotelera, siendo los agentes activos del sector (tour-operadores, hoteleros, etc.) los encargados de llevarlas a la práctica teniendo en cuenta las particularidades locales. En este sentido, uno de los entrevistados cita el ejemplo de Bastia, en Córcega: “...allí, en la vivienda tradicional, los dormitorios son muy pequeños, esto no impide que ciertos hoteles establezcan en antiguos edificios una clasificación de 3 o 4 estrellas.”

No obstante, los expertos también tienen en consideración algunos de los inconvenientes de aplicación de una PTC complementaria, entre los que se encuentran:

- a) La existencia de poca o limitada diferenciación en la forma y/o tipo de productos y servicios turísticos debido al marco regulador y la armonización de sistemas.
- b) La posibilidad de que induzca a una política de precios no muy atractiva para el consumidor final en ciertos productos turísticos no tradicionales.
- c) La probabilidad de que un país, por razones de recursos, tome el control y termine imponiendo políticas que beneficien a un solo segmento.

4.1.3. Oposición a la creación de una PTC o PTC complementaria

Finalmente, existe un grupo de expertos, representan aproximadamente un 20 por ciento del total de entrevistados, que no se muestran de acuerdo con la creación de una PTC propia, sin apostar tampoco por una PTC complementaria.

Entre los argumentos que llevan a este grupo de expertos a rechazar la PTC se encuentran los siguientes:

- La infactibilidad de la existencia de una PTC, por ser un proyecto demasiado ambicioso y complejo, tanto desde el punto de vista de la regulación del comportamiento de todo tipo de alojamientos turísticos, empresas de restauración, agencias de viaje, empresas de transporte, etc., como desde el punto de vista de la armonización de todas las legislaciones (teniendo en cuenta que, tan sólo en España, existen diecisiete

¹⁸ Para facilitar esta labor se requiere una adecuada articulación previa sobre el funcionamiento en este ámbito del principio de subsidiariedad, en cuanto a la coordinación de las políticas de cada región y las de la UE.

legislaciones diferentes sobre turismo, una por cada Comunidad Autónoma).

- El turismo es un sector que no requiere reglamentación a tan alto nivel, es suficiente con que ésta exista a nivel nacional. Así por ejemplo, en el caso español existe una Comisión Interministerial de Turismo, pero no es necesario crear una Comisaría de turismo a nivel europeo o algún otro organismo semejante.
- Para uno de los expertos, una PTC no es ni concebible ni útil, por las causas que se exponen a continuación: concebible, porque considera que el turismo es “plural,” en el sentido de que un producto turístico agrega cuatro servicios diferentes: transportes, alojamiento, restauración y ocio. Y útil, por la existencia de demasiadas tipologías diferentes de turismo (de balneario, de montaña, urbano, rural, de negocios, deportivo, cultural, etc.).
- En los planes regionales de desarrollo ya se encuentra reconocido e inscrito el papel del turismo como actividad económica fomentadora e impulsora del desarrollo de regiones y zonas en declive social o económico, por lo que, legislar explícitamente esta materia resultaría una labor ineficaz.
- La creación de una política vertical se ve imposibilitada por los diferentes intereses de los Estados miembros y la transversalidad del sector turístico.

Entre los integrantes de este grupo de expertos contrarios a la PTC, algunos se posicionan en la misma línea de planteamiento y tratamiento de la materia turismo que la seguida por la UE hasta el momento –medidas de apoyo y coordinación de actuaciones turísticas, sin la existencia de una armonización común europea-, mientras que otros proponen medidas y actuaciones turísticas diferentes tales como: la creación de una mesa transversal pero con una estructura de gestión específica; la apuesta, más que por una PTC, por una pequeña unidad de turismo que esté presente en las demás unidades y en las reuniones de éstas y que se encargue de realizar un seguimiento de las decisiones que puedan afectar al turismo; o el establecimiento de una coordinación entre las distintas políticas a través de una comisión u órgano de consulta encargado de trasladar a los responsables de cada política comunitaria las distintas influencias y posibles repercusiones en la actividad turística de sus decisiones y acciones, entre otras.

4.2. Resultados de la encuesta a turistas

En una primera aproximación a la idea del posible establecimiento de una PTC, los resultados obtenidos a raíz del proceso de encuestas seguido reflejan que el 48,1 por ciento de los turistas conciben la UE como un destino turístico global, frente al 46,9 por ciento que aún considera que continúan primando las identidades nacionales y, por tanto, perciben a cada país de forma independiente.

A la luz de estos porcentajes se pone de manifiesto que la UE no ha alcanzado aún uno de sus objetivos o finalidades turísticas reiteradamente expuesto en múltiples documentos comunitarios¹⁹ como es la concepción de la Unión Europea

¹⁹ Comisión de las Comunidades Europeas (1996): Propuesta modificada de Decisión del Consejo sobre un primer programa plurianual en favor del turismo europeo “PHILOXENIA” (1997–2000). (COM (96) 635 final de 4.12.1996). Bruselas. (DO nº C 222 de 31.07.1996. p. 9.); COM (2006) 134 final de 17.03.2006; Resolución del Parlamento Europeo, de 29 de noviembre de 2007, sobre una nueva política turística en la UE: “Hacia una mayor colaboración en el turismo europeo” (2006/2129(INI)), entre otros.

como un destino turístico global. Una de las medidas que puede impulsar y permitir, en gran parte, la consecución de esta meta es el establecimiento de una PTC, política con la que el 94,6 por ciento de los turistas encuestados se muestran de acuerdo.

Para profundizar en esta cuestión se analizan dos aspectos relacionados con la misma:

- 1^{er} aspecto: El conocimiento sobre la existencia o no de posibles divergencias turísticas entre los países de la UE en lo que a normas de control de calidad, tratamiento al turista y sistema de clasificación de alojamientos se refiere (en opinión de los sujetos muestreados) y, en el caso de que éstas se produzcan, la consideración sobre la adecuación de la normalización de las mismas en el seno europeo.
- 2^o aspecto: El conocimiento sobre el grado de asociación que los turistas establecen entre la normalización legislativa turística en la Unión y la creación de una PTC.

4.2.1. Existencia de diferencias turísticas en la UE y su relación con la normalización.

Para poder dar respuesta a esta interesante cuestión se debe conocer la opinión de los turistas sobre los dos aspectos que la integran.

En primer lugar, se ha cuestionado a los turistas integrantes de la muestra sobre las diferencias entre los países de la Unión en diferentes ámbitos (normas de control de calidad, tratamiento al turista y sistema de clasificación de alojamientos – tanto en lo que se refiere a la relación calidad/precio como calidad/clasificación-). Los resultados de las opiniones dadas por los turistas a estas preguntas se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Tabla de frecuencia: valoración de las diferencias turísticas (*) en la UE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NINGUNA	3	0,9	1,0	1,0
	POCA	25	7,9	8,2	9,2
	BASTANTE	89	28,1	29,2	38,4
	MUCHA	188	59,3	61,6	100,0
	Total	305	96,2	100,0	
Perdidos		12	3,8		
Total		317	100,0		

(*) Referida a los siguientes aspectos: normas de control de calidad, tratamiento al turista y sistema de clasificación de alojamientos.

FUENTE: Elaboración propia.

A través de la interpretación de la columna “Porcentaje válido,” y obviando el pequeño porcentaje de respuestas perdidas²⁰ (3,8 por ciento), se puede decir que

²⁰ La categoría “Perdidos” recogida en la Tabla 1. hace referencia a que un 3,8 por ciento de los turistas (12 personas) no han dado respuesta a una o varias de las tres cuestiones planteadas:

más del 90 por ciento de los turistas piensan que existen entre bastantes y muchas diferencias turísticas, en los aspectos mencionados, entre los países europeos.

En segundo lugar, se plantea la normalización de la normativa turística en los establecimientos europeos. Las 317 personas muestreadas han dado respuesta a esta cuestión, representando un 70 por ciento las que opinan que sería beneficiosa la existencia de una normativa turística común por la que se rigieran los establecimientos de todos los países europeos, frente a un 30 por ciento que defienden la postura contraria (Tabla 2.).

Tabla 2. Tabla de frecuencia: ¿sería positivo una normativa turística homogénea en los establecimientos de la UE?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	222	70,0
NO	95	30,0
Total	317	100,0

FUENTE: Elaboración propia.

En definitiva, de la interpretación conjunta de las dos tablas anteriores se observa que, por un lado, la mayor parte de los turistas piensa que existen muchas diferencias entre los países europeos en lo que a turismo se refiere y, por otro lado, también una mayoría opina que una homogeneización de la normativa de los establecimientos sería positiva para el turismo.

Sin embargo, se pretende profundizar en estos aspectos analizando la independencia o asociación entre estas variables y, en tal caso, el grado de su relación. Para ello se elabora una tabla de contingencia (Tabla 3.) contenedora de ambas variables.

Tabla 3. Tabla de contingencia: ¿influye la valoración de las diferencias en la opinión sobre la necesidad de igualación de normativas?

			VALORACIÓN DE DIFERENCIAS				TOTAL
			NINGUNA	POCA	BASTANTE	MUCHA	
IGUAL ESTABLECIMIENTOS	NORMATIVA	SI	2	9	63	141	215
		NO	1	16	26	47	90
TOTAL			3	25	89	188	305

FUENTE: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos a partir de la Tabla 3 muestran que, más del 90 por ciento de las respuestas contabilizadas como válidas (305) opinan que existen bastantes o muchas diferencias turísticas –en los ámbitos a los que se está haciendo referencia- entre los países de la UE. A su vez, de este elevado

existencia de diferencias entre países en normas de control de calidad, tratamiento al turista y sistema de clasificación de alojamientos.

porcentaje, aproximadamente, un 67 por ciento de las personas (204) opinan que sería positiva una homogeneización en la normativa turística de los establecimientos mientras que el 24 por ciento restante piensa que esta normalización no sería beneficiosa para el turismo.

A partir del conjunto de frecuencias recogido en la tabla de contingencia superior, se aplica el contraste Chi-cuadrado para estudiar la existencia de independencia entre las variables “valoración de diferencias” e “igual normativa en los establecimientos” (Tabla 3.1.). El estadístico obtenido es $\chi^2=16,160$ con 3 grados de libertad. Para un nivel de significación del 5 por ciento, el valor de la tabla es 7,81, que al ser inferior a 16,160 acepta la hipótesis nula y se concluye que ambas variables son dependientes, es decir, que existe una relación de asociación entre considerar diferencias turísticas entre los países europeos (en cuanto a las normas de calidad, sistema de clasificación y tratamiento al turista) y la creencia de que la normalización y homogeneización de la normativa de los establecimientos turísticos en la Unión sería positivo para el sector.

Tabla 3.1. Test Chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,160	3	0,001
N de casos válidos	305		

FUENTE: Elaboración propia.

Una vez identificada la existencia de asociación entre las dos variables, se analiza el grado de la misma a través del cálculo de los coeficientes Phi y V de Cramer (Tabla 3.2.). Tanto uno como otro estadístico presentan un valor de 0,230 lo cual indica que el grado de relación es moderado (definido como tal para valores entre 0,15 y 0,25).

Tabla 3.2. Grado de asociación: Phi y V de Cramer

		Valor	Sig. Aproximada
Nominal por nominal	Phi	0,230	0,001
	V de Cramer	0,230	0,001
N de casos válidos		305	

FUENTE: Elaboración propia.

Esta relación se ilustra a través de la tabla de contingencia 4 (que recoge frecuencias porcentuales en lugar de absolutas), en la que se observa una relación directa entre la consideración de existencia de diferencias turísticas y la postura positiva sobre la normalización legislativa en los establecimientos europeos: al aumentar la percepción de diferencias aumenta también la creencia en la necesidad de establecer normativas comunes.

Tabla 4. Tabla de contingencia expresada en términos porcentuales por columnas

		VALORACIÓN DE DIFERENCIAS				<i>Total</i>
		NINGUNA (*)	POCA	BASTANTE	MUCHA	
IGUAL NORMATIVA ESTABLECI- MIENTOS	SI	66,7%	36,0%	70,8%	75,0%	70,5%
	NO	33,3%	64,0%	29,2%	25,0%	29,5%
<i>Total</i>		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

(*) Esta categoría está integrada tan sólo por la opinión de 3 individuos del total muestral, por lo que los porcentajes recogidos en esta columna no son significativos.

FUENTE: Elaboración propia.

4.2.2. Relación entre normalización legislativa turística y creación de una PTC.

Una vez establecida, a partir del análisis anterior, la relación entre la existencia de diferencias turísticas en la Unión y la obtención de ventajas derivadas de una homogeneización normativa en los establecimientos de este sector, se pretende conocer si los turistas asocian esta normalización de la legislación de turismo a la creación de una Política Turística Común o, si por el contrario, piensan que una PTC no es necesaria para alcanzar la homogeneización legislativa de este sector.

Para realizar este análisis se construye la Tabla de contingencia 5 en la que se observa que de las 317 personas encuestadas, 210 (aproximadamente el 66 por ciento) opinan que sería beneficioso para el turismo en la Unión Europea tanto la existencia de una PTC como de una normalización legislativa que regulara aspectos tales como los horarios de establecimientos, servicios ofrecidos, etc., 5 personas (que representan un 1,6 por ciento) no están de acuerdo con ninguna de las dos variables y 101 (alrededor del 32 por ciento) apoyan tan sólo uno de los dos aspectos.

Tabla 5. Tabla de contingencia: normalización vs. Política Turística Común

		NORMALIZACIÓN		<i>Total</i>
		SI	NO	
PTC	SI	210	90	300
	NO	11	5	16
	NS/NC	1	0	1
<i>Total</i>		222	95	317

FUENTE: Elaboración propia.

Practicando el test de independencia a los datos anteriores, se obtiene como resultado la Tabla 5.1. en la que el valor de significación asintótica es alto (0,802,

superior al nivel de confianza del 95 por ciento), lo que quiere decir que las dos variables no están relacionadas.

Tabla 5.1. Test Chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,441	2	0,802
N de casos válidos	317		

FUENTE: Elaboración propia.

Por lo tanto, el hecho de que el turista considere positiva la normalización legislativa en la Unión no significa que también considere beneficiosa la creación de una PTC, que podría dar lugar a dicha normalización, sino que entiende que ésta se puede alcanzar por otros medios o mecanismos. Y viceversa, la creencia en las ventajas de la existencia de una PTC no conlleva que el turista también opine que sería positivo una homogenización normativa a nivel turístico, de lo que se deriva que se entiende que el turista puede atribuir otras funciones a esta política.

5. PRINCIPALES CONCLUSIONES

A lo largo de este epígrafe se exponen, a modo de resumen, las principales ideas mencionadas que atañen a una posible Política Turística Común, desde el punto de vista de los turistas y expertos. De esta manera, el análisis de la información suministrada conduce a afirmar que:

1. De forma general, el grupo de expertos entrevistado considera el turismo como un sector importante para la UE.

2. La mayor parte de los expertos, un 80 por ciento, se muestra favorable a la creación de una PTC como tal (45 por ciento) o complementaria (35 por ciento). Mientras que, el 20 por ciento restante se opone a ésta, mencionando entre las trabas y obstáculos encontrados: la dificultad y complejidad de su puesta en práctica en cuanto a la armonización legislativa a la hora de regularizar el comportamiento de los alojamientos turísticos. De la misma manera, la mayor parte de los turistas que conforman la muestra empírica, un 94,6 por ciento, piensan que sería adecuada la existencia de una Política Turística Común.

3. A medida que los turistas encuestados perciben más diferencias en el sector turístico entre los países europeos, creen más conveniente la puesta en práctica de una homogeneización legislativa que palíe estas divergencias observadas en aspectos de control de calidad, tratamiento al turista y clasificación de alojamientos. No obstante, esto no se traduce, forzosamente, en la creación de una PTC ya que los turistas que conforman la muestra perciben que es posible alcanzar una normalización legislativa sin necesidad de crear para ello, dicha política común. A la vista de estos resultados, se puede decir, por tanto, que la posición favorable a la creación de una PTC, defendida por la inmensa mayoría de encuestados, se sustenta en aspectos que van más allá exclusivamente de la homogeneización legislativa, tales como: la imagen de unicidad y fortaleza frente al exterior, la mejora de las relaciones cooperativas entre Estados miembros, el impulso del turismo en el seno comunitario, una mejor canalización de flujos, inversiones y subvenciones destinadas a este sector, la consecución de la

convergencia y del desarrollo de zonas y regiones objetivos 1 a través del fortalecimiento de la actividad turística, etc.

4. Numerosos expertos mencionan los beneficios de la puesta en marcha de una PTC para el conjunto comunitario, como la ayuda a la cohesión social y a la convergencia territorial, la mejora de la competitividad en el mercado turístico mundial, la normalización de la oferta de servicios a través de la homologación de las normativas sobre calidades de servicios y protección patrimonial y de la homogeneización de los estándares del sistema de clasificación hotelero comunitario etc. Todos ellos, beneficios que es necesario resaltar para el impulso de la puesta en práctica de la PTC.

En opinión de los propios autores de la presente investigación, sí es necesaria la existencia de una PTC que homogeneice la imagen del sector dentro del conjunto de Europa, como un paso más en el proceso de integración europea, atendiendo no sólo a la importancia actual del turismo en muchos países europeos sino también a su potencial de desarrollo en muchos otros, fundamentalmente del Este, donde se puede constituir como uno de los motores económicos para el crecimiento de estos países.

BIBLIOGRAFÍA

AAKER, D.A. y DAY, G.S. (1996): *Investigación de mercados*. 3ª Edición (Segunda edición en español), McGraw-Hill, Méjico.

ALBA FERNÁNDEZ, V. y RUIZ FUENTES, N. (2006): *Muestreo estadístico en poblaciones finitas*, Septem Ediciones, Oviedo.

BARRIOS, M., COSCULLUELA, A. y TURBANY, J. (2008): “Estudio bibliométrico de la producción científica sobre encuestas en línea”, póster presentado en el *V Congreso de Metodología de Encuestas*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Córdoba.

BARRIOS, M., VILLARROYA, A., BORREGO, A. y OLLÉ, C. (2008): “No respuesta y calidad de los datos en encuestas vía Web y correo postal”, póster presentado en el *V Congreso de Metodología de Encuestas*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Córdoba.

BELLIDO BELLO, M. (2007): “Turismo globalizado”, *Agenda de la empresa andaluza*, 115, 5.

BOS, H. (2005): “Tendencias del turismo europeo”, *Economía exterior: estudios de la revista Política Exterior sobre la internacionalización de la economía española*, 33, 77-86.

BULL, A. (1994): *La economía del sector turístico*, Alianza Editorial, Madrid.

CALLEJO GALLEGO, J., GUTIÉRREZ BRITO, J. y VIEDMA ROJAS, A. (2008): “Los españoles más viajeros”, *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (1), 37-51.

- CEA D'ANCONA, M.A. (2004): *Métodos de encuesta: teoría y práctica, errores y mejora*, Síntesis. Madrid.
- CONTRERAS GARCÍA, J.M. (2008): "Diseño de Web interactivas para la encuestación", comunicación presentada en el *V Congreso de Metodología de Encuestas*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Córdoba.
- DAVIDSON, R. y ESTEVE SECALL, R. (2001): *Viajes y turismo en Europa*, Síntesis, Madrid.
- DE LA ROCHEFOUCAULD, B. (2002): *L'économie du tourisme*, Bréal, Rosny.
- DEWAILLY, J.M. y FLAMENT, E. (2000): *Le tourisme*, Sedes, Paris.
- DÍAZ MUÑOZ, P. (2000): "Turismo: más peso en la economía y en la estadística", *Revista Fuentes Estadísticas*. Fuentes Europeas, 45.
- DWYER, L. y FORSYTH, P. (2006): *International handbook on the economics of tourism*, Edward Elgar Publishing, Reino Unido.
- EUROPA. El portal de la Unión Europea: <http://europa.eu>
- GOELDNER, C.R. Y BRENT RITCHIE, J.R. (2005): *Tourism: principles, practices, philosophies*, John Wiley and Sons, Nueva York.
- GOODALE, J. G. (2006): *La entrevista: técnicas y aplicaciones para la empresa*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- GRANDE ESTEBAN, I. y ABASCAL FERNÁNDEZ, E. (2007): *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*, ESIC Editorial, Madrid.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET): <http://www.iet.tourspain.es/>
- LUQUE MARTÍNEZ, T. (coord.) (2000): *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- MALHOTRA, N. K. (2004): *Investigación de mercados: Un enfoque práctico*, Pearson Educación, Méjico.
- MARTÍN MARTÍN, V. O. (2002): "El turismo, ¿la mayor industria del siglo XXI?: Casi todos los turistas y las grandes empresas turísticas pertenecen al mundo desarrollado", *El Ecologista*, 31, 29-33.
- NONELL I TORRENT, R., RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, M., MURILLO BARRANCO, C. y SÁNCHEZ SERRANO, V. (2006): "Un paso más en la metodología de encuestas por Internet: aplicación de SIGE (Sistema Integrado de Gestión de Encuestas) a un caso real", *IV Congreso de Metodología de Encuestas*, Pamplona.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (O.M.T.) (2006): *Tourism Market Trends*, 2006 Edition. Documento en línea consultado 15.12.2009: <http://www.unwto.org>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS: <http://www.un.org/es/>

PACHECO BERNAL, M.C. (2008): “*Algunas consideraciones acerca de las encuestas en línea. ¿Son comparables sus resultados con los obtenidos mediante técnicas convencionales?*”, comunicación presentada en el V Congreso de Metodología de Encuestas, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Córdoba.

PRADOS REYES, E. (2001): “*Hacia una ordenación comunitaria del turismo: realidades y perspectivas*”, Aranzadi Comunidad Europea, 3, 37-46.

RABOTEUR, J. (2000): Introduction à l'économie du tourisme, *L'Harmattan, París*.

RODRÍGUEZ BARRIGÓN, J. M. (2001): “*Algunas consideraciones sobre el turismo en la Unión Europea*”, en Actas del I Congreso sobre Derecho Administrativo Turístico, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura, Cáceres, pp.41-52.

ROTHMAN J. K. (1986): *Modern epidemiology*, Little, Brown and Co, Boston.

VALDÉS DEL FRESNO, E. (2002): “*La presidencia española de la Unión Europea en materia de turismo*”, Estudios Turísticos, 152, 3-21.

VALDÉS PELÁEZ, L. (2004): “*La política turística de la Unión Europea*”, *Quaderns de Política Econòmica*, Revista electrónica, 7, 114-133.