

EL TURISMO, MOTOR FUNDAMENTAL DE LA ECONOMÍA DE CATALUÑA (1951-2010)

TOURISM, CATALONIA'S ECONOMY MAIN ENGINE (1951-2010)

Jordi Maluquer de Motes
Universitat Autònoma de Barcelona

Entregado el 30-12-2010 y aceptado el 30-1-2011

Resumen: Este trabajo presenta las dimensiones básicas de las actividades productivas asociadas al turismo receptor en Cataluña desde 1951 hasta 2010. Analiza sus características desde una perspectiva macroeconómica y con un enfoque comparativo. Demuestra que se ha ido transformando desde el modelo de sol y playa, que definió la fase de instalación del turismo de masas, hasta convertirse en un destino turístico muy diversificado, con un protagonismo creciente de la conurbación de Barcelona. Esta transformación ha facilitado una positiva adaptación a la segmentación de la demanda turística internacional. El turismo extranjero ha proporcionado a Cataluña el liderazgo español y europeo y se ha convertido en motor fundamental del crecimiento económico.

Palabras clave: economía catalana, crecimiento económico, turismo de masas, función del turismo en las economías regionales, impacto del turismo.

Abstract: This work outlines the basic dimensions of Catalonia's economic activities associated to incoming tourism from 1951 until 2010. It analyzes its characteristics from a macroeconomics perspective and with a comparative approach. It shows the transformation from the sun and beach model that defined the initiation stage of mass tourism into a much more diversified tourism destination, with an increasing relevance of the Barcelona conurbation. This transformation has provided for a positive adaptation to the segmentation experimented by international tourism demand. Foreign tourism has given Catalonia its Spanish and European leadership and it has become its main engine of economic growth.

Key words: catalan economy, economic growth, mass tourism, role of tourism in regional economics, tourism impact.

La fuerte especialización turística durante la segunda mitad del siglo XX y primera década del siglo XXI es una de las características más singulares de la economía española moderna. Ningún país del tamaño de España puede compararse con él en este terreno. En el año 2000, fue el segundo país de la OCDE según el porcentaje de la partida Turismo y viajes sobre la exportación total de bienes y servicios, detrás de Grecia. Pero, en cambio, fue el vigésimo sexto, sólo por delante de México, Irlanda y Eslovaquia, en la magnitud del flujo de salida por el mismo concepto¹. Regularmente, los ingresos de España por turismo receptor multiplican por un factor superior a 4 a los gastos en el exterior realizados por el turismo emisor. La importancia social, cultural, territorial y desde tantos otros puntos de vista del turismo receptor es muy grande, por lo que la literatura sobre el fenómeno es abundante, aunque de carácter muy general².

Si del conjunto del país se pasa a sus áreas turísticas, el panorama resulta todavía más magro. A nivel de Cataluña, hay excelentes trabajos desde la geografía humana³ y desde la economía, entre los que sobresale la obra de Joan Cals⁴ o el análisis histórico de Luis A. Garay⁵, así como algún ensayo de síntesis divulgativa⁶. Sin embargo, ha despertado una atención francamente escasa en los estudios sobre la economía catalana. Por poner un ejemplo, no existe un capítulo específico dedicado al turismo en el más reciente estudio acerca de la economía catalana, un grueso volumen de gran interés por otra parte⁷. Pero tampoco se trata para nada del turismo en los trabajos de síntesis que integran la obra, ni se le mencio-

¹ Fondo Monetario Internacional, *International Financial Statistics*.

² Fernando Bayón Maríné, *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 1999.

³ Por citar un ejemplo, señalaré la obra pionera de Yvette Barbaza, *Le Paysage humain de la Costa Brava*, Armand Colin, París, 1966.

⁴ Joan Cals, *Turismo y política turística en España: una aproximación*, Barcelona, Ariel, 1974. Además, *La Costa Brava i el turisme: estudi sobre la política turística, el territori i l'hoteleria*, Kappel, Barcelona, 1982; y «El turisme i la segona residència», en J. Nadal (dir.), *Història Econòmica de la Catalunya Contemporània*, Enciclopèdia Catalana, VI, Barcelona, 1989, pp. 321-335.

⁵ Sobre los orígenes del turismo en Cataluña, Luis Alfonso Garay Tamajón, *El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña*. Tesis doctoral presentada en la UAB, enero de 2007.

⁶ Sole Jiménez y Llorenç Prats, «El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro», *PASOS. Revista de Turismo y de Patrimonio Cultural*, 4 (2006), 2, pp. 153-174.

⁷ Departament d'Economia i Finances, *Economia catalana: reptes de futur*, Generalitat de Catalunya y BBVA, Barcelona, 2007.

na siquiera en el capítulo «El comercio de Cataluña con el extranjero»⁸. La Historia Económica se ha ocupado muy poco del turismo. Como excepción, se puede señalar la obra de Pellejero, Larrinaga y Manera⁹. Maluquer ha realizado un estudio macroeconómico a las regiones del Mediterráneo Oeste¹⁰ y un análisis específico sobre Baleares¹¹.

El presente artículo examina la naturaleza y la evolución del fenómeno turístico en Cataluña desde una perspectiva agregada y con particular atención a los aspectos macroeconómicos. Deja de lado, por tanto, todo lo que se refiere a la política turística o a las empresas que operan en el sector, así como al turismo activo, para centrarse en el turismo receptor. Mi análisis se vale de un enfoque clásico de Historia Económica, con empleo de sus recursos metodológicos básicos. En primer lugar, he adoptado una perspectiva de largo plazo aunque concediendo relieve preferente al período más cercano, ya en el siglo XXI. En segundo lugar, he dado una importancia fundamental a la crítica de fuentes, lo que me ha permitido detectar numerosos errores en la interpretación de los datos básicos dentro de la literatura convencional sobre el tema. Me sirvo, en tercer lugar, de la cuantificación tanto como me ha resultado posible. Por último, el cuarto instrumento que utilizo es el método comparativo, para situar la experiencia turística catalana en su entorno español, europeo e, incluso, mundial.

El trabajo se articula en tres secciones. La primera es una breve introducción acerca de la dotación de recursos y del modelo turístico catalán. La segunda construye una aproximación cuantitativa, a partir de un doble enfoque de oferta y demanda. La tercera, está reservada a valorar los aspectos básicos del impacto económico del turismo desde una perspecti-

⁸ Martí Parellada i Sabata y Montserrat Álvarez Cardeñosa (2007), «El comerç de Catalunya amb l'estranger», en *Economia catalana: reptes de futur*, pp. 243-272.

⁹ Entre otros trabajos, citaré de Carmelo Pellejero (dir.), *Historia de la economía del turismo en España*, Civitas, Madrid, 1999; de Carlos Larrinaga, «A century of tourism in Northern Spain, 1815-1914» en J.K. Walton (ed.), *Histories of Tourism*, Channel View Press, Clevedon, 2005, pp. 88-103; y, en fin, de Luciano Segreto, Carles Manera y Manfred Pohl (eds.), *Europe at the Seaside. The Economic History of Mass Tourism in the Mediterranean*, Berghahn Books, New York-Oxford, 2009.

¹⁰ Jordi Maluquer de Motes, «La «Europa del sol». Convergencia económica de las regiones del Mediterráneo Oeste durante la segunda mitad del siglo XX», *Mediterráneo Económico*, 7 (2005), pp. 229-246. En el mismo volumen se recogen dos notable trabajos sobre el turismo de masas en el Mediterráneo de Battiati y Manera.

¹¹ Jordi Maluquer de Motes, «El desarrollo económico de las Islas Baleares en perspectiva comparada (1950-2000)», en *Miscel·lània Ernest Lluch i Martín*, Fundació Ernest Lluch, Vilassar de Mar, 2006, I, pp. 253-265.

va agregada. Un apartado final expone las principales conclusiones de la investigación y subraya el liderazgo español y europeo de Cataluña en el ámbito del turismo internacional.

1. Introducción

La importancia turística de España fue muy escasa por mucho tiempo. Como prueba puede servir el conjunto de las guías Baedeker, instrumento por excelencia de los viajes turísticos hasta mediados del siglo xx. Mientras que esta casa editorial alemana preparó diez volúmenes distintos de guías de Francia y cuatro de Italia, sólo editó uno dedicado a España y aún de forma compartida con Portugal. Cuando su «manual del viajero» de Suiza llevaba en 1908 veinticuatro ediciones, el de Bélgica y Holanda dieciocho, los del conjunto de Italia y de las orillas del Rhin diecisiete y el de París y alrededores dieciséis, el de España y Portugal sólo había conocido dos¹².

Pero todo cambió en la década de 1950-1960 cuando el turismo vacacional europeo se convirtió en un fenómeno de masas, con el aumento de la renta per cápita, una continua y grande reducción de los costes del transporte, gracias a la motorización de la población y al desarrollo de los vuelos chárter, y la mayor disponibilidad de tiempo libre que se inició con la reducción de la jornada de trabajo y la ampliación de las vacaciones pagadas a los asalariados. La internacionalización creciente de la economía y la intensificación de los intercambios de todo orden dieron impulso, casi a la vez, al turismo de negocios. Con ello, el turismo internacional adquirió, en determinadas áreas del mundo, el carácter de un motor económico de gran potencia y dinamismo.

España se convirtió entonces en una importante área receptora. Después de quince años de aislamiento y privaciones, por causa de la Guerra Civil y la autarquía bajo la dictadura de Franco, la entrada de extranjeros creció en la década de 1950 muy lentamente y en la de 1960 a un ritmo frenético, de modo que el país pasó a codearse con los mayores destinos turísticos que eran Francia e Italia, con los centros de atracción de París, Roma y Venecia, para alternarse con ambos en las primeras posiciones de Europa en número de visitantes e ingresos brutos por turismo internacional.

¹² Karl Baedeker, *Espagne et Portugal avec des excursions aux Baléares et à Tanger*, Leipzig y París, 1908.

Si se considera el menor tamaño de la población y, todavía más, del PIB, la importancia económica relativa resulta mucho mayor en España que en los otros dos países. Todo ello estuvo acrecentado —y aún sigue estándolo— por el relativamente bajo gasto por viajes y turismo de los españoles en el exterior. El amplio saldo positivo de los flujos por turismo y viajes en la balanza de pagos ha sido la pieza clave de la financiación internacional del crecimiento económico desde 1960 en adelante.

De acuerdo con la definición elaborada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo agrupa las actividades asociadas a los desplazamientos de las personas a lugares distintos a su residencia y a su entorno económico habitual, durante un período inferior a un año por motivos, entre otros, de vacaciones, ocio, cultura, estudios o negocios. Las recomendaciones de Naciones Unidas sugieren seis grandes tipologías para la realización de viajes turísticos: ocio y vacaciones; negocios y motivos profesionales; religión y peregrinaciones; tratamientos de salud; visitas a parientes y amigos; y, en fin, otros motivos. Salvo casos excepcionales —como Roma o La Meca, en los viajes por motivos de religión—, las dos primeras tipologías son las que pueden integrar el turismo de masas.

Curiosamente, el primer gran acontecimiento del turismo moderno en Cataluña y en España fue característico del turismo de religión y peregrinaciones: el Congreso Eucarístico de 1952 de Barcelona operó como gran mecanismo de atracción de visitantes extranjeros¹³. Pero el nuevo turismo de masas europeo se orientó, poco a poco, desde la década de 1951-1960 hacia el modelo de sol y playa, cuyos principales atractivos proceden de la combinación de un clima benigno con el paisaje y el mar¹⁴. En los años de arranque del boom turístico en Cataluña, a partir de 1953 aproximadamente, se constituyó la primera estructura de alojamientos orientada a las estancias vacacionales en el litoral más cercano a la frontera francesa, en base a establecimientos de pequeño tamaño y a partir de inversión fundamentalmente local¹⁵. La extraordinaria calidad del medio natural y humano de la Costa Brava reforzó este primer mecanismo de impulso.

Contribuyó a ello también una muy favorable localización geográfica, en el punto mejor situado de la Península Ibérica para las áreas emisoras del centro continental y del conjunto de Europa Occidental. Del lado de la

¹³ Francisco López Palomeque, «Política turística y territorio en el escenario del cambio turístico», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 28 (1999), pp. 23-38.

¹⁴ Jean-Pierre Besancenot, *Clima y turismo*, Masson, Barcelona, 1991.

¹⁵ Jorge Vila Fradera, *Hoteles, hoy*, Editur, Barcelona, 1961.

demanda, la acción de los turoperadores internacionales impulsó este movimiento de modo que uno y otro factor interactuaron de forma eficiente¹⁶. La mayor parte de la oferta turística catalana de las últimas décadas del siglo XX se ajusta al tipo de alojamientos vacacionales clásicos, pero también se ha ido desarrollando, simultáneamente, una amplia variedad de otras fórmulas como el turismo urbano, el turismo de congresos y convenciones, el turismo rural, el turismo de montaña, de esquí y de aventura, y, todavía, el turismo de cruceros por el Mediterráneo. La extraordinaria diversidad de la oferta turística es uno de los puntos fuertes de Cataluña como área receptora y la convierte en un destino muy privilegiado. Exceltur le asigna la primera posición en Diversificación y categorización de productos turísticos y con gran diferencia sobre las demás CC.AA.¹⁷.

El equipamiento turístico de Cataluña cuenta con una oferta complementaria muy diversa, tanto en el área de la restauración como en las de ocio y deporte, lo que constituye tal vez su mayor elemento de fortaleza frente a los restantes modelos turísticos en Europa. Algunos datos servirán como ilustración de la altamente diversificada oferta recreativa. En 2009 había en Cataluña 10 estaciones de esquí alpino y 6 de esquí nórdico. El número total de campos de golf había aumentado espectacularmente, desde los 11 de 1989 hasta los 53 de 1998 y los 64 de 2009. En 2010 existían, en fin, 8 parques acuáticos, con una superficie de 51,8 ha. También había estado aumentando a gran ritmo el conjunto de puertos deportivos y otras instalaciones marítimas. En el año 2010, las 47 instalaciones náuticas y puertos deportivos totalizaban más de treinta mil amarres, muy por encima de cualquier otro destino en España¹⁸.

La Generalitat de Cataluña promovió en 1989 un parque temático entre Vilaseca y Salou (provincia de Tarragona), para lo que entró en contacto con la empresa Anheuser Busch, propietaria de los parques Bush Gardens. El accionariado quedó encabezado por la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, que se dispuso a acometer una gran inversión para completar la oferta. En 1992 comenzaron las obras y en 1995 se pro-

¹⁶ Barbaza, *Le Paysage*; Joan Cals, *La Costa Brava i el turisme: estudi sobre la política turística, el territori i l'hoteleria*, Kappel, Barcelona, 1982.

¹⁷ Exceltur, *MoniTUR 2009*. En cambio, es la antepenúltima en concepto de prioridad política asignada al turismo y por su gobernanza

¹⁸ Se trata, en concreto de 30.406 amarres a 31 de diciembre de 2010 en Cataluña frente a 22.088 en Baleares, 19.631 en la Comunidad Valenciana o 18.794 en Andalucía. FEAPDT, *Informe anual de puertos deportivos en España*.

cedió a la apertura de Port Aventura, primer parque temático de España, complementado con amplias instalaciones hoteleras, golf y Beach Club. Los cambios posteriores en el accionariado no han afectado a unos resultados francamente positivos, tanto en número de visitas como en facturación y beneficios, en contraste con las pérdidas de los demás parques temáticos abiertos en España con posterioridad.

La expansión turística reciente se ha querido relacionar, sobre todo desde el ámbito de la Administración, con el éxito de los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992. Las cifras disponibles acerca de oferta y demanda turística a escala del conjunto de Cataluña no avalan en absoluto esta imputación. En cambio, parece poco dudoso que este evento fue un recurso para conseguir del Gobierno central las inversiones necesarias para realizar una serie de mejoras en las infraestructuras de la ciudad, sin las cuales hubiera resultado imposible el despliegue turístico por pura asfixia material¹⁹. Desde la perspectiva de la atractividad de Barcelona como destino turístico ha sido mucho más importante, quizá, la difusión internacional de la obra genial de Antoni Gaudí, sobre todo su extraordinaria basílica de la Sagrada Familia, visitada por casi 2,5 millones de personas de promedio en 2004-2010²⁰. El turismo de peregrinaciones y religión tiene otro hito notable en el Santuario y parque natural de Montserrat, que contabiliza un promedio anual de casi 2,4 millones de visitantes en el período 2002-2010²¹, cerca de la mitad procedentes del exterior con Alemania, Francia, Estados Unidos, Rusia e Italia al frente²².

Otro elemento importante en la expansión del fenómeno turístico en Cataluña reside en la avanzada internacionalización de la educación superior. El sistema universitario catalán, compuesto de ocho universidades públicas y tres privadas, es líder con gran ventaja en España en lo que se refiere a la atracción de estudiantes extranjeros de postgrado y másters. Los estudiantes del programa Erasmus de la UE, que se puso en marcha en 1987-1988, superan cada año el 15 por ciento de quienes optan por Es-

¹⁹ Narcís Serra *et al.*, *Barcelona Olímpica. La ciutat renovada*, Holsa, Barcelona, 1992; Jorge Vila Fradera, «La Gran Aventura de los Juegos Olímpicos de 1992 y el sector turístico de Barcelona», *Estudios Turísticos*, 113 (1992), pp. 25-40.

²⁰ Los datos fueron proporcionados por Servei de Visitants. Temple Expiatori Sagrada Família.

²¹ Información facilitada por LARSA, empresa gestora del complejo.

²² Josep Altayó i Agustí, «El visitants de Montserrat», *Butlletí del Santuari*, 83 (2009). Una parte significativa de los visitantes del santuario residentes en España son inmigrantes extranjeros.

paña, país líder en acogidas (29.424 en 2009). En otro orden de cosas, el prestigio y elevado nivel del sistema hospitalario es responsable de un importante turismo sanitario²³.

Un potente movimiento transfronterizo, alimentado fundamentalmente de franceses del sudeste, italianos del noroeste, suizos y andorranos, tiene un fuerte impacto económico, porque responde a comportamientos asociados al consumo. Por esta razón, la demanda de los no residentes alcanza en Cataluña cifras muy importantes, en especial en algunos complejos de comercio de lujo (La Roca Village), deportes (Empuriabrava, la marina más grande del mundo), cultura (Museo Dalí, en Figueras), ocio (Port Aventura) o de combinación de todas esas ofertas (ciudad de Barcelona) o ante determinados eventos deportivos de proyección internacional (Gran Premio de España de Formula One, Campeonato del Mundo MotoGP en el circuito de Montmeló, Barcelona C.F. en la Champions League, competición aeronáutica Red Bull Air Race World Series, regata Barcelona World Race...).

Pero tal vez lo más sobresaliente, como combinación de los distintos factores señalados, haya sido el reforzamiento de la capacidad de atracción de la ciudad de Barcelona, manifiesto en el empuje del turismo de negocios y de ferias y congresos así como en el turismo urbano, que ha recibido un fuerte impulso del abaratamiento de los transportes aéreos y del boom de las compañías *low cost*. Todo ello explica que el primer elemento del modelo turístico, según plantea el *Pla Estratégic 2005-2010* de la Generalitat, consiste en el reconocimiento de Cataluña como destino turístico integral.

2. Una aproximación cuantitativa

Para realizar una aproximación cuantitativa sólida al fenómeno del turismo, utilizo aquí el doble enfoque de oferta o capacidad de alojamiento y demanda o movimiento turístico. En el primer epígrafe, se presentan datos de hoteles y cámpings atendiendo al número de establecimientos y a las plazas ofertadas. En el tema de los cámpings hay problemas de coherencia en las series históricas —así como en las comparaciones entre diversos territorios— por la poco uniforme definición de los conceptos de

²³ En el ranking Web de Hospitales del CSIC, de julio del 2010, ocho de los quince primeros hospitales de España eran catalanes. Véase igualmente, en el mismo sentido, los resultados de la undécima edición de *Hospitales TOP 20* elaborada por Iasit o cualquiera de las ediciones anteriores de este estudio independiente sobre la calidad hospitalaria.

parcela y unidad de acampada. Por ello, he optado por la unidad constituida por la plaza. Además de proceder al contraste con las restantes CC.AA., realizo algunas comparaciones internacionales. Por su importancia y su dinamismo, reservo un tratamiento especial al turismo de Barcelona. Recorro, asimismo, al concepto de plazas turísticas y analizo series de pernoctaciones. En cuanto al movimiento turístico, muestro los registros de visitantes, turistas y excursionistas, formando éstos últimos un fenómeno de muy reducido tamaño en el resto de España. También presento un análisis del turismo catalán comparado con el turismo mundial en el período 1961-2009 y cifras relativas al turismo barcelonés.

2.1. *La oferta de alojamiento*

Las mayores concentraciones de la oferta de alojamiento de Cataluña se establecieron, inicialmente, en la línea de mar, donde han seguido manteniendo la primacía. Durante los cincuenta años de los que se dispone de información sistemática y fiable, la evolución de la oferta de alojamiento ha seguido trayectorias diversas. Para su análisis, he construido la serie histórica relativa al total de las plazas de hoteles y establecimientos asimilados a fin de año como elemento definidor de la evolución del sector. Las fuentes utilizadas son la *Memòria econòmica de Catalunya*, publicación anual de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona (COCINB) junto con los datos del INE, hasta el año 1980, y los *Anuari(s) Estadístic(s) de Catalunya* y la página web del Instituto de Estadística de Cataluña (IDESCAT), desde aquella fecha.

Es oportuno advertir que los cambios en los criterios administrativos de clasificación de los establecimientos por categorías han producido alguna confusión en estas informaciones. Mi serie es algo distinta, en este sentido, de la elaborada por otros autores²⁴. Los datos, reunidos en la Tabla 1, reflejan la evolución de la capacidad máxima disponible para la acogida de turistas, tanto extranjeros como nacionales. Es importante recordar que no expresan la magnitud total de dicha capacidad de acogida,

²⁴ Existen pequeñas diferencias con la serie de L. A. Garay (*El Ciclo*) y de Luis Alfonso Garay y Gemma Cànoves, «Un análisis del desarrollo turístico en Cataluña a través del ciclo de evolución del destino turístico», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 52 (2010), pp. 43-58, a partir de cifras del INE, que también incorpora EUROSTAT. Las tendencias históricas constatadas, sin embargo, no cambian con estos otros datos.

Tabla 1
Oferta de alojamiento en Cataluña.
Número total de plazas

Plazas hoteleras*		Plazas hoteleras**	
1961	35.023	1986	222.479
1962	49.159	1987	228.609
1963	78.215	1988	211.542
1964	94.423	1989	212.859
1965	101.382	1990	219.750
1966	102.077	1991	221.832
1967	107.091	1992	229.568
1968	115.582	1993	229.421
1969	118.401	1994	229.950
1970	129.081	1995	228.995
1971	140.897	1996	230.628
1972	148.436	1997	230.288
1973	152.092	1998	230.955
1974	156.913	1999	230.878
1975	166.814	2000	232.061
1976	170.315	2001	236.048
1977	171.188	2002	240.164
1978	169.926	2003	246.907
1979	169.843	2004	248.907
1980	168.220	2005	253.438
1981	166.378	2006	259.120
1982	167.572	2007	261.548
1983	168.897	2008	270.832
1984	167.694	2009	281.952
1985	170.366	2010	286.955
1986	174.752		
1987	179.439		
1988	181.686		

(*) Hoteles y pensiones.

(**) Además de hoteles y pensiones, incluye fondas, casas de huéspedes y residencias.

Fuente: elaboración propia con datos de INE, COCINB e IDESCAT.

puesto que dejan de lado la información relativa a cámpings, apartamentos, segundas residencias y diversas formas de actividad turística que implican otros tipos de alojamiento, como puede ser el barco deportivo o el turismo de cruceros.

Los datos se presentan el Gráfico 1 mediante dos curvas distintas porque la información disponible es de naturaleza también diversa: de 1961 a 1988 la serie contabiliza sólo hoteles y pensiones, mientras que a partir de 1986, y hasta 2010, añade fondas, casas de huéspedes y residencias. La evolución fue enormemente expansiva entre 1961 y 1975 en que el total de plazas hoteleras pasó de 35.023 a 166.814. Entre 1975 y 2000, el total de plazas hoteleras aumentó muy poco a la vez que se reducía el número de establecimientos y tendía a aumentar la media de plazas por establecimiento.

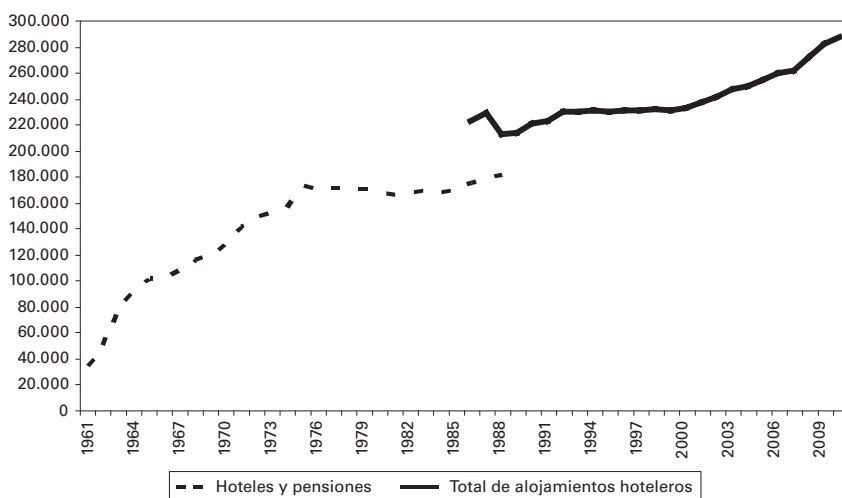


Gráfico 1

Oferta de alojamiento en Cataluña: número de plazas hoteleras

Desde el año 2000 hasta 2010, en cambio, volvió a aumentar fuertemente el número total de plazas hoteleras, en más de 50.000. En todos los años de la primera década del siglo XXI se alcanzaron los máximos históricos. Por contra, el número total de establecimientos sólo

volvió a crecer desde 2005. En el ejercicio de 2010 alcanzó la cifra de 2.826, muy lejos aún de los niveles de 1988-1993. Se han registrado transformaciones muy significativas en lo que atiene a la estructura del sector, como refleja la Tabla 2. Durante la crisis de 1975-1985 se redujeron ligeramente tanto el número de establecimientos como el de plazas hoteleras, a la vez que aumentaban las dimensiones medias de los establecimientos. Las cifras de 1985 son inferiores a las de diez años antes. Desde 1986 también se redujo el número de establecimientos, pero pronto aumentó el total de las plazas y, mucho más, la media de plazas por establecimiento. Se ha producido, por tanto, una profunda reestructuración del sector, con la desaparición de un gran número de pequeños hoteles, antiguos y obsoletos, y la creación de otros de nueva planta y de mayor capacidad. Con todo, el modelo hotelero catalán ha evitado el tipo de establecimientos gigantescos que domina otros destinos turísticos.

Tabla 2
Evolución de la oferta hotelera

	Establecimientos	Plazas	Plazas por establecimiento
1975	2.201	166.814	75,7
1980	2.148	168.220	78,3
1985	2.047	170.366	83,2
1988	2.017	181.686	90,1
...			
1986	4.116	222.479	54,1
1990	3.179	219.750	69,1
1995	2.843	228.995	80,0
2000	2.719	232.061	85,3
2005	2.591	253.438	97,8
2010	2.826	286.955	101,5

Nota: de 1961 a 1988 la serie contabiliza únicamente hoteles y pensiones, mientras que a partir de 1986, y hasta 2010, añade fondas, casas de huéspedes y residencias.

Fuente: elaboración propia con datos de IDESCAT.

En líneas generales, la oferta hotelera fue modulada durante los años 1960 y primera mitad de la década siguiente como turismo de sol y playa, un producto de vacaciones de larga duración, en la costa, de bajo precio y comercializado principalmente por operadores turísticos extranjeros. Muchos de los establecimientos eran de calidad media y baja, de una a tres estrellas, estaban gestionados por empresas familiares y se encontraban afectados de un endeudamiento elevado.

En los años de la crisis de 1975 a 1985 se redujo la ocupación de las instalaciones y el gasto medio por turista. Al mismo tiempo se produjo una fuerte elevación de los costes —salarios, impuestos y cotizaciones sociales—. Con frecuencia, los operadores turísticos extranjeros, en un entorno de exceso de oferta, impusieron precios muy bajos. El aumento de la competencia entre las distintas zonas mediterráneas y la expansión de nuevas áreas receptoras lejanas, en otros continentes, acabaron de configurar la oferta catalana como una de las más maduras y más amenazadas a nivel internacional.

En estas condiciones, la rentabilidad de las empresas se reducía drásticamente y resultaba imposible aplicar una política adecuada de amortizaciones, con el progresivo deterioro de los establecimientos y también de la imagen de calidad del conjunto del destino turístico. Hacia 1985 el panorama era de atomización empresarial, caída de la rentabilidad y creciente obsolescencia de las instalaciones. El paquete turístico, de todos modos, se mantuvo en Cataluña a precios más bajos que en las zonas competidoras, gracias al menor coste del transporte y a las rentas de situación.

A partir de 1986 comienza una notable recuperación, en coincidencia con la salida de la larga etapa de crisis y con la integración de España en la UE. Gradualmente, la problemática trayectoria anterior fue corrigiéndose mediante el aumento de la calidad, la amortización de instalaciones obsoletas, y la modernización de los alojamientos. Se comprueba, además, una ligera tendencia expansiva, influida por el desarrollo del turismo urbano, del número de establecimientos de categoría superior y de mayores dimensiones. Por un motivo y por el otro, casi un 40 por ciento de las inversiones extranjeras en hostelería realizadas en toda España en el período 1988-1994 se dirigieron a Cataluña, más del doble que en la comunidad autónoma siguiente que fue Madrid²⁵.

²⁵ C. Martínez Mora y G. Pardo Alés, «La internacionalización de la empresa hotelera: inversiones extranjeras en España y españolas en el exterior», *Información Comercial Española*, 749 (1996), pp. 47-62.

Las devaluaciones de los años 1992-1993 dieron un nuevo impulso a la demanda de alojamiento y reforzaron la recuperación a partir de 1994. En los últimos años del siglo XX se aceleró esta evolución, particularmente en Barcelona que capta nuevos segmentos de turismo de negocios y convenciones. Durante 1997-2000, la hostelería permaneció inmersa en un intenso proceso de expansión y concentración protagonizado por grandes cadenas que aumentaban mucho la escala operativa para conseguir mejores condiciones de las agencias y mayoristas. Al mismo tiempo, diversas cadenas catalanas, así como grupos inversores de los sectores constructor y financiero, han extendido su proyección al resto de España y a otras zonas turísticas extranjeras y operan como auténticas multinacionales. La proyección exterior ha sido más intensa en el caso de las empresas hoteleras de Baleares, cuyo turismo entró ya en fase de madurez en la década de 1980-1990, en búsqueda de mayor rentabilidad en destinos con salarios, impuestos y precios del suelo más bajos²⁶. En Cataluña, la muy elevada ocupación de las plazas hoteleras de los años 1999 y 2000 puso en marcha un gran número de proyectos de construcción de nuevos establecimientos por las grandes cadenas nacionales (Sol Meliá, NH, Catalonia, Hotusa, Husa, AC, etc.) y extranjeras pero también de constructores y otros grupos inversores.

Es característica de Cataluña una notable especialización en el turismo de camping. La expansión de este tipo de oferta fue muy grande antes de 1973, en paralelo con la oferta hotelera pero con aún mayor intensidad. A partir de 1973 siguió creciendo, a diferencia de la oferta hotelera, aunque a un ritmo ralentizado. Desde 1990, como se comprueba en la Tabla 3, el aumento del número total de establecimientos y de plazas fue muy moderado y mucho más desde el 2000. De todos modos, en 2010 alcanzaba el 37,2 por ciento del total de plazas estimadas de España, dos veces y media más que la siguiente comunidad autónoma que es Andalucía²⁷. Las cifras que se reproducen aquí proceden de EUROSTAT y —debe advertirse— son distintas en magnitud e incluso en tendencia a las que se emplean en otros trabajos²⁸. La

²⁶ Josep-Francesc Valls, «La internacionalización del sector hotelero. El caso español», en P. Puig, dir.: *La Expansión de la multinacional española: estrategias y cambios organizativos. Primer informe anual del Observatorio de la Empresa Multinacional Española*, ESADE e ICEX, Barcelona y Madrid, 2009, pp. 149-165.

²⁷ INE, *Encuesta de ocupación en establecimientos turísticos extrahoteleros 2010*.

²⁸ Como en la estadística sobre *Oferta de recursos intermedios* del Observatori de Turisme de la Generalitat. Los datos de EUROSTAT presentan la enorme ventaja de haber sido elaborados con criterios homogéneos en todo el período y también la de ser comparables para todos los países de la UE.

Tabla 3
Campings de Cataluña, en número de establecimientos y plazas

	Establecimientos	Plazas		Establecimientos	Plazas
1990	309	281.159	2001	356	336.017
1991	310	282.668	2002	361	338.664
1992	309	287.442	2003	355	341.689
1993	324	259.726	2004	354	344.002
1994	326	256.318	2005	349	335.117
1995	n.d.	n.d.	2006	343	336.484
1996	338	282.139	2007	343	336.042
1997	330	286.530	2008	345	329.008
1998	339	317.359	2009	352	334.122
1999	348	317.359	2010	350	328.817
2000	347	321.667			

Fuente: EUROSTAT (extracción de 15.1.2011).

comparación internacional permite asegurar que Cataluña encabeza la lista de las mayores regiones NUTS 2 de Europa, junto con seis regiones francesas (Aquitania, Languedoc-Rosellón, Provenza-Alpes-Costa Azul, Ródano-Alpes, Bretaña y País de la Loire) y Dinamarca.

Los segmentos de hostelería y campings no han registrado una evolución paralela. Para comparar la oferta de plazas de esta naturaleza, se reúnen en la Tabla 4 las tasas de crecimiento acumulativo anual de ambos tipos de establecimientos. Se ha fijado un punto de corte entre el segundo y el tercero de los períodos seleccionados, en 1989-1990, para obviar las distorsiones que producirían los cambios de criterio de las estadísticas, ya explicados más arriba en relación con los hoteles. En el caso de los campings también se modifica el criterio estadístico de imputación de plazas y se produce una discontinuidad en la serie al aplicar el IDESCAT una pauta nueva. En concreto, se trata de la aplicación de una media de 2,5 personas por unidad de acampada como índice de ocupación²⁹.

²⁹ Establecido por la Orden de 22 de enero de 1992, modificando el factor de conversión 3 fijado por la Orden de 11 de julio de 1986 (DOGC, 23 de julio de 1986).

Tabla 4
Oferta de alojamiento.
Tasas de crecimiento acumulativo

	1963-1973	1973-1989	1990-2000	2000-2010
Plazas hoteleras	6,9	1,2	0,6	2,2
Plazas de camping	8,0	2,8	0,2	0,4

Fuente: elaboración propia con datos de la Tabla 1, de IDESCAT y de EUROSTAT.

El crecimiento de la oferta de alojamiento fue muy grande en la fase de instalación del moderno modelo turístico, hasta 1973. Después descendió con gran intensidad en el caso de los establecimientos hoteleros, habiendo sido directamente negativo en el lapso 1975-1985. El aumento de plazas hoteleras fue muy modesto en 1990-2000 y se recuperó de un modo bastante consistente en 2000-2010. El subsector de la oferta de campings aumentó el número de plazas a un ritmo bastante bajo en el intervalo 1973-1989 y ya francamente débil en los dos subperíodos 1990-2010, de acuerdo con un rápido proceso de reestructuración y mejora de la calidad de la oferta.

La imagen global a partir de 1973 es, por tanto, de cierta estabilidad e, incluso, de saturación. De las últimas décadas data sobre todo, por otra parte, el inicio de nuevas fórmulas de alojamiento como el agroturismo. En 2010, Cataluña se situaba en segundo lugar, tras Castilla y León, en número de alojamientos y plazas ofertadas. La mayor transformación reciente del turismo en Cataluña ha sido el intenso desarrollo de la oferta extra-hotelera³⁰. Esta oferta no reglada aumentó desde 1984 hasta 1996 en un total cercano al millón de plazas. Por tanto, el grueso de las instalaciones turísticas corresponde a segundas residencias y apartamentos, aunque generalmente en régimen de propiedad, en vez de alquiler, por lo que no se recoge en la estadística de alojamientos en establecimientos extra-hoteleros.

Los datos presentados hasta ahora subrayan la importancia de la economía catalana en lo que se refiere al tamaño de la industria turística, pero

³⁰ Àngel Miguelsanz i Arnalot, «El sector turístic a Catalunya», en VV.AA., *L'economia catalana davant del canvi de segle*, Banco Bilbao Vizcaya, Barcelona, 1994, pp. 231-252.

dicen poco acerca de su posición relativa en el contexto español y europeo. Para completar la imagen, se presentan en la Tabla 5 las cifras de las diez regiones europeas NUTS 2 más importantes por el número de plazas hoteleras en 2009³¹. Cuatro CC.AA. españolas y cinco regiones italianas comparten la lista con la región de París³². Cataluña es en 2009 la segunda mayor concentración de plazas hoteleras de Europa, por detrás de Baleares y casi igualada con Isla de Francia. Pero en 1995, catorce años antes, era sólo quinta, por detrás de Baleares, Emilia-Romaña, Trentino-Alto Adigio e Isla de Francia.

Tabla 5
Regiones europeas NUTS 2 más importantes por plazas hoteleras

	1995	2009	r
Baleares	271.737	334.993	1,51
Cataluña	198.869	300.826	3,00
Isla de Francia	233.476	300.548	1,82
Emilia-Romaña	252.053	296.292	1,16
Andalucía	142.883	295.008	5,31
Trentino-Alto Adigio	236.170	245.587	0,28
Véneto	177.570	212.539	1,29
Canarias	100.558	208.426	5,34
Lombardía	146.922	198.382	2,18
Toscana	141.205	192.757	2,25

r = tasa de crecimiento acumulativo anual.

Fuente: EUROSTAT (extracción de 15.1.2011).

³¹ Los criterios contables de EUROSTAT no coinciden necesariamente con los de cada uno de los países miembros a la hora de construir las estadísticas. Sin embargo sí son idénticos para todos los países considerados. Los datos que se presentan en las Tablas 5 y 7, por este motivo, pueden no ser coincidentes con los del INE y del IDESCAT pero son enteramente homogéneos.

³² EUROSTAT ofrece separadas las cifras de las provincias autónomas de Trento y Bolzano, pero aquí las presentamos conjuntamente de acuerdo con la división regional de Italia que une a ambas en la región de Trentino-Alto Adigio.

La evolución entre ambas fechas se constata, en la última columna de la tabla, mediante la tasa de crecimiento acumulativo anual. En estos términos, Cataluña aparece con un dinamismo notablemente mayor que todas las demás regiones consideradas, salvo Andalucía y Canarias. Cuando menos desde una perspectiva comparativa, la calificación de madurez para el conjunto de la oferta hotelera catalana parece poco afortunada. Si puede resultar adecuada para expresar el declive relativo del modelo de turismo de sol y playa, no es aceptable en lo que se refiere al turismo de Barcelona que incrementa su infraestructura hotelera de forma continua en el mismo período. La Tabla 6 reúne los datos básicos sobre hoteles y plazas de la ciudad³³. Puede añadirse que estas cifras mantienen a Barcelona todavía por detrás de las grandes concentraciones del turismo urbano europeo de Londres, París, Berlín, Roma, Venecia y Milán.

Tabla 6
Hoteles y plazas hoteleras en la ciudad de Barcelona

	Hoteles*	Plazas
1985	79	15.574
1990	118	18.569
1995	160	27.988
2000	187	31.338
2005	268	49.235
2010	328	61.510

(*) No incluye hostales, residencias, pensiones y fondas.

Fuente: Servei d'Estadística de l'Ajuntament y Turisme de Barcelona.

EUROSTAT contabiliza en sus registros estadísticos lo que define como plazas turísticas, que resultan de sumar todo tipo de alojamientos calificados como colectivos, tanto hoteles como campings, dejando al

³³ Servei d'Estadística, *Anuari Estadístic de la Ciutat de Barcelona*, Ajuntament, Barcelona; Turisme de Barcelona, *Estadístiques de turisme a Barcelona 2010*, Turisme de Barcelona, Barcelona, 2011.

margen tan sólo a viviendas o apartamentos privados³⁴. Las dos primeras columnas de datos de la Tabla 7 ofrecen el ranking de las diez regiones turísticas más importantes de la UE de 27 miembros en 1996 y 2009 por su capacidad total de alojamiento. En la última columna se muestra el crecimiento del número de plazas entre ambos años. Cataluña aparece, con mucha diferencia, como la región turística más importante de Europa, lo que se relaciona con la elevada diversidad de su modelo turístico. En la desagregación regional de tercer nivel NUTS 3, tres demarcaciones catalanas son las únicas provincias españolas que integran la lista de las quince mayores de Europa en 2007. En efecto, Girona es la segunda NUTS 3 de la UE, sólo por detrás de Venecia, Tarragona la doceava y Barcelona la catorceava³⁵.

Tabla 7
Primeras regiones NUTS 2 de la UE por plazas turísticas

	1996	2009	r
Cataluña	628.182	733.201	1,20
Provenza-Alpes-Costa Azul	562.495	713.861	1,85
Véneto	641.934	695.415	0,62
Ródano-Alpes	482.346	664.154	2,49
Languedoc-Rosellón	462.970	610.723	2,15
Aquitania	412.622	590.368	2,79
Toscana	399.037	509.735	1,90
Andalucía	318.527	454.784	2,78
Baleares	429.727	443.437	0,24
Emilia-Romaña	385.057	434.103	0,93

r = tasa de crecimiento acumulativo anual.

Fuente: EUROSTAT (extracción de 15.1.2011).

³⁴ Ulrich Spörel, «Regional tourism in the European Union», *Statistics in focus*, 27/2006.

³⁵ Vanya Velcheva, «Key figures on supply and use of tourist accommodation in the European Union, 2007», *Data in focus*, 2008, 50. Otras provincias españolas en este ranking Top 30 de regiones NUTS 3 de la Unión Europea son: Mallorca (3.^a), Alicante (22.^a), Tenerife (24.^a), Málaga (25.^a) y Gran Canaria (27.^a).

Junto a la capacidad de alojamiento, un segundo gran tema está en el nivel de ocupación de los establecimientos, muy distinto según las características de los diversos modelos turísticos. En la Tabla 8 se resumen los datos de pernoctaciones turísticas en las diez regiones NUTS 2 más importantes de la UE por este concepto en los años 2000 y 2007, así como la diferencia expresada en tasa de crecimiento. Cataluña se sitúa en la tercera posición del continente, sólo por detrás de Canarias e Isla de Francia, superando a Baleares en estos años. La última columna define el dinamismo de las regiones entre ambas fechas en este concepto de ocupación de los establecimientos colectivos. La lista se halla liderada por Andalucía, Isla de Francia, Comunidad Valenciana y Trentino-Alto Adigio. Cataluña se clasifica inmediatamente después junto con Véneto y Toscana. Los dos archipiélagos de Canarias y Baleares ostentan tasas de crecimiento negativas.

Tabla 8
Primeras regiones NUTS 2 de la UE por pernoctaciones
en establecimientos turísticos

	2000	2007	r
Canarias	91.177.395	85.904.577	-0,85
Isla de Francia	54.987.433	68.677.853	3,23
Cataluña	56.531.477	63.399.740	1,65
Baleares	67.802.146	62.166.198	-1,23
Véneto	54.870.715	61.529.573	1,65
Andalucía	43.348.294	54.675.767	3,37
Trentino-Alto Adigio	36.842.348	41.996.391	1,89
Toscana	37.298.562	41.695.840	1,60
Comunidad Valenciana	32.567.572	39.787.171	2,90
Emilia-Romaña	36.402.429	38.174.466	0,68

r = tasa de crecimiento acumulativo anual.

Fuente: EUROSTAT (extracción de 15.1.2011).

La evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros y asimilados en las cinco regiones europeas más importantes durante la década de 2000-2009, a partir de los datos de EUROSTAT, se presen-

ta en el Gráfico 2. Canarias está por delante en todo el período. Las tres CC.AA. españolas sufren descensos notables en los años de la crisis de 2007-2009, aunque los datos de Cataluña son los menos negativos. Cabe recordar que su posición relativa resultaría aún mucho más favorable si se contabilizaran las segundas residencias, de las que posee un volumen superior a ninguna otra región europea. A título de indicio, se puede recordar aquí la cifra de 2.428.765 plazas en apartamentos y residencias secundarias que se contaban en 1986³⁶. Las regiones de Isla de Francia y Venecia, en cambio, no registran un movimiento semejante. La crisis turística de la primera década del siglo XXI parece mostrar una mayor gravedad en España y especialmente en el caso de ambos archipiélagos. La decadencia del modelo de turismo vacacional, en lo que atiene al turismo extranjero, parece ser un hecho ya bastante consolidado en España.

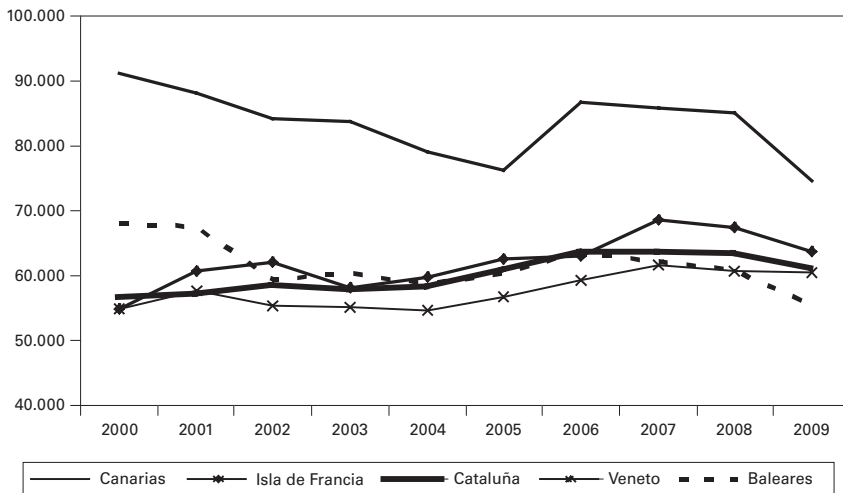


Gráfico 2

Evolución de las mayores regiones de la UE,
por miles de pernoctaciones

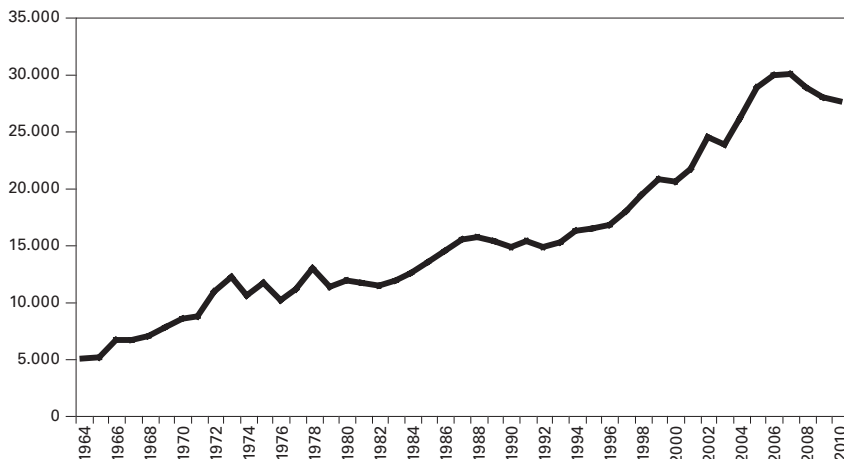
³⁶ Joan Cals, «La oferta turística y recreativa», en M. Parellada (dir.), *Estructura económica de Cataluña*, Espasa Calpe, Madrid, 1990, pp. 297-305.

2.2. *El movimiento turístico*

El fenómeno turístico no ha dejado de crecer en Cataluña durante más de cincuenta años, cuando menos en lo que atiende a la oferta. Para el análisis de la evolución de la demanda de servicios turísticos, empleo las cifras de visitantes extranjeros entrados en Cataluña cada año como principal indicador. De los tres segmentos que integran el fenómeno del turismo en territorio catalán, el mayor corresponde al turismo extranjero. Una segunda fracción en orden de importancia procede del turismo de los residentes. La última parte, en fin, incluye a los visitantes procedentes del resto de España, pero, a pesar de que supone una proporción apreciable, no llega a equilibrar el número de visitantes catalanes al resto de España ni tampoco los correspondientes flujos de recursos. El segmento de mayor impacto en el crecimiento económico corresponde a los visitantes extranjeros.

He construido una serie anual de visitantes extranjeros entre 1964 y 2010, que se representa en el Gráfico 3. Cabe subrayar que las cifras de visitantes llegados del extranjero responden a criterios de residencia y no de nacionalidad, por lo que incluyen a los españoles residentes en el exterior. Los datos proceden de las Memorias económicas publicadas por la COCINB, desde 1964 a 1979, y de la Direcció General de Turisme de la Generalitat y de los *Anuari(s) Estadístic(s) de Catalunya* del IDESCAT entre 1980 y 2010. La serie construida no distingue entre turistas, que la Organización Mundial de Turismo (OMT) define como aquellos viajeros que pasan por lo menos una noche fuera de su localidad de residencia, y, por otro lado, excursionistas de una sola jornada o pasajeros de paso.

La curva muestra un rápido crecimiento entre 1964 y 1973, en la etapa de arranque del turismo de masas. Como las economías europeas son los principales mercados emisores de turistas hacia los países mediterráneos, las variaciones de la coyuntura y la evolución de la renta per cápita de Europa Occidental afectan directamente al sector. Los dos choques petroleros de 1974-75 y 1979-80 se tradujeron en crisis muy marcadas y estancamiento en las cifras de visitantes. La elevación del precio del crudo repercutió en el encarecimiento de los desplazamientos, en especial en los vuelos chárter. A ello se le añadió la inestabilidad política y social que caracterizó en España la etapa de la transición a la democracia, tras la muerte del dictador en 1975, y el fuerte incremento de los costes laborales en todo el período. Como evidencia el gráfico, excepto en 1978, el número de visitantes extranjeros del año 1973 no se volvió a alcanzar hasta 1984.

**Gráfico 3**

Visitantes extranjeros entrados en Cataluña, 1964-2010.
Miles de personas

La recuperación económica de Europa occidental provocó el mayor incremento de los visitantes extranjeros de 1985 a 1988. Después, las fluctuaciones del tipo de cambio tuvieron una incidencia muy negativa: en los años 1989 y 1990 el turismo extranjero decayó a causa de la apreciación de la peseta. En 1991 experimentó una ligera recuperación y en 1992 volvió a caer. La presunta importancia de los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 no se comprueba en las cifras de visitantes, que en aquel año descendieron y en 1993 no llegaron al volumen de dos años antes. La política monetaria del gobierno de Felipe González, que condujo a una sobreapreciación de la peseta, redujo drásticamente la competitividad del sector. Sólo las sucesivas devaluaciones de 1992-1993, forzadas por una profunda crisis económica, comenzaron a corregir la caída del turismo.

Además, las guerras en el territorio de la antigua Yugoslavia y la oleada fundamentalista en los países musulmanes del Norte de África debilitaron estos destinos competidores e impulsaron la recuperación turística. Así pues, los años 1994-1996 y mucho más decididamente los años 1997-2000 fueron de crecimiento, de modo que en el primero de estos ejercicios se superó con mucha claridad el anterior máximo de visitantes que correspondía

Tabla 9
Turistas internacionales en Cataluña
y cuota porcentual del turismo mundial

	Turistas internacionales en Cataluña	Cuota en el turismo mundial		Turistas internacionales en Cataluña	Cuota en el turismo mundial
1964	2.586	2,47	1988	8.145	2,06
1965	2.661	2,36	1989	7.960	1,87
1966	3.464	2,89	1990	7.692	1,68
1967	3.417	2,63	1991	7.961	1,72
1968	3.604	2,75	1992	7.699	1,53
1969	4.036	2,81	1993	7.893	1,52
1970	4.388	2,65	1994	8.434	1,53
1971	4.500	2,52	1995	8.529	1,51
1972	5.629	2,98	1996	8.703	1,46
1973	6.309	3,17	1997	9.329	1,53
1974	5.495	2,67	1998	10.026	1,60
1975	6.020	2,71	1999	10.795	1,66
1976	5.244	2,29	2000	10.690	1,53
1977	5.772	2,32	2001	10.715	1,57
1978	6.714	2,51	2002	12.324	1,76
1979	5.881	2,08	2003	12.393	1,79
1980	6.154	2,15	2004	13.170	1,73
1981	5.180	1,80	2005	14.662	1,83
1982	5.648	1,97	2006	15.810	1,87
1983	5.952	2,06	2007	15.892	1,76
1984	6.042	1,91	2008	15.027	1,63
1985	6.207	1,90	2009	13.597	1,55
1986	7.253	2,14	2010	14.207	
1987	7.699	2,12			

Fuente: estimación propia con datos de COCINB y de la Direcció General de Turisme de la Generalitat, IDESCAT y OMT.

a 1988. Durante la primera década del siglo XXI, el crecimiento de la aco-gida de visitantes internacionales en el destino catalán volvió a ser muy in-tenso hasta su fuerte caída en 2008-2010.

Un buen instrumento para situar el fenómeno del turismo internacional de Cataluña en el contexto mundial consiste en obtener la cuota porcentual del mismo a lo largo del período. Para construir la serie correspondiente, se ha calculado el número de turistas internacionales recibidos en Cataluña a partir de la serie de visitantes, tal como se recoge en la Tabla 9. La inexis-tencia de datos estadísticos regionalizados hasta el año 2000 se ha salvado mediante estimación directa a partir de la proporción media observada de turistas sobre visitantes en los años de los que se poseen ambas informacio-nes (2000-2010), que alcanza un coeficiente del 51,94 por ciento. Las cifras del turismo mundial son de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Con estos datos es posible observar el movimiento turístico registrado en Cataluña en relación con el total del turismo internacional que se pro-dujo en el conjunto del mundo en los mismos años. Los valores de la serie se mueven entre un máximo del 3,17 por ciento en 1973 y un mínimo de 1,46 por ciento en 1996, como se comprueba en el Gráfico 4. Estas cifras toman toda su significación cuando se comparan con los porcentajes de la

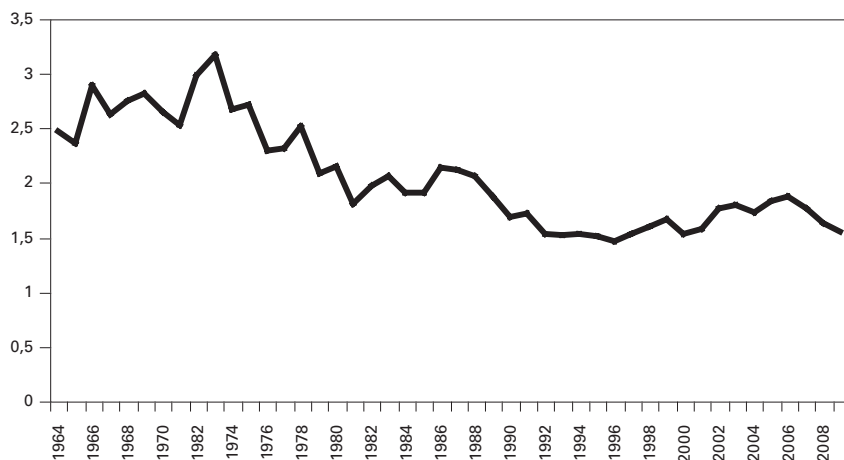


Gráfico 4

Cuota porcentual de Cataluña en el turismo mundial

población o del PIB de Cataluña en los correspondientes totales mundiales (del 0,1 por ciento y del 0,4 por ciento, respectivamente, en el año 2001), muy por debajo de aquellos guarismos³⁷.

El movimiento de la serie es muy claro. En términos relativos al turismo mundial, se registró un claro ascenso hasta 1973. Con posterioridad, se produjo una fuerte caída hasta 1981 y su estabilización posterior. Tras una breve recuperación en 1986-1988, volvió a caer hasta situarse en los niveles más bajos en 1992-1996. Sigue una nueva fase de expansión hasta el año 2006, a partir del cual comienza un descenso rápido, siempre en términos relativos al total mundial³⁸.

Las cifras del Instituto de Estudios Turísticos (IET) acerca de los turistas recibidos por España a partir del 2000 ponen de manifiesto la posición aventajada de Cataluña con relación a las restantes CC.AA., salvo en los dos primeros años de la serie. Además, muestran un dinamismo mucho mayor de Cataluña como destino turístico, al punto de haber aumentado su parte en el total español desde 19,9 por ciento en el año 2000 hasta el 25,0 por ciento en el 2010. La Tabla 10 reúne las cifras de turistas internacionales de las cuatro áreas de acogida más importantes, registradas de acuerdo con el criterio de destino principal, entre 2001 y 2010. La columna correspondiente pone en evidencia, adicionalmente, la fuerte caída en el número de turistas registrada en 2008 y, mucho más todavía, en 2009, con una recuperación en 2010. Estas cifras, no obstante, subestiman el turismo de Cataluña, porque es destino secundario en muchos casos, por razón de su localización geográfica, a diferencia de las otras tres áreas consideradas³⁹.

Cataluña es también la más importante de las CC.AA. desde el punto de vista de la recepción de turismo residencial extranjero, seguida de la Comunidad Valenciana, en lo que se refiere a número de turistas alojados en vivienda en propiedad o bien de familiares y amigos. Considerando el conjunto del período 2002-2008, como se presenta en la Tabla 11, alcanza el 28,0 por ciento del total español en este tipo de turismo, seguida por la

³⁷ Porcentajes calculados sobre los datos de Angus Maddison, *The World Economy. Historical Statistics*, OCDE, París, 2003.

³⁸ Mi cálculo, construido con datos oficiales del INE y la OMT, queda bastante por debajo del porcentaje imputado por Caixa Catalunya, *Informe sobre la conjuntura econòmica*, 124 (enero de 2009), pp. 72-81.

³⁹ Así, por ejemplo, la cifra total del año 2001 se eleva a 10.113.899 turistas (IET, *El turismo en España durante 2001*, p. 11) frente a los 9.683.000 contabilizados con el criterio de destino principal en la Tabla 12.

Tabla 10

Miles de turistas internacionales por CC.AA. de destino principal, 2001-2009

	Andalucía	Baleares	Canarias	Cataluña	España
2001	7.592	9.962	10.209	9.683	48.565
2002	7.686	9.274	10.047	11.212	50.331
2003	7.919	9.329	9.972	11.374	50.854
2004	7.967	9.546	9.594	12.498	52.430
2005	8.352	9.658	9.442	14.029	55.914
2006	7.976	9.922	9.606	15.117	58.004
2007	8.430	9.956	9.455	15.234	58.666
2008	7.975	10.021	9.357	14.344	57.192
2009	7.359	9.037	8.204	12.769	52.231
2010	7.437	9.178	8.611	13.177	52.677

Fuente: IET (extracción de 28.1.2011).

Tabla 11

Turistas extranjeros alojados en viviendas privadas

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Cataluña	1.178	1.141	1.379	1.368	1.299	1.219	1.158
C. Valenciana	1.065	849	848	836	983	1.088	1.093
Andalucía	895	883	1.027	1.003	1.055	986	835
Baleares	792	577	560	725	691	565	626
Canarias	354	287	176	154	219	172	194
Murcia	72	93	131	146	129	166	175
Total	4.605	4.134	4.378	4.533	4.688	4.514	4.365

Fuente: IET, *Frontur. Movimientos turísticos en fronteras. 2002-2008*, p. 36.

Comunidad Valenciana con el 21,7 por ciento y Andalucía con el 21,4 por ciento. La superioridad de Cataluña en este segmento, que no se refleja en los datos de alojamiento en establecimientos turísticos, procede de las ventajas derivadas de su localización geográfica pero también de su muy am-

plia oferta de todo tipo de servicios comerciales, recreativos y culturales, así como, por último, de la muy numerosa población extranjera residente.

Otra información especialmente importante para el análisis del fenómeno turístico en Cataluña es la relativa al excursionismo extranjero de carretera, especialmente procedente de Francia, motivado en gran parte por la oferta comercial y de servicios recreativos. El desarrollo del turismo extranjero a lo largo del período ha ido dejando de lado el transporte aéreo mediante vuelos no regulares, o charter, en favor del transporte por carretera, en autocares y sobre todo en vehículos familiares. La Tabla 12 desagrega los totales de visitantes de los años 2001-2010 entre turistas y excursionistas y permite comprobar que las cifras de éstos últimos se acercan a las de los primeros y en algún ejercicio, concretamente el de 2009, las superan.

Tabla 12
Visitantes extranjeros entrados en Cataluña

	Turistas	Excursionistas	Visitantes
2001	10.715	10.216	20.931
2002	12.324	10.501	22.825
2003	12.393	10.847	23.240
2004	13.170	12.362	25.532
2005	14.662	14.138	28.800
2006	15.810	14.142	29.952
2007	15.892	14.044	29.936
2008	15.027	13.787	28.814
2009	13.597	14.332	27.929
2010	14.207	13.378	27.585

Fuente: elaboración propia con datos del IET y de IDESCAT.

El turismo extranjero ha mostrado un elevado grado de fidelidad y ha sido fuertemente repetidor en las visitas. Esta peculiaridad ha derivado en una gran fijación de la demanda, a través de la adquisición de segundas residencias y apartamentos. Pero también de la importancia que adquiere en Cataluña un factor casi ausente en el resto de las áreas turísticas espa-

ñolas como es la presencia de excursionistas de una sola jornada o viajes de paso —muy numerosos en Cataluña por razón de su carácter fronterizo—. Las cifras conocidas le asignan cerca de una tercera parte del total nacional en este tipo de desplazamientos que no comportan pernociación alguna.

Ha tenido una posición muy relevante, asimismo, en el aprovechamiento de las nuevas fórmulas de desplazamientos en vuelos de las compañías aéreas *low-cost*. Con más de 775.000 pasajeros, alcanzó en 2002-2006 el 30 por ciento del total de quienes llegaron a España por este medio de transporte, en gran parte gracias al rápido despliegue de las instalaciones receptoras de los aeropuertos de Girona y Reus. Una particularidad singular del modelo turístico de Cataluña consiste en que son muy ampliamente mayoritarios, a diferencia del resto de España, los visitantes que no utilizan paquete turístico y organizan su propio desplazamiento.

La principal procedencia de los turistas entrados en Cataluña es Francia, en gran parte por el turismo de frontera y por las segundas residencias en territorio catalán. Ya a mucha distancia, el segundo grupo es el británico. El resto, que no alcanza conjuntamente al 50 por ciento del total, se reparte entre diversos orígenes, entre los que destacan Alemania, Holanda, Bélgica, Italia y Suiza. En los últimos años han aumentado los turistas de Japón y de Estados Unidos, particularmente por el turismo urbano, y de Europa del Este, sobre todo en los destinos de sol y playa. En todo caso, en los mismos años, Cataluña ha sido el destino principal de los turistas llegados a España procedentes de Francia, Bélgica, Italia, Países Bajos, Suiza y Estados Unidos.

Una indagación de mayor calidad analítica que la información suministrada por las estadísticas oficiales demostró que las más importantes áreas emisoras de visitantes extranjeros hacia Cataluña son el sudeste de Francia, el sudoeste de Alemania y el noroeste de Italia, con una especial significación de las regiones más ricas e industriales, como Ródano-Alpes, Baden-Württemberg y Lombardía, y un componente importante de turismo de proximidad, especialmente visible en las entradas de residentes en la región vecina de Languedoc-Rosellón⁴⁰.

Un fenómeno bastante reciente y, en cualquier caso, fuertemente dinamizador del turismo en Cataluña ha sido la eclosión de Barcelona como

⁴⁰ Enric Pareta Torres y Monte Pérez Herrero, «El turismo extranjero a Catalunya», *Nota d'Economia*, 61-62 (mayo-dic. de 1998), pp. 33-53.

gran destino turístico, recuperado tras el retroceso sufrido a partir de 1973. La progresión de Barcelona en este período resulta realmente extraordinaria, como muestra la Tabla 13 con los datos relativos a turistas y pernoctaciones en establecimientos hoteleros⁴¹. En el año 2010, con más de 11,8 millones de pernoctaciones de residentes en el extranjero, es el punto turístico más importante de España, con gran diferencia sobre San Bartolomé de Tirajana y Madrid⁴². La ciudad ha cuadruplicado las plazas hoteleras en veinte años y se ha erigido progresivamente en uno de los puntos más favorecidos de Europa por el auge del nuevo turismo urbano, sólo por detrás de París, Londres y Roma, cuya función de capitalidad de Estado atrae numerosas visitas forzadas por tramitaciones diversas ante la Administración⁴³.

Tabla 13
Turistas y pernoctaciones en establecimientos hoteleros
de Barcelona

	Turistas	Pernoctaciones
1990	1.732.902	3.795.522
1995	3.089.974	5.674.580
2000	3.141.162	7.777.580
2005	5.061.264	10.941.579
2010	6.422.210	15.160.468

Fuente: INE, Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.

Bastante relacionado con el éxito del nuevo modelo turístico catalán que se va configurando es el crecimiento continuado del número de turistas, extranjeros pero también españoles, que realizan un cruce por el Mediterráneo y que visitan la ciudad al hacer escala, comenzar o finalizar

⁴¹ Turismo de Barcelona, *Estadístiques de Turisme a Barcelona*, Barcelona, 2010.

⁴² INE, *Coyuntura Turística Hotelera. Año 2010*. Estas dos poblaciones registraron respectivamente 8,4 y cerca de 8,3 millones de pernoctaciones de residentes en el extranjero en establecimientos hoteleros.

⁴³ Obviamente, la posición de las principales ciudades turísticas en el ranking europeo por turistas y pernoctaciones no tiene porqué coincidir con el de capacidad de alojamiento habida cuenta del distinto grado de ocupación de la planta hotelera.

el viaje en el puerto de Barcelona. La Tabla 14 reúne las cifras de cruceros y pasajeros entre 1990 y 2010. Desde el año 2005, la capital catalana alcanzó la primera posición en el ranking mundial fuera del área del Caribe y la quinta si se toma en cuenta aquella región, con la recepción de 1,2 millones de cruceristas, cifra que en 2010 resultó casi doblada al superar los 2,3 millones.

Tabla 14
Tráfico de cruceros turísticos en el puerto de Barcelona

	Número de cruceros	Total de pasajeros
1990	207	115.137
1995	356	233.389
2000	492	576.942
2005	691	1.224.575
2010	851	2.347.976

Fuente: Autoritat Portuària de Barcelona (datos de 31.1.2011).

Puerto líder en Europa en cruceros por el Mediterráneo, Barcelona puede acoger simultáneamente más de 10 grandes navíos de estas características. Posee siete terminales internacionales de pasajeros a menos de dos kilómetros de distancia de la ciudad y dispone de un amplio abanico de empresas especializadas del sector. Para valorar el papel que ha asumido Barcelona en esta faceta, es útil señalar que el siguiente puerto europeo en el ranking mundial está en la posición veinticinco.

3. El impacto económico del turismo

Esta segunda sección tiene como finalidad presentar indicadores precisos acerca del impacto económico del turismo en Cataluña. En primer lugar, se pondera el papel creador de empleo del sector. En el segundo epígrafe se reúnen indicadores de la evolución del producto de la rama de la Hostelería, como aproximación a las producciones turísticas. La tercera sección analiza

la evolución y los niveles de la productividad por un período de más de medio siglo, con referencias comparativas de la UE, y se plantea la problemática evolución reciente. El cuarto apartado responde a las cuestiones relativas al gasto de los turistas. Los epígrafes quinto y sexto abordan el peso del turismo desde un enfoque macroeconómico. Se presta particular atención a la aportación del turismo al PIB de Cataluña y a la contribución realizada, a través de la balanza de pagos, a la financiación exterior del crecimiento económico de Cataluña y de España. Las fuentes primarias principales son las estimaciones de la Fundación BBV (1999) para el período 1955-1995 y la Contabilidad Regional del INE desde 1995 en adelante.

3.1. *Un sector creador de empleo*

El más importante subsector de actividad que integra el conjunto de las producciones turísticas, entre las 27 en que se presenta desagregada la *Contabilidad Regional de España (CRE)*. *Base 2000*, es la Hostelería, con cerca del 80 por ciento del total de los puestos de trabajo del turismo. El 20 por ciento restante corresponde fundamentalmente al empleo en agencias de viajes y, con menor importancia, en equipamientos turísticos, recreativos y culturales. La evolución del empleo en la rama de la Hostelería de Cataluña presenta una tendencia ascendente, con la particularidad de que no ha sido interrumpida por caídas puntuales ni una sola vez en más de cincuenta años⁴⁴.

Los datos correspondientes al siglo XXI se hallan recogidos en la Tabla 15, con el añadido de los totales del empleo de Cataluña de cada año y los porcentajes de participación del sector en el conjunto de la economía. Las dos series de empleo experimentan una progresión muy considerable, a diferencia de otras muchas ramas de la actividad productiva catalana del mismo período. Los porcentajes de participación son crecientes, prácticamente sin excepción. Respecto al total español, la parte del

⁴⁴ Los datos de la *CRE*. *Base 1995* del INE sí presentan caídas del empleo en los años 1995-1997, pero están causadas por los criterios aplicados en la elaboración de los datos al no reconocerse en ella a los trabajadores inmigrantes ilegales. Las cifras de esa estadística son de 134.400 para 1995, 127.300 para 1997 y 146.100 para 1999. Tales criterios fueron cambiados en la *CRE*. *Base 2000*, pero no se efectuó la corrección retrospectiva de los datos de empleo de los ejercicios anteriores. Para paliar estas deficiencias de la serie oficial, he procedido a estimar los valores de 1995-1999 (Tabla 18).

Tabla 15
Empleo de la Hostelería de Cataluña.
Miles de puestos de trabajo

	Hostelería	Total	Porcentajes (1/2)
2000	186,2	3.092,3	6,02
2001	190,7	3.174,6	6,01
2002	205,1	3.225,5	6,36
2003	211,0	3.325,2	6,35
2004	223,8	3.449,7	6,49
2005	240,2	3.586,5	6,70
2006	257,2	3.741,9	6,87
2007	265,8	3.851,3	6,93
2008	274,1	3.835,1	7,15

Fuente: INE, CRE. Base 2000.

empleo catalán en Hostelería ronda el 18 por ciento. Debe recordarse, una vez más, que estas cifras sólo se refieren a establecimientos de alojamiento, pero dejan de lado otros sectores turísticos, como las agencias de viaje y los equipamientos turísticos (puertos deportivos, estaciones de esquí, equipamientos culturales, parques temáticos y centros recreativos, transportes turísticos, etc.). En cualquier caso, es la cuarta rama productiva más importante de la economía catalana contemporánea, sólo por detrás de comercio, construcción y servicios a las empresas.

Para valorar el tamaño del sector a escala española, he procedido a comparar las cifras del empleo de la Hostelería en Cataluña con las cinco otras CC.AA. importantes en este dominio para el quinquenio 2004-2008. Los datos se reúnen en la Tabla 16. En todos los ejercicios, Cataluña ocupa el lugar más destacado con bastante diferencia respecto de Andalucía y Madrid y mucho más con relación a la Comunidad Valenciana, Canarias y Baleares. Las estimaciones de la Fundación BBV permiten extender la comparación a un período de tiempo muy prolongado, desde 1955⁴⁵. A par-

⁴⁵ Fundación BBV, *Renta nacional de España y su distribución regional. Serie homogénea. Años 1955 a 1993 y avances 1994 a 1997*, Fundación BBV. Documenta, Bilbao, 1999.

tir de esta información, se constata que la posición de liderazgo de Cataluña en lo que atiene al empleo en la rama de la Hostelería ha sido constante en todo el período 1982-2008, al superar a las CC.AA. que habían alcanzado cifras más elevadas en 1955-1975 (Madrid) y en 1955-1967 y 1975-1981 (Andalucía).

Tabla 16
Empleo de la Hostelería.
Miles de puestos de trabajo

	2004	2005	2006	2007	2008
Cataluña	223,8	240,2	257,2	265,8	274,1
Andalucía	180,1	195,2	214,7	232,4	228,2
Madrid	175,2	185,3	203,3	207,0	208,1
C. Valenciana	118,7	125,4	137,3	139,5	143,9
Canarias	105,0	113,0	118,3	123,2	119,4
Baleares	92,7	101,0	99,8	106,9	104,4
Restantes CC.AA.	359,0	379,2	413,6	435,2	436,7
España	1.254,5	1.339,3	1.444,2	1.510,0	1.514,8

Fuente: INE, CRE. Base 2000.

La Tabla 17 añade dos elementos informativos relevantes como indicadores del dinamismo y de la importancia relativa de la rama de la Hostelería en el conjunto de la economía de las CC.AA. de mayor importancia turística en el mismo período. La tasa de crecimiento acumulativo anual del quinquenio 2004-2008 de la Hostelería de Cataluña, recogida en la primera columna de datos de la tabla, es superior a la cifra correspondiente a toda España y también a las de todas las CC.AA. salvo Andalucía. La segunda columna de datos muestra que, pese a la gran magnitud del sector en Cataluña, el tamaño relativo dentro del conjunto de la economía no es extraordinario. Se halla prácticamente en la media española, circunstancia que comparte con la otra gran potencia regional que es Andalucía, muy lejos de la fuerte dependencia de la Hostelería y el turismo que padecen los dos archipiélagos de Baleares y Canarias.

Tabla 17
Crecimiento y tamaño relativo del empleo en la rama de Hostelería

	Tasa de crecimiento acumulativo anual 2004-2008	Porcentaje del empleo total de la economía 2008
Andalucía	6,10	7,21
Cataluña	5,20	7,15
C. Valenciana	4,93	6,49
Restantes CC.AA.	4,75	5,92
Madrid	4,40	5,96
Canarias	3,27	13,73
Baleares	3,02	19,45
España	4,83	7,05

Fuente: elaboración propia con datos de INE, CRE. Base 2000.

3.2. Una de las mayores bases del sistema productivo

Los datos de contabilidad regional permiten, asimismo, un acercamiento preciso a las dimensiones económicas de la rama de la Hostelería, a su vez un excelente indicador del tamaño del sector turístico. La serie histórica del Valor Añadido Bruto (VAB) de esta actividad proporciona una imagen fiable de la trayectoria de Cataluña desde el comienzo del turismo de masas europeo. Para hacer posible la comparación intertemporal, he procedido a expresar todos los valores monetarios en euros constantes con base en el año 2000. Para ello, he empleado como deflactor el Índice de Precios de Consumo español, que es sensiblemente igual, o muy semejante, al deflactor implícito del PIB, entre 1955 y 2000⁴⁶. De la última fecha

⁴⁶ Jordi Maluquer de Motes, «Del caos al cosmos: una nueva serie enlazada del Producto Interior Bruto de España entre 1850 y 2000», *Revista de Economía Aplicada*, XVII, 49 (2009), pp. 5-45; y «Viajar a través del cosmos: la medida de la creación de riqueza y la serie histórica del Producto Interior Bruto de España (1850-2008)», *Revista de Economía Aplicada*, XVII, 51 (2009), pp. 25-54.

Tabla 18

VAB, empleo y productividad en Hostelería de Cataluña, en euros de 2000

	Miles de € del 2000	Empleos	Productividad
1955	395,9	51.898	7.628
1957	468,7	56.825	8.248
1959	520,7	61.247	8.502
1961	699,3	66.930	10.448
1963	818,8	70.506	11.613
1965	907,1	77.074	11.769
1967	1.078,2	81.989	13.151
1969	1.384,3	88.643	15.617
1971	1.634,4	91.474	17.867
1973	1.947,8	95.482	20.399
1975	2.165,7	96.382	22.470
1977	2.377,1	97.412	24.403
1979	2.680,7	99.203	27.022
1981	2.640,5	99.917	26.427
1983	2.995,3	105.146	28.487
1985	3.271,3	110.449	29.618
1987	4.055,3	119.195	34.022
1989	4.415,5	123.380	35.788
1991	5.103,8	132.413	38.545
1993	5.533,4	133.340	41.499
1995	6.362,3	153.779*	41.373
1996	6.312,5	153.855*	41.029
1997	6.192,2	149.672*	41.372
1998	6.847,8	165.175*	41.458
1999	7.263,4	171.399*	42.377
2000	7.935,7	186.200	42.619
2001	7.979,7	190.700	41.844
2002	8.680,6	205.100	42.324
2003	8.835,9	211.000	43.052
2004	9.213,4	223.800	42.700
2005	9.414,9	240.200	41.129
2006	9.909,6	257.200	41.156
2007	10.130,7	268.800	40.361
2008	11.167,8	274.100	40.743

(*) estimación propia.

Fuente: elaboración propia con datos de la Fundación BBVA y de la CRE del INE.

en adelante, en cambio, me he valido del Índice de Precios de Consumo Armonizado de la zona euro.

Las cifras del VAB de la Hostelería de Cataluña de todos los ejercicios disponibles, a precios del año 2000, se recogen en la Tabla 18, junto con los datos de empleo, en puestos de trabajo, y los valores estimados de la productividad aparente del trabajo. A diferencia de la serie de empleo, en este caso el VAB del año 1981 es inferior al de 1979. Indudablemente, la causa de esa única caída debe relacionarse con el impacto del segundo choque petrolero de 1979-1980 producido por la revolución iraní. Más allá de esta incidencia, la serie resulta expansiva en todo su recorrido aunque con algunos desmayos puntuales en el ritmo de crecimiento. La comparación del VAB de Cataluña con el de las restantes CC.AA. pone en evidencia su liderazgo ininterrumpido desde 1969 hasta 2008, por cuarenta años.

Para concretar esta comparación, la Tabla 19 presenta los resultados económicos de Cataluña junto con los de las otras cinco CC.AA. más importantes. En esta ocasión, la ventaja de Cataluña con respecto a la segunda economía considerada es aún mayor que en el caso del empleo, presentado en la Tabla 16. Es oportuno añadir en este punto que, por la magnitud del VAB de la Hostelería, Cataluña es la primera potencia regional de la UE en los años transcurridos del siglo XXI, puesto que supera, en términos absolutos, a todas las demás regiones NUTS 2 que la forman.

Tabla 19
VAB de la rama de Hostelería.
Millones de euros corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008
Cataluña	10.426,8	11.015,4	12.060,0	12.623,9	13.429,1
Andalucía	7.582,9	8.018,7	8.678,0	8.813,3	9.458,4
Madrid	8.879,3	9.565,5	10.020,6	10.453,3	10.924,1
C. Valenciana	5.295,9	5.730,0	6.152,4	6.221,9	6.706,5
Canarias	5.145,2	5.321,0	5.635,3	5.860,1	6.002,9
Baleares	4.518,6	4.692,4	4.860,9	5.176,0	5.358,7
España	57.413,0	60.991,0	65.189,0	68.122,0	72.122,0

Fuente: INE, CRE. Base 2000.

La importancia del sector en Cataluña es de tal magnitud que, si se compara con los veintisiete miembros de la UE, como si se tratara de un país más, alcanzaría una posición muy destacada. Tomando como base de la comparación la Hostelería, en la desagregación del VAB en 31 ramas realizada por EUROSTAT, la Tabla 20 inserta Cataluña en la lista de los nueve mayores países de Europa. Quedaría colocada en la séptima posición, sólo por detrás de España, Italia, Francia, Reino Unido, Alemania y Grecia⁴⁷; muy por encima, por tanto, del VAB del sector en los veintidós restantes países de la UE, así como de Turquía, Suiza o Noruega. En el año 1980, la Hostelería de Cataluña producía más del 2 por ciento del VAB total europeo del sector. En 2008, el VAB de Hostelería de Cataluña había ascendido hasta el 4,1 por ciento del VAB de la UE de veintisiete miembros, que EUROSTAT estima en 326.449,7 millones de euros. Viene a ser casi 2,3 veces su participación porcentual en el PIB de la UE de 27 miembros⁴⁸. No cabe duda que la economía catalana, como también el conjunto de la economía española, se halla altamente especializada en esta rama productiva.

Tabla 20
VAB de la Hostelería en 2008.
Millones de euros corrientes

	Millones de €		Millones de €
España	72.122,0	Grecia	15.176,0
Italia	54.343,7	Cataluña	12.767,5
Francia	40.794,0	Austria	10.916,8*
Alemania	36.520,0	Holanda	9.089,0
Gran Bretaña	n.d.	Suiza	7.477,8

(*) Valor del año 2007.

Fuente: EUROSTAT (extracción de 15.1.2011).

⁴⁷ La cifra de Gran Bretaña no está disponible en el Banco de datos de EUROSTAT.

⁴⁸ El PIB de Cataluña en 2008 asciende a 202.695 millones de € mientras que el de la UE de 27 miembros suma 11.179.990,2 millones de €.

3.3. Evolución y niveles de la productividad

Un dato muy importante acerca del impacto de cualquier sector sobre el conjunto de la actividad económica es la productividad aparente del trabajo. De nuevo las series de la CRE del INE permiten componer una imagen muy precisa de la rama productiva considerada y proceder a las oportunas comparaciones. La Tabla 21 reúne los datos del VAB generado por puesto de trabajo. En este caso, los valores del sector en Cataluña son superiores a la media nacional y a los que ostentan la Comunidad Valenciana y Andalucía, pero francamente más bajos que los de Madrid, Baleares y Canarias. Las diferencias en los niveles se explican, probablemente, por la escasa estacionalidad del turismo de Madrid⁴⁹, asociado con las funciones de capitalidad del Estado, y de Canarias, con importantes ventajas

Tabla 21
Productividad del trabajo en la rama de Hostelería.
Euros corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008
Madrid	50.681	51.622	49.290	50.499	52.494
Baleares	48.744	46.460	48.706	48.419	51.329
Canarias	49.002	47.088	47.636	47.566	50.276
Cataluña	46.590	45.859	46.889	47.494	48.993
C. Valenciana	44.616	45.694	44.810	44.601	46.605
Andalucía	42.104	41.079	40.419	37.923	41.448
España	45.766	45.539	45.138	45.114	47.612

Fuente: INE, CRE. Base 2000.

⁴⁹ En el caso de Madrid, es dudoso que se cumplan correctamente las condiciones que definen las estancias de carácter turístico, porque en muchas ocasiones el motivo del desplazamiento está vinculado a actividades profesionales y gestiones ante la Administración central. No obstante, esto contribuye a diluir la estacionalidad y a elevar el ingreso por turista. Manuel Valenzuela Rubio, «Turismo y servicios recreativos», en José Luis García Delgado, *Estructura económica de Madrid*, Civitas, Madrid, 1999, pp. 503-541.

climáticas en lo referente al turismo vacacional⁵⁰. Es más difícil explicar la ventaja de Baleares, como no sea, justamente, por una mejor adaptación a la estacionalidad del ciclo vacacional en las islas, con cierres muy extendidos de establecimientos en temporada baja.

La evolución de la productividad es siempre especialmente significativa, por la trascendencia que alcanza en cuanto a la capacidad de remunerar las rentas de los respectivos sectores y de facilitar recursos para la inversión y la modernización del equipo productivo. Por tal motivo, conviene dedicar algo de atención al problema. Una información importante se obtiene de analizar su trayectoria histórica en términos reales. Para una rápida comprensión y una mejor visualización, he procedido a cubrir los vacíos de la serie mediante interpolación y he construido el Gráfico 5 con datos anuales para todo el período 1955-2008. Añado la misma serie para el conjunto de España, que incluye, naturalmente, los valores catalanes.

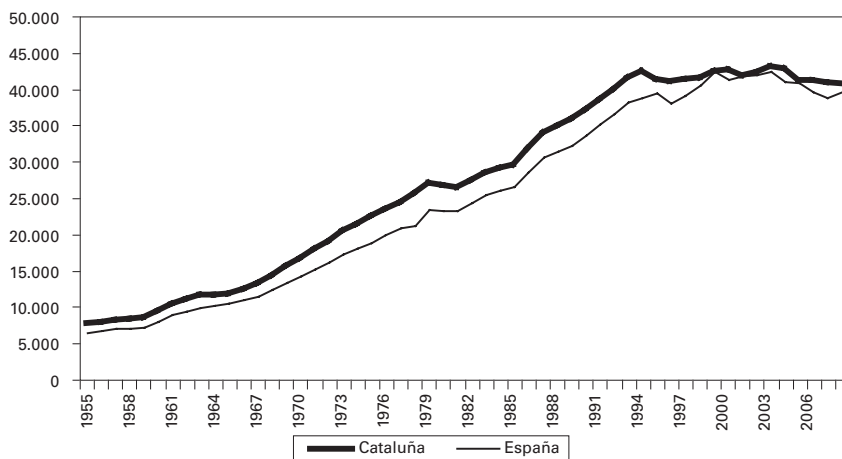


Gráfico 5

Productividad del trabajo en la rama
de Hostelería de Cataluña y de España
(en euros del 2000 por empleo)

⁵⁰ Los efectos del modelo turístico vacacional de Canarias en este orden pueden advertirse de la comparación entre el número de pernoctaciones y el de turistas recibidos en las Tablas 8 y 10.

A través del movimiento de la curva, se comprueba la existencia de tres etapas bien diferenciadas, más allá de alguna pequeña variación de corto plazo. Desde el comienzo de la serie y hasta 1993-1994, la productividad aparente del trabajo presenta una tendencia fuertemente ascendente. Entre 1995 y 2003, el comportamiento de esta variable aparece caracterizado por la estabilidad. La imagen global que traslada esta falta de dinamismo de la productividad aparente del trabajo es la de madurez del destino turístico y la ausencia de elementos de transformación en un sentido cualitativo. Desde 2003, en cambio, los datos disponibles apuntan a un descenso claro aunque no de proporciones dramáticas. En cualquier caso, las cifras muestran un cambio de tendencia y abren expectativas poco optimistas para el futuro. Bien es cierto que en el año 2010, Cataluña fue la única CC.AA., cuyo Índice de Precios Hoteleros no experimentó descensos en términos nominales salvo Galicia⁵¹.

La explicación de este proceso no es simple porque se carece de algunas referencias que ayudarían a formular conclusiones más firmes. Pueden adelantarse, no obstante, distintos elementos explicativos de indudable importancia. Por un lado, la creciente crisis del modelo turístico basado en estancias vacacionales de prolongada duración ha tendido a reducir la temporada turística y el grado de ocupación de los establecimientos en el modelo de turismo de sol y playa. De otra parte, en el mismo período se ha registrado un fuerte crecimiento de los vuelos *low-cost* y la generalización de viajes turísticos y estancias más cortas. En tercer lugar, las empresas han tendido a ajustar precios, incluso con recortes en la calidad de los servicios ofertados, ante la creciente competencia de nuevos destinos emergentes.

Cabe añadir que ha aumentado de un modo muy importante el número de turistas que no se alojan en establecimientos hoteleros sino en segundas residencias y apartamentos propios. El boom de la construcción en 1996-2007, la baja tasa del IVA del sector, en comparación con los países vecinos, y la seguridad que proporcionaba la integración de España en el área del euro impulsó la inversión residencial en apartamentos o segundas residencias por parte de extranjeros, en especial europeos de regiones relativamente cercanas. Además, el alojamiento en viviendas privadas, con frecuencia pertenecientes a familiares, ha recibido impulso del muy elevado número de residentes extranjeros que se radicó en Cataluña durante los

⁵¹ INE, *Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos*. En el conjunto de España, el Índice de Precios Hoteleros del 2010 registró una caída de 0,5 por ciento.

mismos años, alrededor de un millón y medio de personas. Entre los factores explicativos, cabe mencionar, por último, el número elevado de estudiantes extranjeros, que se alojan en viviendas privadas en régimen de alquiler. En términos relativos, el alojamiento en establecimientos hoteleros ha tendido a reducirse.

Una comparación con los países europeos de mayor importancia turística, como la efectuada para el año de 2005 en la Tabla 22, pone de manifiesto que la productividad aparente del trabajo en Cataluña y en España, muy cercanas entre sí, no son más bajas que en el resto de la UE sino más elevadas. En esta ocasión, gracias a la disponibilidad de los datos correspondientes, se ha podido obtener la medida más precisa de la productividad aparente del trabajo. Se ha relacionado VAB y puestos de trabajo a tiempo completo, lo que explica las diferencias con las cifras obtenidas a precios constantes del 2000 (Tabla 18) y con aquellos datos de valor que se relacionan con el número de puestos de trabajo sin equivalencia a jornada completa (Tabla 21). Pese al superior nivel de Cataluña y España, los resultados son bastante cercanos a los de Austria, Grecia y Holanda, ya más alejados de los de Francia y muy distintos a los de Italia, que aparecen un tanto anómalos. La similitud de los niveles de la productividad con la mayoría de los países considerados sugiere la gran dificultad que existe para elevar estas cifras.

Tabla 22

Productividad del trabajo en la rama de Hostelería en 2005.
Euros corrientes

	VAB (millones de €)	Puestos de trabajo (tiempo completo)	Productividad (€ por empleo)
Cataluña	11.015,4	219,4	50.206,9
España	60.991,0	1.223,5	49.849,6
Austria	10.008,0	206,5	48.464,9
Grecia	12.181,1	275,0	44.294,9
Holanda	8.470,0	191,9	44.137,6
Francia	36.741,0	878,2	41.836,7
Italia	48.265,9	1.458,2	33.099,6

Fuente: estimación propia con datos de EUROSTAT (extracción de 15.1.2011).

3.4. *El gasto de los turistas*

Una información muy relevante está constituida por el gasto de los turistas, condición indispensable para determinar sus efectos sobre el conjunto de la economía. Las cifras obtenidas a partir de la *Encuesta de gasto de los turistas (Egatur)* por el IET, relativa a los gastos directamente efectuados por los turistas, permite un buen acercamiento al tema en los años 2004-2010. La Tabla 23 presenta los datos relativos a Cataluña y al conjunto de España en millones de euros corrientes. Sin duda, la conclusión más importante está en el hecho de que el gasto de los turistas en Cataluña muestra una evolución mucho más positiva que la del conjunto de España por lo que los porcentajes de participación en el total del turismo catalán se han incrementado desde el 18,3 por ciento del año 2004 hasta el 21,5 por ciento del 2010; es decir, más de 3 puntos porcentuales en sólo seis años.

Tabla 23
Gasto total de los turistas por destino.
Millones de euros

	Cataluña	España	Porcentaje (1/2)
2004	8.025	43.758	18,3
2005	8.723	46.006	19,0
2006	9.246	48.243	19,2
2007	9.896	51.298	19,3
2008	10.261	51.697	19,8
2009	9.612	48.049	20,0
2010	10.517	48.929	21,5

Fuente: IET, *Egatur*.

La misma fuente permite comparar los datos de las principales CC.AA. durante todo el período. La Tabla 24 incluye a Cataluña con las otras cuatro CC.AA. más importantes desde el punto de vista turístico. Cataluña partió en tercera posición por la magnitud del gasto, pero superó a Baleares en 2005 y a Canarias en 2009, año en que alcanzó el liderazgo español. Durante la crisis de 2007-2009, tuvo el mejor compor-

Tabla 24
Gasto total de los turistas por CC.AA. de destino principal.
Millones de euros

	Andalucía	Baleares	Canarias	Cataluña	C. Valenciana
2004	6.813	8.405	9.775	8.025	4.025
2005	6.775	8.232	9.921	8.723	4.112
2006	7.082	8.850	10.664	9.246	4.334
2007	8.134	9.231	10.494	9.896	4.747
2008	7.863	9.470	10.485	10.261	4.778
2009	7.333	8.785	9.055	9.612	4.102
2010	7.820	8.750	8.948	10.517	4.209

Fuente: IET, *Egatur*.

tamiento de toda España con aumentos sustanciales en 2007 y 2008 y la menor caída en términos relativos durante el negativo ejercicio de 2009, así como el mayor incremento en 2010.

Un estudio del IET permite profundizar en el análisis del turismo recibido en España según el enfoque de gasto a partir de los datos de la encuesta *Egatur* del año 2004⁵². Cataluña es la única comunidad autónoma que aparece en todos los segmentos de la clasificación. Es líder en el primer grupo, con un gasto medio diario (GMD) inferior a 50 €, que integran básicamente turistas que se alojan en una segunda residencia propia o en viviendas de familiares y amigos. Figura en tercer lugar, tras Canarias y Baleares, en los grupos segundo y tercero que forman típicamente turistas de sol y playa con GMD de entre 50 y 99 € y 100 y 149 € respectivamente. Reaparece en el primer lugar en los grupos cuarto y quinto, en que predominan visitas culturales y de negocios, con GMD de entre 150 y 449 € diarios. En fin, se coloca en segunda posición, detrás de Madrid, en el grupo de GMD superior a 450 € diarios que se aloja en los establecimientos de máximo nivel y forma el turismo de lujo, identificado con cargos de alta dirección en las empresas o en la Administración pública.

⁵² Instituto de Estudios Turísticos, *Análisis y segmentación del gasto medio de los turistas que llegan a España*. 2005. Accesible on line en la web del IET.

3.5. Aportación del turismo al conjunto de la economía

Con todo, los datos obtenidos por encuesta del gasto de los turistas no incluyen otros capítulos de considerable magnitud como el gasto de inversión o el gasto asociado a ciertas formas de turismo interior, especialmente los viajes a segundas residencias. Para alcanzar una aproximación fiable a la totalidad del gasto turístico, habría que contar con la contabilidad satélite del turismo que no está disponible para las CC.AA., salvo en Andalucía⁵³. Sólo en caso de disponer de tales datos es posible llegar a una medición precisa del impacto económico del turismo.

La importancia relativa de la actividad turística se mide habitualmente en relación con el PIB de la economía correspondiente. Aunque no se dispone de datos estadísticos adecuados al respecto, se han realizado diversas estimaciones que merece la pena considerar aquí. El *Llibre Blanc del Turisme* de la Generalitat⁵⁴ estima la contribución del turismo al PIB catalán para 1981 en un 10,7 por ciento, frente al 9,6 por ciento del PIB en el conjunto de la economía española. Unos diez años después, hacia 1992-1993, la aportación de las producciones turísticas al PIB catalán se habría situado cerca del 12 por ciento, según Miguelsanz⁵⁵, estimación compartida por Navinés y Pallàs⁵⁶. Quizá resulte más realista la propuesta formulada por Pareta y Pérez Herrero⁵⁷ que sitúa esta magnitud alrededor del 9 por ciento del PIB en 1997. Procediendo por medio de la cuantificación de la totalidad del gasto turístico en 13.473,2 millones de euros, a partir de la Tabla Input-Output de 2001, el cálculo de Baró supone un 10,5 por ciento del PIB catalán. Según el *Pla Estratègic del turisme a Catalunya 2005-2010*, ascendería algo más, hasta el 11 por ciento⁵⁸.

⁵³ Un trabajo preliminar en esta dirección es el de Ezequiel Baró, *Criteris Metodològics d'un Compte Satèl·lit del turisme* (2003). Consultable on line en la web del IDESCAT.

⁵⁴ Àngel Miguelsanz i Arnalot (dir.), *Llibre blanc del turisme a Catalunya*, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1983.

⁵⁵ Àngel Miguelsanz i Arnalot, «El sector turístic a Catalunya», en VV.AA., *L'economia catalana davant del canvi de segle*, Banco Bilbao Vizcaya, Barcelona, 1994 (v. p. 246).

⁵⁶ Ferran Navinés y Josep Maria Pallàs, «El turisme a Catalunya: situación actual i perspectives», *Revista Econòmica de Catalunya*, 28 (1996), pp. 99-111 (p. 105). Los autores sostienen que existe una mayor especialización turística en la economía de Cataluña que en el conjunto de España, lo que coincide con el *Llibre Blanc* (p. 22) pero resulta contrario a lo que apunta la Direcció General de Turisme *infra* Tabla 25.

⁵⁷ Enric Pareta Torres y Montse Pérez Herrero, «El turisme estranger a Catalunya», *Nota d'Economia*, 61-62 (mayo-dic., 1998), pp. 35-54.

⁵⁸ Secretaria de Comerç i Turisme, *Pla estratègic del turisme a Catalunya 2005-2010*.

El peso del turismo en el PIB de Francia se establece en un 6,2 por ciento en el año 2007 a partir del consumo turístico⁵⁹, una cifra compatible con las que se proponen para Cataluña atendiendo a la mayor especialización productiva catalana en este dominio y a la más elevada productividad.

Una estimación de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya, sin explicación alguna acerca de la metodología empleada, propone cifras de la aportación total del turismo al PIB catalán y las compara con la misma variable para el conjunto de España en los años 2000-2003⁶⁰. Los guarismos españoles se obtuvieron de la *Cuenta satélite del turismo* elaborada por el INE desde 1996. Se han reunido esos datos en la Tabla 25, junto con los cálculos relativos a la participación del turismo de Cataluña en el PIB total del turismo español para 2000-2003, procedentes de la misma fuente. A partir de esos mismos datos, he estimado, además, la aportación del PIB turístico catalán al PIB turístico español.

Tabla 25
Aportación del turismo al PIB de Cataluña y España

	Aportación del turismo al PIB de Cataluña	Aportación del turismo de Cataluña al PIB de España	Aportación del turismo al PIB total de España
2000	9,4	16,1	11,6
2001	9,9	16,3	11,5
2002	10,8	18,3	11,2
2003	10,5	18,0	11,0

Fuentes: estimación propia con datos de la Direcció General de Turisme (2007) e INE, *Cuenta satélite del turismo de España*.

De la comparación entre las conjeturas para Cataluña y los datos contrastados para España se alcanzan dos conclusiones provisionales. En primer lugar, el aporte del turismo al PIB catalán es inferior, para la propia Administración autonómica catalana, al que se produce a nivel del conjun-

⁵⁹ Laurence Dauphin, Marie-Anne Garrec y Frédéric Tardieu, «Les vacances des Français depuis 40 ans», in INSEE, *Le tourisme en France*, INSEE, Paris, 2008, pp. 31-40.

⁶⁰ Albert Saló, «El sector turístic a l'economia catalana: repercussions macroeconòmiques i indicadors d'oferta i demanda», *Papers de Treball*, 7 (2007), p. 2.

to de España. Sin embargo, alguna publicación oficial catalana ha cifrado la ratio turismo/PIB en el 12 por ciento para años más recientes⁶¹. De ello se deduciría una segunda conclusión: mientras que el aporte del turismo al PIB del conjunto de España en la primera década del siglo XXI tendía a descender, en Cataluña se estaría registrando una evolución contraria. Más aún, en algún momento de la década mencionada, el aporte del turismo al PIB catalán habría sobrepasado al mismo indicador para España.

Es importante recordar, en este punto, que la aportación total de las actividades turísticas al PIB español, que descendió del 11,6 por ciento en 2000 hasta el 11,0 por ciento en 2003, ha seguido cayendo desde el último de esos años a sólo el 10 por ciento en 2009⁶². El impulso del turismo receptor en Cataluña podría estar suavizando la magnitud del desfallecimiento de una base tan potente de la economía española. La aportación total del turismo de Cataluña al PIB turístico español, en fin, oscilaría entre el 16,1 por ciento del año 2000 y el 18,3 por ciento del año 2002. En todo caso, el impacto del turismo en el PIB catalán también se produce de otras formas, especialmente a través de los efectos indirectos sobre sectores como la construcción y diversas ramas de la agricultura, la industria, el comercio, el transporte y otros servicios. Este tipo de contribución del turismo al crecimiento por vía indirecta, a través de las compras efectuadas en otros sectores, también genera flujos significativos de mercancías y de servicios hacia las regiones turísticas más cercanas, como las Islas Baleares y la Comunidad Valenciana, en beneficio de empresas industriales y de servicios de Cataluña.

3.6. *Contribución a la financiación exterior*

Los ingresos netos por turismo forman un componente esencial de la balanza de pagos catalana, sobre todo en los flujos económicos con el resto del mundo. Una estimación de las entradas y salidas de recursos en concepto de turismo y viajes internacionales para el año 1975 proporciona un saldo muy favorable y muy estratégico ya que aparece como una partida compensadora básica para el equilibrio exterior del sistema⁶³. Los

⁶¹ Direcció General d'Anàlisi i Política Econòmica, *L'economia catalana: fets estilitzats*, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 2010, p. 124.

⁶² Los datos proceden de la *Cuenta satélite del turismo de España* del INE.

⁶³ Antoni Castells y Martí Parellada, *Els fluxos econòmics de Catalunya amb la resta d'Espanya i la resta del món. La balança de pagaments de Catalunya 1975*, Institut d'Estudis Catalans, Barcelona, 1983.

datos de la balanza de servicios turísticos, con el extranjero y con el resto de España, han sido objeto de una cuidadosa investigación para los años 1993 y 1994 y están recogidas en las Tablas 26 y 27⁶⁴. Los valores se expresan de nuevo en euros corrientes.

Los resultados son semejantes para los dos años y traducen muy bien el equilibrio del turismo en Cataluña. Como presentan ambas tablas, los

Tabla 26
Balanza de servicios turísticos de Cataluña en 1993,
en miles de euros corrientes

	Ingresos	Pagos	Saldo
Con el extranjero	4.943.032	1.209.803	3.733.229
Con el resto de España	782.906	1.306.586	-523.680
Total	5.625.938	2.516.389	3.109.549

Fuente: Murillo y Baró (1997).

Tabla 27
Balanza de servicios turísticos de Cataluña en 1994,
en miles de euros corrientes

	Ingresos	Pagos	Saldo
Con el extranjero	5.044.376	1.142.933	3.901.443
Con el resto de España	871.625	1.022.328	-150.703
Total	4.172.751	2.165.261	2.007.490

Fuente: Murillo y Baró (1997).

⁶⁴ Carles Murillo y Ezequiel Baró, «La balança de turisme», en Martí Parellada (coord.), *La balança de pagaments de Catalunya. Una aproximació als fluxos econòmics amb la resta d'Espanya i l'estranger (1993-1994)*, Institut d'Estudis Autonòmics, Barcelona, 1997, pp. 143-179. Los datos del año 2001 fueron estimados por la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya en 2002.

flujos del turismo de Cataluña con el resto del mundo dejan un saldo muy positivo mientras que, por el contrario, la salida de recursos por razón del turismo catalán en el resto de España sobrepasa la entrada que produce la corriente turística inversa. En forma de cuentas consolidadas, el saldo total resulta muy ampliamente favorable.

La auténtica importancia del fenómeno turístico desde la perspectiva del crecimiento económico no está tanto en su peso relativo en el PIB como en su función de mecanismo de financiación exterior. En una economía que presenta un déficit crónico y de gran tamaño en la balanza comercial y también en la balanza de pagos tecnológicos, como sucede en el caso de España desde hace muchas décadas, sólo otros flujos exteriores que proporcionen saldos favorables estarán en condiciones de permitir la adquisición de las materias primas, energía y tecnología imprescindibles para el desarrollo económico y para vencer la restricción exterior al crecimiento. Históricamente, desde 1960, el turismo extranjero ha sido el principal mecanismo al servicio de la prosperidad de los españoles en esta perspectiva de los pagos exteriores.

Desde la última década del siglo XX, el carácter estratégico del turismo internacional en este ámbito ha adquirido todavía mucha mayor trascendencia al haberse transformado de positivo en negativo el saldo de la balanza de transferencias, a causa del cambio de signo de la balanza migratoria, y también de la balanza de capital a largo plazo. Las remesas de emigrantes y la inversión directa exterior desde la década de 1990-2000 han cambiado de signo y ya no aportan a la financiación exterior del crecimiento sino que, por el contrario, incrementan la posición deficitaria de la economía española. La práctica desaparición del saldo favorable de las relaciones presupuestarias de España con la UE, desde 2007, ha agravado la fragilidad exterior de la economía. Por todo ello, el turismo ha pasado de ser el saldo excedentario más importante de la balanza de pagos española a ser el único de verdadera entidad.

La elevación de las exportaciones de mercancías, en ausencia de acciones radicales para recuperar la competitividad, sólo conseguiría paliar los déficits comercial y tecnológico en situación de crisis y caída de la inversión. Puede afirmarse, por tanto, que las posibilidades reales de bienestar material de los españoles en el siglo XXI dependen casi exclusivamente del turismo extranjero. Es importante advertir que el turismo interior no tiene ninguna importancia en la financiación exterior del crecimiento económico. Sin embargo, los saldos turísticos con el exterior en porcen-

taje del PIB han descendido fuertemente desde el 4,2 por ciento en el año 2000 hasta sólo el 2,6 por ciento en 2009⁶⁵.

En este orden de cosas, la aportación de las distintas CC.AA. es muy desigual. Mientras que algunas no añaden apenas nada, otras resultan ser el auténtico y único motor de crecimiento de la economía española. La participación de Cataluña en los ingresos aportados por esta vía es decisiva, en mayor medida que la de cualquier otra comunidad autónoma, justamente por el hecho de concentrar una elevada proporción del turismo internacional que visita territorio español. La Tabla 28 recoge una cuidadosa estimación de las entradas y salidas de la economía de Cataluña por los servicios turísticos con el extranjero para los años 1990-1994 y 2001 con los datos expresados a precios del año 2000. El significado de las cifras de la tabla es bien claro y muestra la magnitud del saldo favorable anual, que en promedio más que triplica las salidas por turismo en el extranjero provocadas por los residentes en Cataluña.

Tabla 28
Flujos del turismo internacional de Cataluña,
en miles de euros del año 2000

	Entradas	Salidas	Saldo	2/1
1990	4.704.176	1.102.583	3.601.593	23,4
1991	4.711.880	1.147.689	3.564.191	24,4
1992	4.758.945	1.295.403	3.463.542	27,2
1993	4.943.032	1.209.803	3.733.229	24,5
1994	5.044.376	1.142.933	3.901.443	22,7
...				
2001	6.001.270	1.464.485	4.536.785	24,4

Fuentes: Murillo y Baró (1997) y Direcció General de Turisme (2002).

El dato de mayor importancia es, sin embargo, que el saldo del turismo internacional de Cataluña en los años 1990-1994 alcanza a ser alrede-

⁶⁵ INE, *Cuenta satélite del turismo de España*.

dor del 27,3 por ciento del saldo nacional total. En otras palabras, más de la cuarta parte del crecimiento económico de los españoles resulta de la contribución de Cataluña a la financiación exterior a través del turismo receptor extranjero. Parece más que probable que semejante aporte aún se haya incrementado sustancialmente desde 1994, habida cuenta de que el crecimiento del turismo extranjero en Cataluña ha sido mucho mayor que en el resto de España.

4. Conclusiones: Cataluña, líder europeo del turismo receptor

El turismo internacional es uno de los más potentes motores de la economía catalana contemporánea, por su gran tamaño y por su dinamismo. La situación geográfica, el clima y el paisaje, así como el patrimonio natural, arquitectónico, cultural e histórico, constituyen fuentes de recursos más que notables y garantizan la continuidad de estas actividades productivas, a poco que se cumplan algunas condiciones. El comienzo del desarrollo turístico moderno se produjo como destino pionero del turismo vacacional de sol y playa. Las series históricas relativas a la capacidad de oferta de alojamiento muestran un muy fuerte crecimiento desde la década de 1950 hasta 1973, en lo que se puede considerar la fase de instalación del turismo de masas según el modelo vacacional. Al mismo tiempo creció también rápidamente el número total de visitantes extranjeros. En 1973 alcanzó el máximo histórico de su cuota de participación en el turismo mundial con un 3,17 por ciento.

Desde 1973 hasta 2000, el total de plazas hoteleras aumentó muy poco como resultado de la reducción del número de establecimientos y un aumento simultáneo de la media de plazas por establecimiento. El alza de los precios del petróleo, la crisis económica en Europa Occidental, las vicisitudes político-sociales de la transición a la democracia en España, y el incremento de los costes laborales terminaron de complicar el desarrollo del sector. Pero como el empleo creció muy poco, la productividad pudo seguir aumentando. También atravesó por dificultades la importante oferta de alojamientos en campings. El número total de visitantes del año 1973 sólo fue superado claramente a partir de 1986.

Este modelo de turismo de masas frenó su expansión por la competencia de otros destinos con evidentes ventajas de costes laborales y fiscales y de disponibilidad de espacios naturales. Pasadas las mayores dificultades de los años de crisis (1974-1985), se experimentó un cambio gradual

del turismo de sol y playa hacia una fórmula más diversificada y de superior calidad. Además, entre los años 1950 y 2010, la población de Cataluña ha aumentado en unos 4 millones de personas, que han acrecentado el tamaño de la región urbana de Barcelona hasta convertirla en una de las cinco mayores conurbaciones de Europa. La Costa del Maresme ha perdido en gran parte su condición de destino de sol y playa porque ya ha sido absorbida por el continuo urbano barcelonés.

En las dos últimas décadas (1990-2010), salvando las grandes crisis de 1992-1995 y 2007-2010, Cataluña ha conseguido avances notables en los nuevos nichos de la demanda turística internacional, con el reforzamiento de la capacidad de atracción de la ciudad de Barcelona, el empuje del turismo de negocios y de ferias y congresos, el turismo urbano y el turismo de cruceros, en que ha alcanzado el liderazgo continental. Otros elementos de oferta complementaria en el sector del ocio, el comercio de lujo, las instalaciones náuticas o los grandes eventos científicos, comerciales y deportivos han dado un fuerte impulso a las actividades turísticas, proporcionando, finalmente, una posición de liderazgo en lo que atiene al turismo internacional, no sólo dentro de España sino, todavía, en el conjunto de la UE.

El nuevo modelo, definido principalmente por su elevada diversificación y la función central de Barcelona, ha conseguido reducir el problema de la aguda estacionalidad del turismo vacacional, pero sigue exigiendo una sobredotación de servicios públicos y de infraestructuras y, además, puede provocar un deterioro del paisaje y del entorno natural, tanto más grave en un medio ambiente muy frágil como el mediterráneo. En un entorno de estas características no pueden faltar las insuficiencias y las dificultades. La mayor amenaza para la continuidad del turismo de Cataluña, como motor de crecimiento de la propia economía y pieza estratégica decisiva del crecimiento económico español, está en los obstáculos a la conectividad y al despliegue de la infraestructura que impone la política centralizadora del Estado para favorecer al aeropuerto de Madrid.

Ante el nuevo paradigma empresarial, que sustituye al modelo de sol y playa, en gran parte obsoleto —aunque pueda ser reactivado transitoriamente por la inseguridad en los países norteafricanos—, la diversidad y flexibilidad de la oferta y la búsqueda de nuevos contingentes de visitantes se convierten en instrumentos vitales. Disponer de vuelos comerciales directos es condición necesaria, aunque no suficiente, para competir con los grandes destinos turísticos mundiales. Barcelona es la cuarta

área metropolitana de Europa en número de pasajeros de origen y/o destino. La experiencia demuestra que sólo la autonomía de la gestión aeroportuaria, como sucedió con el puerto, permitirá eludir las férreas restricciones del Estado para desarrollar un gran *hub* aéreo, sin el cual el nuevo modelo turístico deberá afrontar un futuro muy problemático. El destino de la entera economía española exige actuar, por una vez, con racionalidad y transparencia.