

revista de ANÁLISIS TURÍSTICO



AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

Segundo semestre de 2007

Núm. 4

SUMARIO

ARTÍCULOS

“La política turística como parte de la política económica”

María de la O Barroso González y David Flores Ruiz

“Caracterización del comportamiento innovador de las empresas hoteleras españolas”

María Concepción López Fernández, Ana María Serrano Bedia y Raquel Gómez López

“Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural”

Arturo Molina Collado, David Martín-Consuegra Navarro, Águeda Esteban Talaya y Estrella Díaz Sánchez

“Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda”

Jaume Garau Taberner

“Análisis de la confianza y el compromiso percibido por el consumidor como variables clave en las relaciones entre los clientes y las agencias de viaje minoristas”

Leticia Suárez Álvarez, Rodolfo Vázquez Casielles y Ana María Díaz Martín

“El turismo rural en la Comunidad de Madrid”

José Manuel Delgado del Castillo

DEBATE

“Turismo y cambio climático”

Juan Ignacio Pulido Fernández (coord.)

NOTA

“¿Eco-escepticismo?”

Robert Lanquar

RESEÑA

ROCA ROCA, Eduardo; CEBALLOS MARTÍN, M^a Matilde; PÉREZ GUERRA, Raúl. “Código de Turismo”

Editorial Aranzadi, 2007

Gerard Valls Tuñón



AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 4, 2º semestre 2007, pp. 4-21

LA POLÍTICA TURÍSTICA COMO PARTE DE LA POLÍTICA ECONÓMICA

María de la O Barroso González

Universidad de Huelva

David Flores Ruiz

Universidad de Huelva

Revista de Análisis Turístico

ISSN: 1885-2564 Depósito Legal: B-39009

©2007 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisTurístico@aecit.org

LA POLÍTICA TURÍSTICA COMO PARTE DE LA POLÍTICA ECONÓMICA

María de la O Barroso González

Profesora Titular del Departamento de Economía General y Estadística

Universidad de Huelva

barroso@uhu.es

David Flores Ruiz

Profesor Colaborador del Departamento de Economía General y Estadística

Universidad de Huelva

david.flores@dege.uhu.es

resumen

En el presente artículo se plantea, a partir de una revisión de la literatura científica, la necesidad de definir, delimitar y caracterizar la política turística como parte de la política económica general. Ello se hace necesario por varios motivos: la relativa juventud de la intervención de las administraciones públicas en la actividad turística, la indefinición del propio sector turístico y la escasez de trabajos científicos sobre esta materia. Todo ello hace que la Política Turística como ciencia se encuentre en los primeros estadios de su desarrollo, un desarrollo que deberá irse enriqueciendo tanto de aportaciones teóricas como empíricas.

En este sentido el presente artículo pretende aportar una reflexión teórica sobre la caracterización de la Política Turística basada en una revisión de la literatura científica especializada en temas tales como: Política Económica, Política Turística, Teoría Económica del Turismo y Teoría de Clusters.

Palabras clave: Política Económica, Política Turística, Teoría Económica del Turismo y Teoría de Clusters.

abstract

In the present article considers, from a revision of scientific literature, the necessity to define, to delimit and to characterize the tourist policy like a part of whole economic policy. It becomes necessary by several reasons: first, the relative youth of the public administrations' intervention; second, the lack of definition of the tourist sector; and finally, the shortage of scientific works on this matter. For these reasons Tourist Policy is considered as a science that is in the first stages of its development, a development that will be enriched with theoretical and empirical contributions. In this sense, the present article tries to contribute with a theoretical reflection about the characterization of the Tourist Policy based on a revision of specialized scientific literature in subjects such as: Economy Policy, Tourist Policy, Economic Theory of the Tourism and Theory of Clusters.

Key words: Economy Policy, Tourist Policy, Economic Theory of the Tourism and Theory of Clusters.

1. introducción

La mayor parte de artículos, comunicaciones, libros, etc. comienzan reconociendo la importancia económica y social que tiene el turismo a escala mundial. Sin embargo, a pesar de la importancia que ha ido adquiriendo el turismo como actividad económica, no abunda la literatura científica sobre política turística, situándose las primeras aportaciones científicas en nuestro país a mediados de los setenta en Cals (1974) y Torres (1976) y posteriormente Figuerola (1980, 1984), Torres (1985), Esteve (1991), Fayos (1993), Bote y Marchena (1996), Aguiló (1994, 1996 y 1998), Náchter (1999), Monfort (2000), Valdés (2004), Pulido (2004a y 2004b), Figuerola (2000, 2004), entre otros. Por consiguiente, puede decirse que *la política turística se configura como una rama joven de la política económica general* (Bote y Marchena, 1996), sujeta a los continuos debates teóricos que se producen en la teoría económica del turismo, pues no olvidemos que la política turística constituye un puente para pasar de la teoría a la práctica¹.

No es hasta la década de los noventa, como consecuencia de los cambios estructurales que comenzaban a experimentarse en los ochenta², cuando se replantea el papel que deben desempeñar las administraciones públicas en el desarrollo turístico. En tal sentido, la mayor parte de trabajos sobre política turística son de esta década y en ellos se muestra una preocupación por la capacidad de adaptación del modelo de desarrollo turístico español a estas transformaciones para seguir manteniendo la competitividad de la oferta turística española³. Sin embargo, son aún más escasas las aportaciones que se hacen a la Política Turística desde un enfoque puramente teórico⁴ intentándola caracterizar y encuadrar en la política económica general.

En los siguientes apartados, fundamentándonos en la bibliografía existente, pretendemos contribuir a caracterizar la política turística desde un enfoque teórico. Para ello, comenzaremos en cua-

drándola dentro de la política económica general, para, posteriormente, hacer referencia a la singularidad y complejidad que presenta este tipo de política sectorial y analizar las causas de ello. Todo ello partiendo desde la Teoría Económica del Turismo construida bajo un enfoque de demanda.

En una segunda parte de la presente comunicación se hará referencia a la teoría de los cúmulos y a la aplicación que tiene ésta a los destinos turísticos. Por último, concluiremos este trabajo caracterizando a la política turística como una política de cúmulos, pues dicho enfoque teórico se configura como uno de los más apropiados para ser aplicados al sector turístico y, por consiguiente, a la política turística.

2. la política turística como política sectorial

2.1. la política turística en la política económica general

Por política económica se entiende *la intervención deliberada del Gobierno en la actividad económica con el objeto de conseguir ciertos fines u objetivos mediante la utilización de determinados medios o instrumentos* (Jordán y García Reche et al., 1995: 15). Por consiguiente, la Política Económica, con “mayúscula”, es la ciencia que trata de describir *el proceso mediante el cual el Gobierno, a la luz de sus fines políticos más generales, decide sobre la importancia relativa de ciertos objetivos, y en cuanto lo considera necesario utiliza instrumentos o cambios institucionales con la intención de lograr tales objetivos* (Kirschen et al., 1974 en [Monfort, 2000: 8]). En definitiva, la Política Económica es la ciencia que, de una forma objetiva, trata de estudiar esa intervención del Gobierno en la actividad económica mediante el análisis de aspectos tales como los objetivos, conflictos entre objetivos, instrumentos para conseguir de-terminados objetivos, conflictos entre instrumentos, etc.

1. En este sentido, en la presente comunicación partimos de distintos enfoques teóricos del sector turístico -Teoría económica del turismo con enfoque de demanda, Teoría Económica del Turismo con enfoque de oferta y Teoría de los Clusters Turísticos- para identificar la incidencia que tienen estos a la hora de caracterizar la política turística -intervención del gobierno en el sector turístico-.

2. Entre estos cambios caben destacar los que se producen en la demanda turística (nuevas motivaciones, nuevas formas de viajar, mayor experiencia del turista, etc.), aunque también destacan los que se producen en la oferta turística (integración vertical, horizontal y diagonal de las empresas turísticas, procesos de internacionalización éstas, incorporación de empresas de otros sectores al negocio turístico, etc.) y en el entorno (nuevas tecnologías, mejores medios de transportes, aumento del tiempo de ocio, etc.) que inciden de forma muy importante en la actividad turística.

3. Entre estos trabajos podemos citar: Torres (1985), Esteve (1991), Fayos-Solá (1993) y Aguiló (1994 y 1996).

4. En este sentido caben destacar las aportaciones de Figuerola (1984), Hawkins (1993), Náchter (1999), Monfort (2000) y Torres (2004).

La política económica recibe influencia tanto de la teoría económica como del entorno en el que se implementa -presiones entre partidos políticos, presiones de la sociedad, etc.-, de forma que todo ello va a determinar la forma en la que el Gobierno intervenga en la economía. De igual manera, la política turística va a verse influenciada por la teoría económica del turismo, pues de la evolución de ésta va a depender en gran medida la evolución de aquélla. En este sentido, como afirman Bote y Marchena (1996: 295-326) *la política turística... ha experimentado cambios importantes como consecuencia de los "debates teóricos actuales"*. Esto se refleja significativamente en el apartado siguiente cuando se habla de la singularidad y complejidad de la política turística, la cual se fundamenta en el enfoque de demanda sobre el que se construye la Teoría Economía del Turismo.

Para profundizar en el papel que debe desempeñar la política turística dentro de la política económica general es necesario comenzar exponiendo las diferentes tipologías de política económica que se pueden identificar, con el fin de encuadrar a la política turística dentro de cada una de ellas. Para ello se seguirá a Cuadrado et al. (1995).

2.1.1. políticas de ordenación y de proceso

Mientras que en las políticas de ordenación el Gobierno se limita a establecer el marco en el que debe desenvolverse el sistema económico, estableciendo las reglas de juego para asegurar su buen funcionamiento, en las políticas de proceso el Gobierno pasa a intervenir en el sistema económico incidiendo directamente en la asignación de sus recursos escasos. Por tanto, puede decirse que la política turística es una política tanto de ordenación -creación de instituciones turísticas, leyes turísticas, etc.- como de proceso -intervención directa del Gobierno en la actividad turística mediante impuestos, empresas turísticas públicas, etc.-.

2.1.2. políticas cuantitativas, cualitativas y de reformas

Las políticas cuantitativas son aquellas en las que el Gobierno interviene modificando la intensidad de algunos de los instrumentos de los que dispone la política económica -subvenciones, pre-

supuestos, impuestos, etc.-, mientras que las políticas cualitativas son las que introducen cambios más significativos en estos instrumentos -nuevos impuestos, nuevas subvenciones, etc.-. Por el contrario, las políticas de reformas tratan de cambiar o modificar los fundamentos mismos del sistema económico. Estas últimas políticas se identifican con las políticas estructurales, cuyos resultados comienzan a evaluarse a medio y largo plazo, mientras que las primeras, sobre todo, las cuantitativas, son políticas coyunturales, cuyos efectos se dejan sentir más en el corto plazo.

La política turística se puede encuadrar, según las medidas tomadas por el Gobierno para favorecer el desarrollo del turismo, tanto en las políticas cuantitativas, cualitativas como de reformas, si bien éstas últimas no pretenden cambiar el funcionamiento del sistema económico, sino sólo la realidad turística de un territorio. No obstante, si consideramos la política turística como una política sectorial, al igual que el resto de políticas sectoriales, debe identificarse como una política estructural frente a las políticas coyunturales.

2.1.3. políticas macroeconómicas, microeconómicas y mesoeconómicas

Las políticas macroeconómicas son aquellas que tienen por objetivo influir en los agregados macroeconómicos de un país - inflación, tipo de interés, saldo exterior, tasas de crecimiento, etc. Estas políticas son denominadas políticas de demanda. Las políticas microeconómicas son aquellas que se aplican sobre un grupo determinado de agentes económicos -sectores productivos, familias, colectivos de trabajadores, etc- para asegurar una distribución eficaz y eficiente de los recursos. Estas políticas se denominan políticas de oferta.

No obstante, a partir de los años setenta, cuando comienza a surgir la teoría del desarrollo económico local empieza a hablarse de políticas mesoeconómicas, las cuales tienen como principal objetivo la mejora de los indicadores económicos de determinados territorios⁵ -municipios y/o conjuntos de municipios, fundamentalmente-. Estas políticas han venido a cubrir el vacío que existía entre las políticas macroeconómicas -nivel agregado- y las políticas microeconómicas -nivel desagregado, siendo, por consiguiente, un nexo de unión

5. En este sentido, la Comunidad Europea considera el desarrollo económico local como una estrategia de origen local, orientada a resolver los problemas de las comunidades locales, que se instrumenta a través de iniciativas que persiguen la creación y el desarrollo de empresas que permitan la creación de empleo (Vázquez Barquero (1993: 35).

entre ambas.

Si consideramos a la política turística como una política sectorial, tal y como vamos a exponer posteriormente, debería considerarse dentro de las políticas microeconómicas.

2.1.4. políticas instrumentales y sectoriales

En función de los instrumentos utilizados, las políticas económicas se suelen clasificar en política fiscal, monetaria, de rentas, etc., pudiendo incidir éstas sobre todo el sistema económico -en este caso estaríamos ante políticas macroeconómicas- o sobre determinados grupos de éste -en este caso estaríamos ante políticas microeconómicas y, por tanto, sectoriales-. Mientras que las políticas instrumentales se identifican como políticas horizontales -inciden en todo el sistema económico-, las sectoriales lo hacen como políticas verticales -inciden sobre determinados grupos o sectores del sistema económico-.

Las políticas instrumentales y sectoriales son denominadas políticas específicas, cuyo último objetivo -objetivo principal- es la consecución de los objetivos económicos finalistas -empleo, crecimiento, distribución de rentas, estabilidad de precios, equilibrio de la balanza de pagos, entre los más importantes- de la política económica.

Sin embargo, todas estas políticas, instrumentos y objetivos no deben entenderse como compartimentos estancos, pues como afirma Monfort (2000: 12) *la forma en que se organiza cualquier proceso de decisión en materia de política económica remite a combinar las distintas políticas específicas que se hayan podido emprender*. La combinación de ambas políticas específicas -sectoriales e instrumentales- posibilita la consecución de los objetivos planteados por la política económica general.

Por consiguiente, para concluir este apartado, podemos decir que dentro de la distinción tradicional que se hace entre políticas específicas -sectoriales e instrumentales-, la política turística, partiendo de la Teoría Económica del Turismo con enfoque de demanda, se identifica como una política sectorial, aunque, como vamos a exponer en el siguiente epígrafe, con algunas especificidades respecto al resto de políticas sectoriales.

2.2. la singularidad de la política turística como política sectorial

Como se ha podido recoger en el apartado anterior, la política turística es una política sectorial, y por tanto específica, la cual se sirve de las políticas instrumentales para su implementación. Por consiguiente, la política turística, al igual que el resto de políticas sectoriales -política agraria, política industrial, política pesquera, etc.-, debe contribuir a conseguir los objetivos finalistas de la política económica general -creación de empleo, distribución de la renta, crecimiento, etc.-.

Sin embargo, la escasa literatura científica sobre política turística identifica a ésta como una política sectorial singular y compleja, es decir, con importantes diferencias respecto a las restantes políticas sectoriales. En tal sentido, Bote y Marchena (1996) sostienen que la política turística es una política sectorial, *que presenta ciertas peculiaridades*. Estas peculiaridades se van a ver reflejadas en una mayor complejidad de la misma.

Por tanto, siguiendo, entre otros, a Bote y Marchena (1996), Monfort (2000) y Pulido (2004), puede decirse que la política turística presenta como rasgo diferencial, respecto al resto de políticas sectoriales, dos aspectos que la hacen más compleja:

- *La multisectorialidad*: en la medida en que la actividad turística, a diferencia de otras actividades económicas -agrarias, pesqueras, mineras, industriales, etc.-, está integrada por una gran heterogeneidad de sectores o ramas de producción complementarias e interrelacionadas, entre las que pueden citarse: transportes, alojamientos, restauración, actividades de ocio, agencias de viajes, etc. En tal sentido, *la especial dificultad en delimitar las actividades estrictamente turísticas, al existir multitud de efectos directos e indirectos sobre otros sectores (construcción, alimentación, alquileres, bienes de consumo en general, transportes, etcétera), eleva la complejidad en el momento de afrontar el diseño de una política turística (Monfort, 2000: 14).*
- *La complejidad*: en la medida en que todos los niveles de la Administración Pública desempeñan un importante papel en la configuración de la oferta final de los destinos turísticos, de tal forma que, tal y como también recogen Bote y Marchena (1996), todo ellos juegan un

6. No obstante, debe decirse que, si bien las políticas macroeconómicas inciden sobre todo el sistema económico, según la política económica de que se trate incidirá sobre una sectores más que sobre otros.

importante papel en la calidad y competitividad del producto turístico, pues este incluye elementos o servicios no comercializables -el paisaje, urbanismo, las infraestructuras de acceso o de saneamiento, la seguridad ciudadana, etc.-.

Todo ello explica el elevado número de agentes que intervienen en la política turística: administraciones turísticas de todos los niveles -estatal, autonómica y local-; departamentos de las administraciones públicas relacionados de manera indirecta con la actividad turística -medioambiente, obras públicas, cultura, etc.- y los diferentes agentes privados de las ramas productivas total o parcialmente turísticas -hotelería, restauración, transporte, agencias de viajes, construcción, etc.-, lo que hace especialmente compleja y difícil la coordinación entre los mismos. Por consiguiente, toda política turística debe contar con la participación efectiva de las instituciones públicas y privadas en la elaboración de los objetivos, programas y medidas de implementación con el fin de que sea operativa y asegurar el cumplimiento de los objetivos.

Desde este punto de vista se ha llegado a hablar de la horizontalidad de la política turística, pues, como hemos comentado anteriormente, en el desarrollo turístico inciden una gran cantidad de sectores productivos, tanto privados -transporte, construcción, alojamiento, entretenimiento y ocio, etc.- como públicos -medioambiente, cultura, educación, etc.-. De esta forma, mientras que el resto de políticas sectoriales se caracterizan por su mayor o menor verticalidad, la política turística se caracteriza por su carácter horizontal. Así, por ejemplo, en la Ley 12/1999 del Turismo de Andalucía el legislador resalta ese carácter horizontal de la política turística al expresar que *la tarea del legislador no debe ser la de ofrecer un tratamiento vertical de la materia... sino que debe limitarse a una regulación horizontal, en el sentido de centrar su atención en aquellas actividades, de carácter económico en su mayoría, que tengan incidencia sobre el turismo como actividad de desplazamiento.*

Una vez encuadrada la política turística como una política sectorial -singular y compleja respecto a otras políticas sectoriales-, en el siguiente apartado analizaremos de forma somera la Teoría Económica del Turismo, pues sobre ésta se cons-

truye la política turística. Ello nos ayudará, en mayor medida, a comprender la singularidad y complejidad de esta política.

2.3. la teoría económica del turismo con enfoque de demanda: origen de la singularidad de la política turística

Uno de los principales problemas al que ha tenido que hacer frente la investigación de la economía del turismo, en general y de la empresa turística, en particular, está relacionado con la indefinición del propio concepto de empresa turística y, por consiguiente, con la deficiente delimitación del turismo como actividad económica y, por tanto, como sector productivo.

Esto sucede como consecuencia del enfoque de demanda que se utiliza para el análisis de este sector, frente al enfoque de oferta desde el que se estudia el resto de los sectores productivos -sector pesquero, sector agrícola, sector industrial, etc.-. En estos, lo realmente importante, el punto de partida para el posterior desarrollo teórico, no es la demanda, sino el output generado en el proceso productivo -delimitación del producto generado-. Por contra, para la Teoría Económica del Turismo, lo importante, el punto de partida, ha sido la demanda -el turista-, y es a partir de aquí desde donde comienza a desarrollarse toda la Teoría.

A finales de los ochenta, a partir de los trabajos teóricos de Muñoz de Escalona⁷, comienza a desarrollarse un enfoque alternativo -enfoque de oferta- para el análisis económico del sector turístico, cuyo fin es la conceptualización e identificación de la empresa turística para que, de esta forma, quede perfectamente delimitado el objeto de estudio de la Economía de la Empresa Turística, así como de la Economía del Turismo. En definitiva, este autor pretende delimitar e identificar a la empresa turística con el propósito de aplicar el análisis microeconómico siguiendo la misma metodología que se utiliza para el estudio del resto de los sectores productivos -agrario, pesquero, industrial, etc.- y así poder solventar el problema de la indefinición y complejidad del sector turístico al que hemos hecho referencia en el anterior epígrafe.

El enfoque tradicional bajo el que se construye la Teoría Económica del Turismo -enfoque de

demanda- considera que la demanda turística viene determinada por todas las compras que realizan los turistas, identificándose, por consiguiente, a las empresas turísticas como aquellas empresas que venden sus bienes y servicios principalmente a los turistas. La mayor parte de la comunidad científica que estudia la economía del turismo parte del enfoque de demanda. En este sentido, Torres (2004: 59) considera que *la adopción de la perspectiva de la demanda no solamente es amplia, sino que nos sitúa en mejor disposición de diseñar medidas y políticas coherentes para alcanzar objetivos de control, regulación y fomento de esta actividad.* Este mismo autor considera que *la aplicación del criterio de la oferta como demarcación del fenómeno turístico, postura que aún cuenta con defensores, cercena la posibilidad de contemplarlo en su conjunto y la excluye de buena parte de su carácter transversal, aspecto fundamental para el desarrollo y la eficacia de la política turística* (Torres, 2004: 59).

Por el contrario, el enfoque alternativo que propone Muñoz de Escalona -enfoque de oferta- considera que la demanda turística es aquella que consume el producto turístico⁸, definido éste como *un plan de desplazamiento de ida y vuelta* (Muñoz de Escalona, 2003: 191). Una vez identificado el producto turístico, según este autor, se puede identificar tanto a la demanda turística -personas, tanto físicas como jurídicas, que compran y consumen este producto- como a la oferta turística -empresas que producen el producto turístico-. Para Muñoz De Escalona (1992a) este enfoque es complementario con el enfoque de demanda, ya que tan sólo pretende construir un enfoque desde el que poder aplicar el análisis microeconómico al sector turístico con las mismas herramientas y metodología que se siguen para el resto de sectores económicos.

Así pues, la oferta turística, según el enfoque convencional, está formada por todos aquellos bienes y servicios que suelen demandar los turistas, en su más amplia acepción, incluyendo, por consiguiente, a todos aquellos productos por los que los turistas suelen mostrar interés, ya sea para comprarlos (bienes y servicios) o para contemplarlos, con (un espectáculo o un museo) o sin contraprestación monetaria (un paisaje). Por consiguiente, la aplicación de este enfoque lleva ine-

vitablemente a concebir a la oferta turística como una magnitud agregada o, si se quiere, como un conjunto de actividades productivas, o no, que están insuficientemente limitadas, lo que nos imposibilita aplicar el análisis microeconómico a este sector productivo y, al mismo tiempo, nos lleva a caracterizar la política turística como una política sectorial de corte horizontal.

En este sentido, como consecuencia de esa indefinición, la mayoría de los trabajos sobre economía del turismo comienzan reconociendo la especificidad del análisis económico del turismo frente al que se realiza en el resto de los sectores económicos. Así, por ejemplo, Pedreño Muñoz (1996: 19) afirma que *si tratáramos de explorar, sin más, el esquema analítico de un manual introductorio de economía a este bien económico llamado turismo, el servicio turístico, nos encontraríamos probablemente con limitaciones importantes, sesgos relevantes y aplicaciones no del todo correctas, precisamente por la propia indefinición de ese bien turístico.*

Por tanto, ante este enfoque, el turismo no puede ser considerado como un sector económico sino como un conjunto amplio de sectores -enfoque multisectorial- integrado por una gran diversidad de empresas -hoteleras, transportes, agencias de viajes, turoperadores, actividades de ocio, restauración- con características muy heterogéneas, lo que hace prácticamente imposible aplicar el análisis microeconómico tradicional que se aplica a los restantes sectores económicos al sector turístico, lo que nos lleva a contemplar la política turística, como una política sectorial singular y compleja.

En cambio, desde el enfoque alternativo, la política turística sería aquella política sectorial que se dirige al fomento y desarrollo del sector turístico, entendido éste como el conjunto de empresas que ofertan el producto turístico -elaboración de estancias en lugares distintos al de residencia habitual del consumidor-⁹. Así, desde este enfoque analítico del turismo como actividad productiva, la política turística sería considerada como una política específica sectorial de corte vertical, al igual que las restantes políticas sectoriales.

Sin embargo, para la mayor parte de la academia, este enfoque analítico de la Economía del turismo, tal y como expusimos anteriormente, es considerado más bien estrecho, impidiendo reali-

7. Investigador del Consejo Superior de Investigaciones Científicas entre cuyos trabajos podemos destacar los siguientes: Muñoz de Escalona (1990a; 1990b; 1992; 2003; 1992b; 2004).

8. Este es el núcleo de la aportación teórica de este autor, pues una vez definido el producto turístico -organización de estancias en un lugar diferente al lugar de residencia habitual del consumidor- se identifican las empresas turísticas -agentes privados, públicos o mixtos- que ofertan este tipo de producto, las cuales pertenecen al sector turístico.

9. Las empresas que elaboran este producto -servicio- serían las empresas turísticas, las cuales, según Muñoz de Escalona, se identifican con los turoperadores.

zar un análisis amplio y coherente del fenómeno turístico. No obstante, en la presente comunicación, tan solo hemos querido exponer de forma muy breve estos dos enfoques sobre los que se puede construir la Teoría Económica del turismo para, a partir de ahí, caracterizar la política turística en relación con cada uno de ellos.

3. la teoría de los clusters: su aplicación a la actividad turística

3.1. un enfoque estratégico para el análisis de la competitividad de los territorios: la teoría de los clusters

3.1.1. cambio de paradigma en el análisis de la competencia territorial

En los años setenta comienza a producirse, impulsado por la grave crisis económica internacional, para intensificarse posteriormente en las décadas de los ochenta y noventa, una serie de cambios en el entorno competitivo que provocan que el enfoque macroeconómico apoyado en la teoría del comercio internacional y la ventaja comparativa pierda validez a la hora de explicar el éxito de las empresas de ciertos sectores localizadas en determinados países. La necesidad de un nuevo enfoque teórico que explicase la capacidad que tienen determinados territorios para competir en ciertos sectores económicos venía dada, según Porter (1991), por varias razones:

- Competencia cambiante y dinámica: cada vez existe una mayor cantidad de sectores y segmentos sectoriales que son intensivos en conocimiento frente a aquellos sectores que, en su mayoría, sobre todo con anterioridad a la II Guerra Mundial, eran intensivos en factores básicos como mano de obra no cualificada o recursos naturales. Los stocks de estos nuevos factores productivos -factores o recursos avanzados, tales como la tecnología, la mano de obra cualificada, etc. - varían con mucha más rapidez.
- Cambio tecnológico: cada vez es mayor el número de sectores que utilizan diferentes tipos de tecnologías tales como la microelectrónica, la utilización de materiales avanzados, los sistemas de información, etc. Estas tecnologías han dado a las empresas la posibilidad de salvar la escasez de determinados factores básicos, tales como mano de obra, materias primas, etc.

- Dotaciones comparables de factores: la mayor parte del comercio mundial tiene lugar entre países con similares dotaciones de recursos. Esto ha hecho crecer los niveles del comercio intraindustrial. De esta forma, las fuentes tradicionales de ventaja en los factores que favorecían a las naciones avanzadas han perdido mucha de su importancia en el proceso (Porter, 1991: 39).

- Mundialización: la competencia se ha internacionalizado, de forma que las empresas compiten con estrategias mundiales, lo que conlleva la elección de la venta, el aprovisionamiento y la ubicación de sus actividades a escala mundial. Este proceso de mundialización libera a las empresas de basar sus estrategias exclusivamente en función de las ventajas comparativas existentes en el país donde se localizan originariamente, por lo que la importancia que, en un primer momento, podían tener estas fuentes, cada vez van siendo menores.

- Ventajas efímeras: puede decirse que las mismas circunstancias que han hecho que los factores básicos cada vez sean menos decisivos en la ventaja competitiva, también han hecho que sean muy efímeras, pues la ventaja competitiva que se basa en los costes de los factores, sobre todo de los factores básicos, es vulnerable a unos costes todavía más bajos de los mismos factores, fácilmente imitables, en algún otro lugar, o la intervención de algunos gobiernos que deseen subvencionarlos (Porter, 1991: 40).

Por tanto, ante la insuficiente capacidad explicativa que comenzaba a tener el enfoque macroeconómico neoclásico para explicar la competitividad de los territorios y de las empresas localizadas en los mismos surge el enfoque estratégico, pues, tal y como recoge Canals, J (1991: 45) el enfoque macroeconómico, ante los constantes cambios experimentados en el comercio internacional, empieza a encontrarse, entre otras, con una triple limitación:

- Es un enfoque estático que, si bien puede presentar una buena fotografía de lo que ocurre o ha ocurrido en un momento dado, no facilita elementos de juicios de lo que puede ocurrir en el futuro, por lo que no explica la dinámica de la competencia internacional.
- Es un enfoque que mira al pasado pero no al futuro, pues supone que los factores productivos no mejoran o se aprenden.

- No considera el papel de la empresa en la competitividad internacional de los territorios, pues sólo tiene en cuenta los factores productivos disponibles en los mismos sin profundizar en el análisis de cómo, con qué técnicas y tecnologías, se combinan estos.

Ante estas deficiencias, *los estudios sobre la competitividad de los territorios se han ido desplazando desde el enfoque tradicional, que se centra básicamente en los resultados comerciales y sus determinantes más directos -tipos de cambio, costes y precios-, hacia otras consideraciones de carácter más estructural, vinculadas a la productividad y a sus factores explicativos* (Bravo, S. y Gordo, E., 2004: 73), pues, en última instancia ésta es la variable clave para aumentar el bienestar de un territorio, ya que es la principal determinante, a la larga, del nivel de vida de una nación, porque es la causa radical de la renta nacional per cápita (Porter, 1991: 28).

En definitiva, podemos afirmar que las dos graves crisis económicas internacionales, vividas durante la década de los setenta, van a ocasionar un cambio de paradigma en la competencia entre territorios de forma que, a partir de aquí, comienzan a desarrollarse diferentes teorías que, bajo un enfoque estratégico y estructural, se proponen abordar la competitividad internacional de los territorios. Una de estas teorías es la teoría de los clusters¹⁰.

3.1.2. teoría de los clusters

La teoría de los cúmulos, clusters o sistemas productivos locales trata de encontrar las razones que expliquen la localización de gran parte de empresas exitosas de ciertos sectores en determinados territorios locales, comarcales o regionales, descendiendo, de esta forma, al nivel local para el estudio de la competitividad de los territorios. Esta teoría parte, por tanto, del supuesto de que la competencia internacional no se establece entre naciones, sino entre empresas que forman parte de clusters (Camisón, 1998: 16) localizados estos, por regla general, en dimensiones territoriales inferiores a las que ocupan las naciones o países. Por tanto, puede decirse que, de esta forma, descendemos del nivel país a uno local más operativo, puesto que, en realidad, es en éste en el que la empresa lleva a cabo su activi-

dad y el que constituye su entorno más próximo (Rodríguez, M.M. et al., 2001).

Puede decirse que la preocupación por este tipo de agrupamientos de empresas exitosas de ciertos sectores en cúmulos o clusters, más o menos definidos, no es reciente, puesto que Marshall (1890) ya se sentía atraído por el estudio de este tipo de concentración natural de ciertas empresas en determinados territorios, incluyendo en su obra *Principles of economics* un capítulo en el que analizaba los factores externos de las áreas industriales especializadas. Por tanto, tal y como recoge Porter (1999), podría decirse que los cúmulos forman parte del paisaje económico desde hace mucho tiempo; las concentraciones de artesanos y empresas dedicados a una actividad existen desde hace siglos (Porter, 1999: 212).

Los cúmulos, por tanto, siguiendo a Porter, pueden definirse como concentraciones geográficas de empresas interconectadas, sumi-nistradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas¹¹ que compiten pero también cooperan (Porter, 1999: 201). Por su parte, Becattini (1990, en Rodríguez [2000: 433]) define el distrito industrial, un concepto similar al de cúmulo y al de cluster, como *una unidad socioterritorial que se caracteriza por la presencia interactiva de una comunidad de personas y de una población de empresas dentro de un área limitada, tanto histórica como naturalmente*. Por tanto, podría decirse que un cluster se localiza en un territorio caracterizado por una misma realidad histórica, cultural, socioeconómica y ambiental. Por tanto, según esta teoría, los territorios pasan a jugar un papel renovado a la hora de incidir en la competitividad de las empresas.

La presencia de los cúmulos o concentraciones de empresas exitosas nos conduce, por tanto, a pensar que buena parte de las ventajas competitivas de las mismas se encuentran fuera de éstas e incluso fuera de los sectores en los que los que operan. De forma que puede decirse que la existencia de una serie de ventajas localizadas en territorios concretos constituyen una de las principales causas por las que las empresas no se ubican de forma aleatoria en el espacio, sino que siguen patrones de localización homogéneos en sus decisiones de localización, dando lugar a lo que la literatura ha denominado “efecto territorio” o “ventaja territorio”, frente al “efecto país”

10. Uno de los autores que mayor desarrolló la Teoría de los Clusters o Cúmulos fue Porter, quien elaboró la metodología del “diamante” de competitividad para el análisis de los mismos.

11. Universidades, institutos de normalización, asociaciones comerciales, etc.

que aparece cuando la competitividad se analiza a dicho nivel de agregación y que coincide con las ventajas comparativas sobre las que se fundamenta la teoría neoclásica del comercio internacional.

Por consiguiente, la “ventaja territorio” se conforma como un concepto más amplio que la “ventaja país”, pues *aglutina a los otros tres tipos de ventajas*¹² ya que, a demás del componente espacial, que recoge básicamente las variables país aunque en un ámbito más reducido, tienen un claro componente industrial y ayudan al desarrollo de ventajas competitivas en las empresas que se ubican en dicho territorio (Rodríguez, M.M. et al., 2001). De ahí la importancia que tiene esta teoría en el estudio de la competitividad de los territorios desde un enfoque estratégico.

Como se ha comentado anteriormente, el hecho de que las empresas exitosas de determinados sectores o subsectores económicos se concentren en ciertos espacios geográficos delimitados obedece a la existencia de una serie de ventajas competitivas para las empresas localizadas en el territorio, por lo que el papel que éste juega en la competencia de las empresas ha sido, y continúa siendo, significativo. Sin embargo, este papel, como consecuencia de los importantes cambios que se han producido en la competencia internacional, ha cambiado sustancialmente. Si en un primer momento las principales ventajas competitivas o economías externas de las empresas localizadas en determinados territorios venían dadas por la reducción de costes derivada de la proximidad a los factores de producción básicos -mano de obra barata, recursos naturales, etc.- o a los mercados, con la mundialización económica, las mejoras tecnológicas, el aumento de la movilidad y la consecuente reducción de los costes de comunicación y transportes, dichas ventajas han ido perdiendo toda la importancia que tenían anteriormente. Por lo que, en la actualidad, la naturaleza de las economías de aglomeración ha cambiado (Porter, 1999: 215), pues ya no es necesario estar cerca de los factores de producción básicos ni de los grandes mercados.

En esta concepción más amplia y dinámica de la competencia, en la que la productividad pasa a jugar un importante papel en la misma, aspectos tales como la capacidad de innovación existente en los territorios, la formación y cualificación de

sus recursos humanos, las tecnologías disponibles y, en definitiva, toda una nueva serie de recursos o factores avanzados, entre los que destacan el conocimiento, son los que, en la actualidad, conforman las “ventajas territorios” existentes en determinadas zonas geográficas. De tal forma que la capacidad de atracción de un territorio ya no está en función de sus factores productivos básicos, sino en su aptitud para crear recursos y procesos de innovación, es decir, en su capacidad para crear factores productivos avanzados.

En las economías avanzadas, todo lo que puede adquirirse rentablemente a distancia ha dejado de ser ventaja competitiva (Porter, 1999: 242). Siguiendo a este mismo autor, *las ventajas competitivas duraderas en una economía mundial suelen tener un marcado carácter local, ya que surgen de la concentración en una nación o región determinada de técnicas y conocimientos muy especializados, instituciones, rivales, empresas afines y clientes avanzados y expertos* (Porter, 1999: 242). Por consiguiente, puede decirse que los territorios, sobre todo en economías avanzadas, han dejado de ser fuente de ventajas competitivas en cuanto a factores productivos básicos se refiere para pasar a ser fuente de ventaja competitiva en factores productivos avanzados -conocimiento, recursos humanos formados y especializados, tecnologías avanzadas, etc.-.

A continuación recogemos, de forma somera, algunas de las principales aportaciones que la teoría de los cúmulos realiza al análisis de la competitividad estructural de los territorios. Estos son:

- Dentro de esta teoría adquiere especial importancia el concepto de recursos compartidos, los cuales tienen un carácter público en el interior de estos cúmulos o clusters, pero privado de cara a las empresas foráneas, posibilitando su consideración como fuente de ventaja competitiva para el conjunto de las empresas del cluster (Rodríguez Domínguez, M.M.; Vila Alonso, M.; Cruz González, M.M., 2001). Este concepto de recurso compartido ha sido heredado de la Teoría de los Recursos y Capacidades¹³, la cual define a la empresa como un conjunto de recursos y capacidades (tecnologías, habilidades, conocimientos, etc.), pero en vez de ser considerados propios y específicos de cada empresa, son considerados propios y específicos de cada territorio -cúmulo, cluster o sistema productivo

local-.

- Para que estas empresas se aprovechen de la mejor forma posible de esos recursos localizados en los territorios donde se localizan se hace necesario que cooperen, pues, tal y como expone Costa (1988), las empresas que se localicen en clusters y cooperen podrán competir no sólo en función de sus recursos individuales, sino también de aquellos otros que, no siendo propiedad exclusiva de éstas, pertenecen al sistema en el que se localizan y los puede disfrutar.

De esta forma, si se tiene en cuenta que la división del trabajo más predominante en los clusters es entre empresas y no en su interior, las posibles ventajas de aquéllas se derivarían de un equilibrio entre los dos tipos de coordinación: la competencia y el mercado (Rodríguez Domínguez, 2000: 437). Esta coordinación no se consigue a través de la autoridad, sino a través del mecanismo competitivo de los precios y de la cooperación entre empresas. Por tanto, dentro de los cúmulos, para su buen funcionamiento, deberá conseguirse un adecuado equilibrio entre cooperación y competencia.

- La mayor parte de las empresas que forman parte de estos cúmulos son pequeñas y medianas empresas especializadas en una o unas cuantas fases y funciones de industrias concretas, configurándose, de esta forma, un modelo de industrialización difusa y de producción flexible basado en la división del trabajo, y adaptado a las exigencias y continuos cambios experimentados por la demanda. Según Espina Montero (1996, en Rodríguez Domínguez [2000: 449]) la flexibilidad de esta forma de producción descansa parcialmente en la capacidad de las empresas para modular la utilización de trabajo en relación con la evolución del mercado y a sus propios resultados competitivos.

Esta forma de producir, como hemos comentado anteriormente, requiere una serie de mecanismos de coordinación -competencia y cooperación, fundamentalmente- entre las diferentes unidades productivas, haciendo que se formen redes de organizaciones, las cuales pueden ser definidas como asociaciones informales de empresas, geográficamente próximas, que

buscan deliberadamente formas de colaboración para mejorar su ventaja competitiva en los mercados regionales, nacionales e internacionales (Martínez Fernández, 2004: 58).

- Otras de las principales características de los clusters es el ambiente de innovación y aprendizaje que se crea en los territorios donde estos se localizan y, sobre todo, en aquellos donde adquieren una mayor profundidad y dimensión. En este sentido, nadie discute que la participación en redes, clusters y alianzas constituye un poderoso mecanismo de aprendizaje. Más aún cuando estas relaciones se dan en un ámbito geográfico inmediato de modo que los contactos puedan tener lugar de manera informal (Arthur de Little, 2001, en Martínez Fernández, [2004: 64]).
- La evolución de los cúmulos en el tiempo, según exponen algunos autores como Swan Prevezer y Stout (1998), se puede asemejar al ciclo de vida de los productos, pudiéndose distinguir en dicha evolución las fases de nacimiento, desarrollo y decadencia.

El nacimiento de un cúmulo puede producirse por razones muy diversas -reservas de algunos factores, como trabajadores especializados, infraestructuras, expertos investigadores universitarios, ubicación física favorable, etc.- resultando éste, muchas veces, imprevisible, mientras que, por el contrario, las causas de su desarrollo o no desarrollo son más previsibles. Esta segunda fase suele durar décadas y, en algunos casos, incluso siglos.

Por último, nos encontramos la fase de decadencia cuyas causas pueden ser tanto endógenas, originarias de la propia ubicación, como exógenas, derivadas de los acontecimientos o cambios del exterior (Porter, 1999: 243-250).

En definitiva, podemos decir, que nos encontramos ante una teoría que, construida bajo un enfoque estratégico, analiza la competitividad de los territorios teniendo en cuenta una mayor cantidad de factores -económicos, sociales, históricos, empresariales, culturales, naturales, etc.- que la teoría del comercio internacional elaborada desde un enfoque macroeconómico. Dicha teoría tiene en el modelo del “diamante” de Porter

12. Estos tres tipos de ventajas (país, industria y empresa) son analizados en diferentes apartados del presente trabajo de investigación.

13. Esta teoría es analizada en el apartado dedicado a las teorías de la competitividad abordadas bajo el enfoque estratégico empresarial.

una de sus principales aportaciones.

3.2. la teoría de los clusters en el análisis de la competitividad de los destinos turísticos

En la década de los setenta y, sobre todo, en los ochenta, como consecuencia de la intensificación de la competencia entre territorios, en general, y entre destinos turísticos, en particular, y debido también al surgimiento, como hemos comentado anteriormente, de un nuevo marco teórico para el análisis de la competitividad de los territorios -teoría de la competitividad estructural, basada en un enfoque estratégico-, comienza a analizarse el desarrollo y éxito de los destinos turísticos bajo una nueva teoría de la competitividad, pues, ante esta nueva situación, la teoría macroeconómica de la competitividad, basada en las ventajas comparativas, comenzaba a perder capacidad explicativa¹⁴, siendo necesario recurrir a un nuevo marco teórico basado en el análisis estratégico de la competencia. En este nuevo marco teórico la ventaja competitiva va a ocupar el papel central que ocupaba la ventaja comparativa en la teoría neoclásica del comercio internacional.

El continuo crecimiento de nuevos destinos turísticos a tasas superiores a las experimentadas por la demanda turística, pone en peligro la competitividad de los destinos turísticos maduros, basada históricamente en la simple explotación de sus ventajas comparativas -recursos naturales y culturales, fundamentalmente-, pues, se debe tener en cuenta que las rentas de localización que puede obtener un destino turístico son apropiables por destinos turísticos competidores que gocen de condiciones similares (Monfort Mir, V., 1999: 72). En este sentido, podemos afirmar que establecer estrategias de crecimiento sustentadas en factores de dotación natural, condena a la desaparición de esas ventajas comparativas, cuando otros espacios inicien su andadura apoyándose en idéntica articulación de los elementos proporcionados por la simple ubicación física de su propuesta turística (Monfort Mir, V., 1999: 72).

Surge, por tanto, el concepto de ventaja competitiva relacionado con aquellos elementos incorporados que aportan valor añadido a los

destinos turísticos y, más concretamente a los turistas, mediante actuaciones como la mejora en la formación y el conocimiento turístico, la mejora en las fuentes estadísticas de información, el esfuerzo permanente en introducir innovaciones en la producción, en la comercialización y en los servicios, etc. (Sancho, A., 1998). En definitiva, todos estas actuaciones pretenden mejorar la competitividad de los destinos turísticos entendiendo el análisis competitivo como un análisis dinámico y estratégico frente al análisis competitivo que, desde un enfoque estático, se realiza en la teoría de la ventaja comparativa.

Debe decirse, como recoge Carús (2002: 62), que en *el sector turístico la verdadera competencia no es tanto entre naciones como entre las empresas con actividades turísticas que forman parte de redes locales, de infra-estructura, personal de servicios, recursos naturales e históricos, e industrias relacionadas que conforman conjuntamente la experiencia de las vacaciones*. Por lo que la identificación de estos clusters se convierte en un paso necesario para analizar las fuentes de ventajas competitivas donde surgen y poder hacer recomendaciones concretas. Esta identificación se debe realizar siguiendo los siguientes criterios:

- Geográficos: en función de las conexiones de la infraestructura de comunicación.
- Comerciales: en función de la distancia que permite a una empresa servir adecuadamente a sus clientes.
- Estratégicos: en función de la tipología estratégica de las empresas, con oferta y demanda muy diferenciadas.

Por tanto, a partir de la década de los ochenta comienza a analizarse la competitividad de los destinos turísticos tomando un conjunto de factores más amplios que los que, hasta entonces, se habían venido utilizando por la teoría neoclásica del comercio internacional. En tal sentido, aparecen diferentes modelos turísticos que, basados en la teoría de la competitividad estructural -enfoque estratégico territorial-, han sido elaborados y aplicados al análisis de la competitividad de los destinos turísticos. Algunos de estos modelos teóricos que tratan de analizar la competitividad de los territorios en todos los sectores económicos han

sido adaptados posteriormente al análisis de los destinos turísticos, destacando el modelo del “diamante” de Porter¹⁵. Mientras que otros han sido elaborados expresamente para ser aplicados al análisis de la competitividad de los destinos, por lo que se adaptan mejor a esta realidad objeto de estudio¹⁶.

Estos modelos se fundamentan en la teoría de los cúmulos, pues consideran que no existen países competitivos, sino países con determinados productos y destinos turísticos competitivos que dependen de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar permanentemente (Bordás, 1999: 605). Dicha innovación va a venir determinada, a su vez, por la presión e intensidad de la competencia existente entre las empresas turísticas y los destinos turísticos, pues, a medida que ésta sea más intensa, las empresas se verán más obligadas a innovar. No obstante, en este modelo también juegan un papel importante otros factores del destino, tales como la política turística aplicada, los factores productivos presentes en el mismo, la demanda turística, factores causales y las relaciones de sinergias que se puedan establecer entre todos ellos.

Dichos modelos, por tanto, no sólo suponen que la competitividad de los destinos turísticos es determinada por factores macroeconómicos, sino que también considera factores microeconómicos, partiendo, por tanto, de la consideración de que *la competitividad de los clusters es algo de origen muy local y es aquí donde se deben centrar los esfuerzos para el refuerzo competitivo* (Bordás, 1999: 609). En este sentido, debe decirse que la actividad turística de un país se despliega, mayoritariamente, en espacios receptores, más o menos, delimitados y organizados, denominados clusters, los cuales cumplen las siguientes características (Bordás, 1999: 609):

- Se componen de un entramado diverso y complejo de recursos, atractivos, infra-estructuras, servicios, equipos, y numerosas empresas de apoyo. Este entramado “ordenado” es lo que se denomina cúmulo, clúster o sistema productivo local.
- Se componen, a su vez, de micro-clusters que se ocupan de ofertar actividades turísticas específicas -sol y playa, turismo rural, turismo

de aventura, etc.- dirigidas a determinados segmentos del mercado. No obstante, estos micro-clusters se complementan a su vez.

- Siguiendo el modelo del “diamante” de Porter, puede decirse que tienen un diamante competitivo propio que condiciona fuertemente la competitividad del destino, por ello, como comentábamos anteriormente, la competitividad de los destinos turísticos es un fenómeno de origen muy local que viene determinada por un amplio conjunto de factores propios del territorio -destino turístico-En tal sentido, Porter considera que las condiciones que determinan la competitividad de un servicio turístico se encuentran en un ámbito geográfico determinado o destino turístico, el cual viene conformado por un cluster o grupo de empresas y servicios turísticos y las relaciones que estos mantienen entre sí (Rodríguez, 2000: 199)

Por tanto, puede decirse que un conjunto o cluster turístico es *un espacio geográfico en el que tiene lugar la totalidad de la experiencia turística* (OMT, 2001: 70), pudiéndose poner como ejemplos: Machupichu y Cusco en Perú, el Algarbe en Portugal o la Costa del Sol en España. El cluster turístico, como se ha apuntado anteriormente, dispone de una estrategia propia muy diferenciada, con características de oferta y de demanda distintas a las del resto del territorio.

En definitiva, a partir de la revisión de la literatura científica sobre competitividad de los destinos turísticos, podemos concluir que estos comienzan a analizarse a partir de la década de los ochenta siguiendo la teoría de los clusters o cúmulos, expuesta en los apartados anteriores. Por tanto, será conveniente caracterizar la política de clusters o cúmulos para diferenciarla de la política sectorial, pues ello nos permitirá caracterizar la política turística, de desarrollo de destinos turísticos, cuando estos son analizados siguiendo la teoría de los clusters o cúmulos. Así, en los siguientes apartados nos dedicaremos a ello.

4. la política turística como una política de clúster: la importancia

14. Sobre todo a la hora de explicar y analizar la competitividad de los destinos turísticos maduros frente a aquellos destinos turísticos que comenzaban a desarrollarse en la década de los 80 y 90, tales como: los situados en el Caribe, en el Mar Báltico, en la costa mediterránea africana, etc.

15. Entre estos trabajos podemos citar: Generalitat de Catalunya (1992); Fayos Solá (1994), Pedreño Muñoz (dir.) y Monfort Mir, (coor.) (1996); Vera Rebollo (coord.) (1997); Monfort Mir (1999); Rodríguez Domínguez (2000); Bordás Rubies (2001); Organización Mundial del Turismo (2001); Mirabell Izard (2001); Carús (2002), Rodríguez Domínguez y Guisado (2003), Perles Ribes (2004), entre otros.

16. Destacando los modelos de: Dwyer y Kim (2002), Ritchie y Crouch (2004) y Goorochurn y Sugiyarto (2003).

del territorio

4.1. la política de clusters

En este epígrafe vamos a caracterizar la política de fomento y desarrollo de clusters o cúmulos -política de cúmulos- para, con posterioridad, diferenciar este tipo de política respecto a la política sectorial, pues ambas presentan características muy distintas.

Debe decirse que entre los múltiples factores que pueden favorecer el desarrollo de los cúmulos -aumento de su productividad y de su nivel salarial- se encuentra el papel desempeñado por el Gobierno -administraciones públicas-. Este papel debería ser el de *reforzar y potenciar los cúmulos existentes y los que vayan surgiendo, y no tratar de crear otros absolutamente nuevos* (Porter, 1999: 252). De tal forma que, en primer lugar, el Gobierno debe comenzar reconociendo la presencia de un determinado clúster para, posteriormente, minimizar los obstáculos y rebajar las ineficiencias que obstruyen la competitividad y la capacidad de innovación del mismo. Por consiguiente, la política de fomento de los cúmulos debe tender a fomentar la competencia en vez de limitarla. Así, entre las medidas públicas de mejora de los cúmulos que propone Porter (1999) destacan¹⁷:

- Fomentar la formación de bienes públicos o cuasipúblicos para provocar un efecto positivo en muchas empresas interrelacionadas entre sí, las cuales, todas tienen en común poder disfrutar y beneficiarse de este tipo de bienes.
- Favorecer el diálogo entre los integrantes de los cúmulos -empresas rivales, proveedores, clientes, instituciones públicas, etc.- para superar las limitaciones comunes y mejorar las conexiones entre las firmas relacionadas.
- Reunir información específica del cúmulo y favorecer una política educativa que anime a las instituciones públicas de enseñanza a responder a las necesidades de los cúmulos. En definitiva, tanto la información como la enseñanza y formación no son más que bienes públicos o cuasipúblicos de los cúmulos.
- Mejorar el nivel de demanda interior de bienes y servicios del cúmulo.

- En los países en vías de desarrollo un instrumento importante para fomentar el crecimiento de los cúmulos es favoreciendo la inversión extranjera. Sin embargo, esta inversión no es suficiente para el desarrollo de los cúmulos, pues es necesario realizar esfuerzos sistemáticos en los restantes factores que inciden en el desarrollo de los mismos -demanda, relaciones entre empresas, mejora de la información, infraestructuras, etc.- y contar previamente con algunas ventajas competitivas.

- Mejorar las infraestructuras y eliminar las desventajas que puedan impedir el desarrollo de los cúmulos o clusters, tales como leyes, reglamentos, falta de formación de los recursos humanos, falta de capacidad emprendedora, deficiente infraestructura, etc.

En definitiva, *la orientación hacia los cúmulos destaca el hecho de que la acción de gobierno influye en la competitividad en más aspectos de lo que suele creerse* (Porter, 1999: 259), pues dicho enfoque analítico permite destacar de una forma más clara las relaciones e intereses que se dan entre los diferentes sectores, agentes económicos, e incluso sociales, que se localizan en determinados territorios, por lo que se hace más fácil establecer las actuaciones más adecuadas para favorecer el desarrollo de los mismos. Así, en algunos lugares, los organismos públicos e instituciones que tienen relación con el mundo de la empresa han comenzado a organizarse en cúmulos locales, en detrimento de la agrupación por sectores, pues, tal y como recoge Porter (1999: 256), *los cúmulos ofrecen una nueva vía para que los gobiernos reúnan y organicen la información.*

Si las agrupaciones por ramas productivas o subsectores económicos pueden dificultar una visión más amplia y rica de la competencia que realmente tiene lugar en la economía, las agrupaciones por sectores económicos tradicionales -agrícola, minero, industrial, servicio, etc.- suponen agrupamientos económicos muy amplios, en los que la intervención pública se centra fundamentalmente en cuestiones de carácter económico general -impuestos, valor de la moneda, ineficiencia de la Administración, subvenciones, etc.-.

Por consiguiente, mientras que la política económica general ha estado diseñada fundamental-

mente por el nivel nacional -estatal¹⁸, con la mundialización de la economía estos centros de decisión están pasando a niveles supra-nacionales¹⁹. Si embargo, debe decirse que los gobiernos regionales, provinciales y locales también están adquiriendo una mayor importancia a la hora de decidir e incidir en el entorno económico de sus respectivos territorios. En este sentido, tal y como recoge Porter (1999: 260), *uno de los componentes esenciales de la política económica regional y local debería ser la consideración de los cúmulos, ya que, mientras que los gobiernos nacionales deben establecer unas normas mínimas que sirvan para asegurar el equilibrio macroeconómico del país, son los gobiernos de ámbito inferior los que deberían decidir sobre las inversiones públicas y es a este nivel donde se debe aplicar una política de cúmulos.*

Esta política de cúmulos comienza a aplicarse con la aparición de la teoría del desarrollo económico local²⁰, la cual parte de un modelo de desarrollo económico desde “abajo hacia arriba”, basado en el territorio, dándole, por tanto, más competencias a las administraciones públicas que se sitúan a un nivel inferior al estatal, en concreto a nivel local, comarcal y regional. A partir de este momento comienza a hablarse de la mesoeconomía²¹, concepto que viene a servir de nexo de unión entre la macroeconomía -comportamiento de los grandes agregados macro-económicos- y la microeconomía -comportamiento de determinados grupos de agentes económicos-. Por consiguiente, la política de cúmulo debería identificarse como una política mesoeconómica cuyo fin último es la mejora, el desarrollo, de un determinado territorio, el cual tiene en común el pertenecer a una misma realidad socioeconómica.

Apuntadas ya algunas de las principales peculiaridades de la política de cúmulos, en el siguiente apartado se hace una breve distinción entre ésta y la política sectorial.

4.2. política de cluster vs política sectorial

La política de cúmulos no debe confundirse con la política sectorial, pues ambas se apoyan en fundamentos intelectuales con consecuencias prácticas muy distintas en lo que se refiere a la intervención del gobierno en la economía. De esta forma, en el presente apartado intentamos identificar, de forma muy somera, algunas de las principales diferencias existentes entre estos dos tipos de políticas.

Así, por ejemplo, la política sectorial se fundamenta en la prosperidad y superioridad de unos sectores frente a otros, aplicándose diferentes medidas para fomentar aquellos sectores más prósperos, fundamentalmente, mediante subvenciones y suspensión de la competencia interna para inclinar, de esta forma, los resultados de la competencia a favor del país. Por tanto, *la concepción de la política sectorial parece obedecer a la idea de que la competencia internacional es un juego de suma cero en el cual hay un volumen invariable de demanda que atender y en el cual cada país tiene por objetivo atender una porción mayor de esa demanda* (Porter, 1999: 254)²².

Por el contrario, la teoría de los cúmulos se basa en una concepción de la competencia más amplia y dinámica, pues considera que las relaciones e interconexiones que se establecen entre las empresas e instituciones que se encuentran en un mismo cúmulo suelen ser más importantes para el crecimiento de la productividad que las que se dan en el interior de las empresas individuales.

A diferencia de lo que propone la política sectorial, para la política de cúmulos lo que importa no es en qué sector o sectores compite un país sino cómo lo hace, qué relaciones de apoyo, complementariedad y sinergias se dan entre ellos.

Por otro lado, mientras que la política sectorial pretende distorsionar la competencia a favor de una nación determinada, la teoría de los cúmulos se centra en eliminar las limitaciones a la productividad incidiendo en la mejora dinámica y no preocupándose exclusivamente de la cuota de mercado. *Esto da como resultado una concepción de la competencia como juego de suma positiva, concepción según la cual el comercio internacio-*

18. Ello ha provocado que la competencia tradicionalmente se haya analizado entre países.

19. En este sentido, cada vez están adquiriendo una mayor importancia los procesos de integración entre naciones, tales como la UE, el NAFTA, el MERCOSUR, etc.

20. Esta teoría surge en la década de los setenta motivada por las dos grandes crisis económicas internacionales que se viven en este período, las cuales hacen subir de forma significativa las tasas de paro e inflación de los países desarrollados.

21. A este concepto ya nos hemos referido en uno de los primeros apartados de la presente comunicación cuando se clasificaban las políticas económicas en políticas macroeconómicas, microeconómicas y mesoeconómicas.

22. El rigor estratégico de la política sectorial se vio incrementado por las aportaciones de la “teoría del comercio estratégico”, entre cuyos principales autores destacan Krugman (1986) y Tyson (1992) en Porter (1999).

17. Por consiguiente, todas estas medidas se corresponde con la política de cúmulo, es decir, con la forma en que el Gobierno debería intervenir en un cúmulo para desarrollarlo, con el fin último de hacerlo más competitivo para mejorar sus niveles de productividad y salarios.

nal y las mejoras de la productividad amplían el mercado y hacen posible la prosperidad de muchas naciones si éstas consiguen ser productivas e innovadores (Porter, 1999: 254). En el cuadro 1 recogemos, a modo de resumen, se recogen las principales diferencias existentes entre ambos tipos de políticas.

Por consiguiente, para concluir este epígrafe, podemos afirmar la importancia que tiene el territorio como agente socioeconómico sobre el que se aplica este tipo de política económica, pues su cultura, historia, características de los agentes sociales que lo integran, idiosincrasia, recursos locales, etc., van a influir de forma significativa en la competitividad de sus empresas y, por tanto, en los niveles y calidad de vida de sus habitantes. Por tanto, frente a la política sectorial que no tiene en cuenta el territorio, sus agentes y las relaciones que se establecen entre estos, la política de cúmulos lo coloca en el centro del análisis y de las actuaciones a implementar. No en vano, el territorio se configura como el marco de referencia sobre el que se aplica la política de cúmulos.

4.3. la política turística como una

política de clúster

En el presente apartado, como resumen a lo comentado en apartados anteriores, se argumenta sobre la necesidad de caracterizar a la política turística, no como una política sectorial vertical²³ -enfoque de oferta-, ni como una política sectorial de corte horizontal²⁴ -enfoque de demanda-, sino como una política de cúmulos que tiene como centro de análisis y, consecuentemente, de actuación al territorio como realidad socioeconómica sobre el que intervenir²⁵. Entre las principales razones que sitúan a la política turística como una política de cúmulos podemos destacar:

- En la actividad turística intervienen una gran variedad de sectores productivos -alojamientos, transportes, vigilancia, limpieza, actividades de ocio, agencias de viajes, etc- que, aunque son muy heterogéneos, mantienen importantes relaciones de complementariedad.
- En el desarrollo turístico de los destinos no sólo intervienen las empresas sino también las administraciones públicas, las infraestructuras y la población local, los cuales deben cooperar en interrelacionarse para aumentar la compe-

titividad de los destinos turísticos.

- Aunque en el desarrollo de los destinos turísticos inciden todos los niveles de la administración pública nacional -estatal, regional, comarcal y local-, el nivel más idóneo para aplicar una política de desarrollo turístico es el nivel comarcal y/o local²⁶, pues es en este nivel donde se produce la experiencia turística. Y, tal y como hemos comentado anteriormente, también es en este nivel en el que se aplica la política de cúmulos.
- En los destinos turísticos existen unos bienes públicos y cuasipúblicos -infraestructuras, recursos naturales y socioculturales, información sobre la demanda, seguridad, limpieza, etc.- que sólo pueden disfrutar las empresas que se sitúan dentro del cluster o destino turístico, por lo que la administración pública tenderá a fomentar este tipo de bienes para incrementar la competitividad del cúmulo -destino turístico-.
- Si consideramos al producto turístico como la experiencia del turista en el destino visitado -enfoque de demanda-, puede decirse que el fomento de la cooperación entre todos los agentes que ofertan los diferentes componentes de esa experiencia -alojamiento, actividades de ocio, seguridad del turista, información, transporte, etc.- se antoja como una política imprescindible para aumentar la competitividad de los destinos turísticos.
- En el desarrollo de los destinos turísticos, tal y como se expone en Vera Rebollo (coord.) (1997), el territorio se convierta tanto en soporte de desarrollo de la actividad turística como en argumento de la misma, tal y como ocurre, según hemos ido comentado a lo largo de esta comunicación, a la hora de aplicar la política de desarrollo de cualquier cúmulo, cluster o sistema productivo local. En este sentido, el territorio se constituye en el marco de referencia sobre el que basar toda política de cúmulo y, como no, toda política turística.

5. conclusión

En la presente comunicación hemos pretendido caracterizar la política turística como parte de la política económica general, pues consideramos que son aún muy escasos los trabajos teóricos relacionados con la política turística, encontrándose ésta en los primeros estadios de su desarrollo.

Para ello hemos partido de un somero análisis de los diferentes enfoques sobre los que se elabora la teoría económica del turismo, pues estos son la base para caracterizar posteriormente a la política turística, ya que no hay que olvidar que la política se presenta como el nexo de unión entre la teoría y la práctica.

Así pues, en primer lugar se ha expuesto de forma somera los principales fundamentos sobre los que se construye la Teoría Económica del Turismo desde un enfoque de demanda²⁷ para, posteriormente, caracterizar a la política turística, según este enfoque, como una política sectorial compleja y singular, de carácter horizontal.

Posteriormente se ha presentado, también de forma muy resumida, los principales fundamentos sobre los que basa la Teoría Económica del Turismo desde un enfoque de oferta para, en función de ello, caracterizar a la política turística como una política sectorial de corte vertical, al igual que las restantes políticas sectoriales -agrarias, minera, industriales, etc.-.

Por último, se ha expuesto la Teoría Económica del Turismo siguiendo el enfoque de la teoría de los cúmulos, clusters o sistemas productivos locales. A partir de ello, se ha caracterizado a la política de desarrollo de destinos turísticos como una política turística de cúmulos para diferenciarla de los conceptos de política turística a la que llegamos si seguimos algunos de los dos enfoques teóricos anteriores -enfoque de demanda y de oferta-.

En definitiva, la presente comunicación no ha pretendido ser más que una reflexión teórica sobre la verdadera ubicación de la política turística como parte de la política económica general, de forma que con ella se contribuya a animar el

Cuadro 1. Política sectorial vs política de cúmulos.

CARACTERÍSTICAS	POLÍTICA SECTORIAL	POLÍTICA DE CLUSTERS
Agentes sobre los que recae	Conjunto de empresas que producen outputs homogéneos	Conjunto de empresas, instituciones y agentes sociales interconectados que conforman una unidad socioterritorial homogénea
Objetivo principal	Maximizar la cuota de mercado de ese grupo de empresas homogéneas.	Aumentar los niveles de productividad y salarios de unidades territoriales homogéneas.
Nivel principal de actuación	Supranacional, nacional	Regional, comarcal, local
Finalidad de las actuaciones	Distorsionar la competencia en favor de ciertos sectores de una nación para que ganen cuota de mercado.	Eliminar las distorsiones a la productividad de los clusters localizados en un determinado territorio.
Evolución de los mercados	Constante (juego de suma cero)	Ampliación de mercados
Importaciones	Bloqueo	Apertura
Tipología	Política vertical (microeconómica)	Política con características de horizontalidad y verticalidad (mesoeconómica)

Fuente: elaboración propia (2005).

23. Pues debe de considerar un amplio y heterogéneo número de sectores económicos.

24. Pues no incide sobre todo el sistema económico de un país, ya que tiene una serie de objetivos propios claramente delimitados.

25. En este caso -política turística de cúmulo- el territorio estaría conformado por el destino turístico que se quiere desarrollar y, por tanto, sobre el que es necesario aplicar una adecuada política turística.

26. Prueba de ello la tenemos cuando observamos, por ejemplo, cómo los distintos planes estratégicos nacionales -FUTURES I, FUTURES II y PICTE- cada vez han ido dando una mayor importancia al nivel local, reforzando la participación de los entes locales, a través de la Federación Española de Municipios y Provincias, en órganos como el Consejo Promotor del Turismo.

27. Esta Teoría es aceptada por la mayor parte de expertos científicos del turismo.

debate científico sobre esta realidad del conocimiento científico del turismo, aún en sus primeras fases de desarrollo.

6. bibliografía

- AGULÓ, E. (1998): “Política turística”, en Mella, J.M. (coord.): *Economía y política regional en España ante la Europa del Siglo XXI*, AKAL Ediciones, Madrid, p.p. 445-460.
- AGUILÓ, E. (1996): “Factores de cambio en el turismo. Políticas a desarrollar”, en Vadés, L. y Ruiz, A. (coord.): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*, Servicios de publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo, p.p. 21-40.
- AGUILÓ, E. (1994): “Estrategia competitiva en el sector turístico: Propos de política turística”, en AA.VV.: *El desenvolupament turístic a la Mediterrània durant el segle XX*, XIII Jornades d'Estudis Històrics Locals, Institut d'Estudis Baleàrics Balear.
- BOTE, V. Et al. (1996): “Política turística”, en Pedreño.
- BRAVO, S. Et al: (2003): “Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española”, *Boletín Económico del Banco de España*, septiembre 2003, 73-86.
- BORDÁS, E. (1999): “Hacia la competitividad de la empresa turística” en *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Centro de Estudios Ramón.
- Muñoz, A. (dir): *Introducción a la economía del turismo en España*. Civitas, Madrid, p.p. 295-326.
- CALS, J. (1974): *Turismo y política turística en España: una aproximación*. Ariel, Barcelona.
- CAMISÓN, C. (1998): *Dirección estratégica de empresas y destinos turísticos balance del estado de la cuestión y propuesta de un marco integrador orientado a la competitividad*. VIII Congreso Nacional de ACEDE, Empresa y Economía Industrial, Libro de Ponencias, Las Palmas de Gran Canaria.
- CANALS, J. (1991): *Competitividad internacional y estrategia de la empresa*, Ariel, Barcelona.
- CARÚS, L. (2002): *Análisis estratégico comparado de la ubicaciones de recreo de alta montaña. Alpes, Rocosas y Pirineu Lleidatà*, Universidad de Lérida y Patronato de Turismo de la Diputación de Lérida, Lérida.
- CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE (1999): Ley 12/1999 de 15 de diciembre, del turismo.
- COSTA, M.T. (1988): “Descentramiento productivo y difusión industrial. El modelo de especialización flexible”, *Papeles de Economía Española*, nº 35, 251-276.
- CUADRADO, J.R. (coord.) et al. (1995): *Introducción a la política económica*, McGraw-Hill, Madrid.
- GOOROOCHURN, N. et al. (2003): *Competitiveness indicators in the travel and tourism industry*. Christel DeHaan, Tourism&Travel Research Institute, Nottingham University Business School, Inglaterra.
- DWYER, L. et al. (2002): *Destination competitiveness: a models and determinants*.
- ESTEVE, R. (1991): *Un nuevo modelo turístico para España*, Universidad de Málaga, Málaga.
- FAYOS-SOLÁ, E. (1993): “El turismo como sector industrial: la nueva política de competitividad”, en *Economía Industrial*, nº 292, 163-172.
- FIGUEROLA, M. (2004): “La organización técnica y administrativa de la política económica del turismo. Especial referencia al caso español”, en *Quaderns de Política Económica*, Vol. 7, May.-Ag. 2004, 9-33.
- FIGUEROLA, M. (1984): “Instrumentos de política económica aplicados al turismo”. *Situación*, nº 1.
- FIGUEROLA, M. (1980): “Política de turismo”, en Gámir, L. (coord.): *Política económica de España*, Tomo 2, Alianza Universidad, Madrid, 895-926.
- Hawkins (1993): *Global assessment of tourism policy: a process model*, Tourism Research, 177-200.
- JORDÁN, J.M. et al. (1995): *Política económica*, Tirant lo Blanch, Valencia.
- MARSHALL, A. (1890): *Principles of Economics*, MacMillan, Londres. Se ha utilizado la versión española (1963): *Principios de Economía*, Aguilar, Madrid.
- MARTÍNEZ, M^a C. (2004): “La capacidad innovadora de las redes de desarrollo regional: el valor añadido de la colaboración, la competitividad y la difusión del conocimiento”, *Información Comercial Española*, nº 812, 55-69.
- MONFORT, V. (2000): “La política turística: una aproximación”. *Cuadernos de Turismo*, nº 6, 7-27.
- MONFORT, V. (1999): *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia.
- MIRABELL, O. (1999): “Visión estratégica de las organizaciones virtuales en el turismo. Aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas”, *Estudios Turísticos*, nº 142, 73-84.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1990a): “Un sector productivo: el sector turístico”, *Papers de Turisme*, nº 3, 6-17.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1990b): “Turoperadores y producción de turismo”, *Revista de Estudios Turísticos*, nº 108, 91-121.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1992): *Crítica a la economía del turismo: enfoque de oferta versus enfoque de demanda*, Tesis Doctoral, Departamento de Economía Aplicada III, Universidad Complutense, Madrid.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2003): *El turismo explicado con claridad*. Libros en Red, Montevideo, Uruguay. www.librosenred.com.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2004): “Los modelos económicos del turismo”, *Contribuciones a la Economía*. Texto completo en www.eumed.net/ce/.
- NÁCHER, J. (1999): “Competitividad y política turística. Un enfoque territorial e institucional para el caso de España”. *Boletín Económico de ICE*, nº 2610, 25-34.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2001): *Cooperación entre sectores públicos y sector privado*. OMT. Madrid.
- PERLES, J.F. (2004): *Turismo, ventaja competitiva y desarrollo local*, Tesis Doctoral, Universidad de Alicante, septiembre, 2004.
- PORTER, M.E. (1999): *Ser competitivos. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Deusto. Bilbao.
- PORTER, M.E. (1991): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza & Janes, Barcelona.
- PULIDO, J.I. (2004a): “Introducción. Referencias básicas para el análisis de la política turística en España”, en *Quaderns de Política Económica*, Vol. 7, May.-Ag. 2004, 1-8.
- PULIDO, J.I. (2004b): “El medioambiente en la política turística española”, en *Quaderns de Política Económica*, Vol. 7, May.-Ag. 2004, 93-114.
- RITCHIE, J.R.B. y CROUCH, G.I. (2004): *The competitive destination. A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing, Oxon, Reino Unido.
- RODRÍGUEZ, M.M. (2000): *Competitividad y análisis estratégico del sector turístico: una primera aproximación a la potencial creación de un cluster instituciones para la mejora competitiva de la zona Rías Bajas*. Universidad de Vigo, Vigo.
- RODRÍGUEZ, M.M et al. (2001): “Los recursos compartidos como fuente de ventajas competitivas en los clusters empresariales: el conocimiento interorganizacional”, *Actas de las XI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, Volumen VI, Cáceres, 350-357.
- RODRÍGUEZ, M.M. et al. (2003): “Competitividad y análisis estratégico del sector turístico en Galicia: consideraciones para la mejora competitiva”, *Revista Galega de Economía*, vol 12, nº 1, 1-22.
- SANCHO, A. (dir.) (1998): “Competitividad en el turismo” en *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo. Madrid.
- SWAN, G.M.P. et al. (1998): *The dynamics of Industrial Clustering*. Oxford, University Press.
- TORRES, E. (1985): “La construcción de una política turística para Andalucía”. *ICE*, marzo 1985, 109-117.
- TORRES E. (1976): *La política económica del turismo en España*, Tesis Doctoral, Universidad de Málaga.
- VALDÉS, L. (2004): “La política turística de la Unión Europea”, en *Quaderns de Política Económica*, Vol. 7, May.-Ag. 2004, 114-134.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1993): *Política económica local*, Madrid, Pirámide.
- VERA REBOLLO, J.F. (coor.) (1997): *Análisis territorial del turismo*. Ariel Geografía. Barcelona.