

## LA CONSOLIDACIÓN DE ESPAÑA COMO POTENCIA TURÍSTICA ENTRE 1986 Y 1995: GRANDES EVENTOS Y ÉXITO EUROPEO

Rafael Vallejo Pousada\*

**Resumen:** La crisis económica abierta a finales de 1973 a nivel internacional provocó la primera crisis seria en el turismo de la España desarrollista del franquismo, convertida ya en potencia turística. En la etapa crítica de 1975-1985, pese a las oscilaciones, el turismo hizo aportaciones significativas a la economía española. Formaba parte sustancial del sistema económico español y se demostró que había venido para quedarse, pese a las dudas planteadas. En la fase de expansión, a partir de 1986, España se consolidó como potencia turística internacional: el turismo fortaleció sus aportes macroeconómicos y una nueva crisis coyuntural, entre 1993-1995 no empañó esa trayectoria. Este artículo trata de explicar esa trayectoria, atendiendo a varios aspectos: la contextualización del éxito español de esta etapa; los indicadores del turismo en estos años, la demanda -extranjera y nacional- y la oferta, los cambios en las empresas turísticas y la política turística.

**Palabras clave:** Crisis, transformación económica, desarrollo turístico, apertura internacional, política turística.

**Abstract:** The international economic crisis of 1973 generated the first serious crisis of Spain's already worldwide tourism under Franco regime development. Even though a period of critical oscillations between 1975 and 1985, tourism significantly contributed to the Spanish economy. Thus, confirming itself as one of the key sectors of the national economic system, despite initial hesitation. Furthermore, during the expansion phase of 1986 onwards Spain confirmed itself as a tourism world-prime actor while increasing its macroeconomic results although the ongoing crisis of 1993-1995. This article aims to explain this evolution and contextualization of Spain's success focusing on the key indicators, the demand and, finally, the changes experienced by the tourism companies and institutions.

**Key words:** Crisis, economic transformation, tourism development, international opening, tourist policy.

### I. INTRODUCCIÓN: CRISIS Y QUIEBRAS TURÍSTICAS EN 1974-1975 Y APORTACIÓN MACROECONÓMICA SIGNIFICATIVA DEL TURISMO ENTRE 1975 Y 1985

A finales de 1973 se inicia una etapa crítica para la economía mundial. La desencadenó la extraordinaria subida del precio del petróleo provocada por los países de la OPEP con motivo de la guerra de Yom Kipur árabe-israelí. El primer shock petro-

lífero trastocó el sistema productivo de los países consumidores y dependientes de los derivados del petróleo. Aumentaron los costes, se disparó la inflación, aumentó el paro, cayó la inversión. El transporte y los viajes se vieron seriamente afectados.

El turismo mundial experimentó muy directamente los efectos del shock energético. Los resultados de las empresas aéreas, regulares o chárter, que vivieron un extraordinario proceso expansivo en los años previos, sufrieron un súbito deterioro. Varias de

\* Catedrático de Historia Económica. Universidad de Vigo. vallejo@uvigo.es. Este trabajo se benefició de la financiación de la Xunta de Galicia, ref. ED431B 2019/34.

ellas quebraron. Otro tanto sucedió con los grandes operadores turísticos que movían, en el mercado internacional, viajeros con paquetes turísticos integrales. La competencia entre ellos les había llevado a trabajar con márgenes de beneficios por viajero muy reducidos. Las ganancias procedían de la suma de “los muchos pocos”. Con la bajada de precios, también bajó el poder adquisitivo de los turistas de estos viajes masivos todo incluido.

El recorte de los márgenes se traducía, a su vez, en fijar precios muy ajustados a la hotelería que les prestaba servicios en los destinos. En el caso español, en los enclaves turísticos más exitosos, muchos establecimientos estaban atrapados porque constituían en cierto modo un mercado cautivo (vía créditos o suministro de clientes) de aquellos turoperadores británicos, alemanes o escandinavos. El proceso se había acrecentado en los primeros años setenta. Con él, el malestar de los implicados, que no tenían mucho margen de actuación. La oferta de alojamiento (hotelera y extra-hotelera) crecía por encima de la demanda al calor del nuevo boom turístico de 1970-1973. Los establecimientos ya asentados se vieron obligados a recortar prestaciones a los clientes. Las instalaciones se deterioraron, al igual que los entornos en que el turismo se desarrollaba, con los impactos de la congestión, los ruidos, los problemas de agua, de equipamientos colectivos. Problemas de madurez de un destino exitoso con notable concentración en un segmento, el turismo vacacional de sol y playa.

La repentina crisis, con la reducción de los viajes, cogió a contrapié a todos los ope-

radores turísticos. Las empresas navieras dedicadas al tráfico de pasaje, como Ybarra, Aznar o Trasatlántica tuvieron que desprenderse de barcos y líneas hasta la práctica paralización; sólo la Transmediterránea pudo capear el temporal, con sus transportes de turistas a las Canarias y Baleares (1). Algunos mayoristas, o las líneas aéreas que les servían, quebraron. Muchos de sus clientes quedaron abandonados en los destinos. Un número importante de hoteleros no cobraron sus servicios. Un caso llamativo fue el de la británica Court Line (1974), que le afectó a España, donde dejó 165 millones de pesetas impagadas; aunque no fue el único: Falke Reiser, dejó 10 millones; Apal Travel, 14 millones y Separtours, 2,7 millones. El estallido de la crisis turístico-inmobiliaria se llevó por delante también a Sofico Servicios Turísticos S.A. en 1975. Fue otro escándalo, que afectó a muchos pequeños ahorradores e inversionistas. Eran los primeros –y fuertes– compases de una crisis de calado, que en el caso español coincidió con una crisis múltiple y prolongada: la crisis terminal del régimen de Franco; las incertidumbres generadas por la transición a la democracia, con episodios de terrorismo y violencia desestabilizadora de la extrema derecha y de ETA; y, la crisis económica general, que afectó a la industria, al sector exterior, al sector financiero y al mundo del trabajo, con tasas de paro y de inflación de dos dígitos. Hasta 1984-1985 no se salió abiertamente de ella.

En medio de las convulsiones y dificultades de la segunda mitad de los setenta y los primeros años ochenta, el turismo, pese a su debilitamiento respecto a la etapa del desarrollismo (1959-1973) (2), proporcionó

**Cuadro 1**  
**Ingresos por turismo receptivo en la Balanza de pagos, 1950-1999**

	Ingresos turísticos/ Déficit comercial (%)	Saldo turístico/ Déficit comercial (%)	Ingresos turísticos/ Importaciones (%)	% Ingresos turísticos/ Exportaciones (%)	% Ingresos turísticos/ Ingresos servicios (%)	% Ingresos turísticos/ Balanza servicios (%)	Ingresos turísticos/ Pagos turísticos	Ingresos por turismo/ PIB (%)
1950-1959	42,0	39,6	14,6	22,3	73,0	195,2	17,5	1,0
1960-1973	87,1	78,9	38,9	70,1	83,8	112,9	10,7	4,7
1974-1999	108,9	89,8	24,3	31,2	66,4	128,1	5,7	4,5
1974-1985	92,7	80,7	25,5	35,2	70,7	101,3	7,7	4,0
1986-1995	95,8	77,2	25,0	33,8	69,6	131,7	5,1	4,7
1996-1999	145,6	120,7	22,9	27,2	61,1	139,0	5,9	5,4

FUENTE: Ver Apéndice 1.

un notable aporte a la economía española de estos años. Esta va a ser una de las constantes en las relaciones turismo-economía hasta la actualidad. Las estimaciones efectuadas por Manuel Figuerola (1999), Ángel Alcaide o la Secretaría General de Turismo la sitúan, entre 1974 y 1982, entre el 8,3% y el 9,6% del PIB, y las del Libro Blanco del Turismo (1990), en el 9,3% en 1985 (3). Se trata de aportes notables, inferiores (en 1 o 2 puntos porcentuales del PIB) a las que se producían a principios del siglo XXI. Las contribuciones al empleo fueron igualmente significativas. Se han estimado, para 1974, en 1,06 millones los ocupados en las actividades turísticas, y 1,16 millones en 1985, de los cuales un 60% vendrían a ser empleos en ramas de actividad directamente turísticas. A su vez, las divisas por turismo receptivo representaron el 4% del PIB para este período de 1974-1985, con un mínimo del 3,1% en 1976 y máximos en 1984 y 1985 del 5,4%. En suma, entre 1975 y 1985 el turis-

mo español, pese a las dificultades, se consolidaba como sector significativo del sistema económico español (cuadro 1; Apéndice 1). España se mantuvo en estos años, y en los siguientes, entre las cuatro naciones más turísticas del mundo, por ingresos y turistas.

## II. UN NUEVO PERÍODO EN LA HISTORIA ESPAÑOLA, 1986-1995

El año 1986 abre un nuevo período en la historia española. La firma de la adhesión al tratado de la Comunidad Europea, en junio de 1985, borró definitivamente los Pirineos para España. La incorporación efectiva a la CE el 1 de enero de 1986 supondrá una mayor presencia en Europa y la plena aceptación del país en la escena internacional. El ciclo europeo inicia también una trayectoria de éxito para el país. Este éxito está coronado con reconocimientos diversos. En 1986, el Comité Olímpico, presidido por José Antonio Samaranch, se decantó por Barcelo-

na como sede de los juegos olímpicos para 1992. En 1989, Enrique Barón se convirtió en el primer político español elegido presidente del Parlamento europeo (1989-1992). En 1989, Camilo José Cela ganó el premio Nobel de literatura. En 1992 se celebraron con brillantez la Exposición Universal de Sevilla, las Olimpiadas de Barcelona y, más discretamente, la Capitalidad Europea de la Cultura en Madrid, que dieron proyección mundial a la imagen más moderna del país. España estuvo de forma casi permanente en los medios de comunicación internacionales.

Las conmemoraciones de 1992 marcaron un punto de inflexión para la psicología colectiva nacional. Ya no era una nación menor, con el complejo de inferioridad, de la diferencia, incubado durante el franquismo. La autoestima salió fortalecida. Al igual que la imagen exterior del país. Las fuerzas armadas españolas participaron en misiones bajo el mandato de la ONU en Bosnia y en las operaciones de apoyo en la guerra de Irak (1991). En 1995, Javier Solana fue elegido secretario general de la OTAN. En 1998, el país fue uno de los miembros de la UE que cumplieron los requisitos para entrar en la Unión monetaria del Euro. Todo esto permite hablar retrospectivamente de España como “un éxito europeo” (4) en los compases finales del siglo XX.

Estos logros tuvieron su reflejo igualmente en el ámbito más estricto del turismo y de la percepción del país. Es más, el turismo sirvió mucho a la imagen de esa España modernizada o en vías de “modernización” acelerada, mediada la década de los 80. Un estudio efectuado en la fundación Ortega y

Gasset en 1995 sostenía que el turismo había sido uno de los elementos fundamentales en la mejora de la imagen exterior española. Más de la mitad de los británicos, franceses, alemanes e italianos había estado alguna vez en España y la visitaba con frecuencia, según revelaba el trabajo de campo. Por tanto, España inspiraba confianza y los ciudadanos europeos la percibían con la familiaridad de un país grande (5). La integración y la normalización en Europa, la modernización efectiva de sus equipamientos y los eventos del 92 proyectaban, para los que ya habían estado en España con motivo turístico, un destino capaz de ofrecer algo más que sol, playas y veraneo.

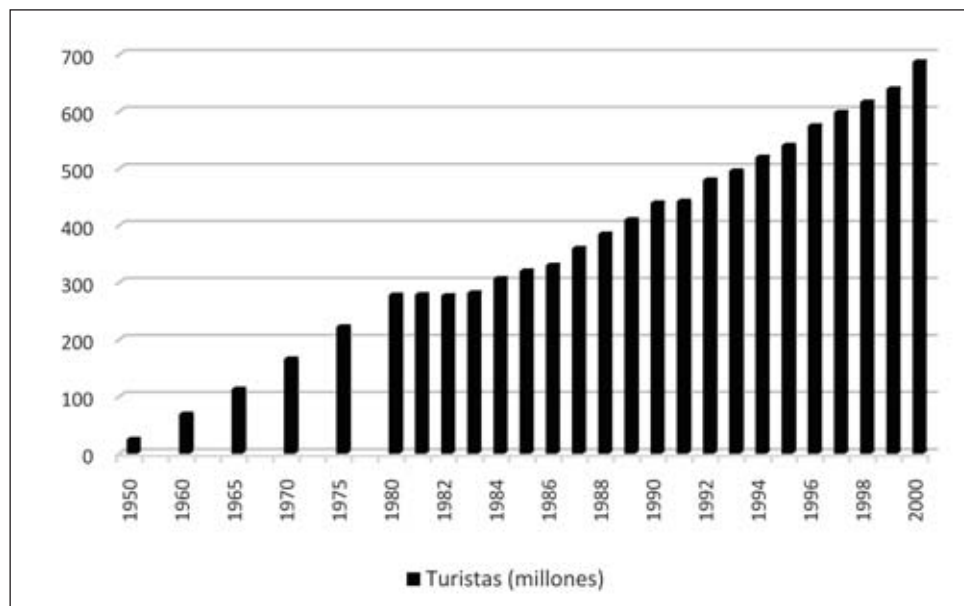
El período 1985-1995 lo fue también de grandes cambios geopolíticos en Europa y a nivel mundial: la integración alemana (1989), el hundimiento de la URSS (1991), la vuelta de una guerra a suelo europeo en Yugoslavia (1991-1995) y la creación de la Unión Europea, económica y monetaria (desde 1991) modelaron al menos a corto plazo un nuevo mundo, menos bipolar, de mayor hegemonía estadounidense. Son años también de terrorismo y guerra internacional, con un Oriente Medio convulsionado por la Guerra de Irak (1990-1991) y un África que se desangró en 1994 en Ruanda con 800.000 tutsis y hutus moderados asesinados por milicias gubernamentales ante la indiferencia internacional. Avanzó la liberalización del comercio mundial, avanzaron las integraciones regionales, la movilidad internacional de personas se aceleró con la política de cielos abiertos para el transporte aéreo (en Europa desde 1987), y las nuevas tecnologías de la comunicación revolucionaron la globalización del conocimiento, de

las finanzas, del comercio y de los viajes. 1995 fue un año clave en la historia comercial de Internet. Nacieron empresas de la entidad de Amazon, Ebay, Lycos y Yahoo.

Con Internet cantidades ingentes de información recorrerán el planeta en cuestión de segundos, convirtiéndolo en una aldea global. El mundo de los viajes y los negocios del turismo empezaron a notar los efectos de esta aceleración del cambio tecnológico. Entre 1985 y 1995 el turismo internacional casi se duplicó, desde los 320 a los 540 millones de viajeros (gráfico 1). El turismo entrará, en el tránsito del siglo XX al XXI, en un nuevo paradigma, el del *e-turismo*, a cuyos primeros compases asisti-

mos en el período que aquí nos ocupa. También participó de una mayor sensibilidad medioambiental. La Cumbre de la Tierra, en la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo, aprobó el 14 de junio de 1992 el denominada Programa 21. Se trataba de un plan de acción para proteger el futuro sostenible del planeta, identificando los problemas de medio ambiente y desarrollo que amenazan provocar una catástrofe ecológica y económica. La Agenda 21 surgida de esta Cumbre era un plan de actuación para los viajes y el turismo, “la mayor industria del mundo”, con objeto de proteger los recursos naturales y culturales que sirven de soporte a las actividades turísticas. Este objetivo estratégico

**Gráfico 1**  
**Turistas internacionales, 1950-2010 (en millones)**



FUENTE: *Tourism Market Trends, 2006 Edition y Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2014*.  
Elaboración propia.

había de implicar a gobiernos y a todos los sectores de esta industria a fin de explotar el potencial del turismo y asegurar su futuro a largo plazo. De la mano de esta preocupación medioambiental y de las tecnologías de la información se entró en una “Nueva Era del Turismo”, superadora en varios aspectos de la Era Fordiana del Turismo (6). Las políticas turísticas, la española incluida, se harán cada vez más eco de estas realidades.

El turismo hacia España y, sobre todo, el turismo de los españoles en España y hacia el extranjero (que creció durante estos años) estuvieron influidos por el ciclo económico interno. La recuperación económica desde 1984-1985 recortó sustancialmente las tasas de paro, mejoró la renta disponible y permitió la expansión del consumo, incluido el consumo turístico. Pero la fase expansiva se deterioró a partir de 1992 con una crisis económica en la que remontó nuevamente el desempleo y las posibilidades de los españoles de viajar se resintieron hasta 1996-1997. No se dejó de viajar, pero el turismo extranjero se mostró en general más dinámico que el interno. Globalmente, el período fue sin embargo muy positivo para el turismo y sus aportaciones al conjunto de la economía española.

### III. LOS INDICADORES DEL TURISMO ENTRE 1986 Y 1995

El turismo receptivo español vivió durante desde 1986 a 1995 una época de bonanza, en un escenario internacional de grandes cambios e incertidumbres, bonanza turística que continuó desde 1996 hasta 2001, marcando una fase de boom turístico

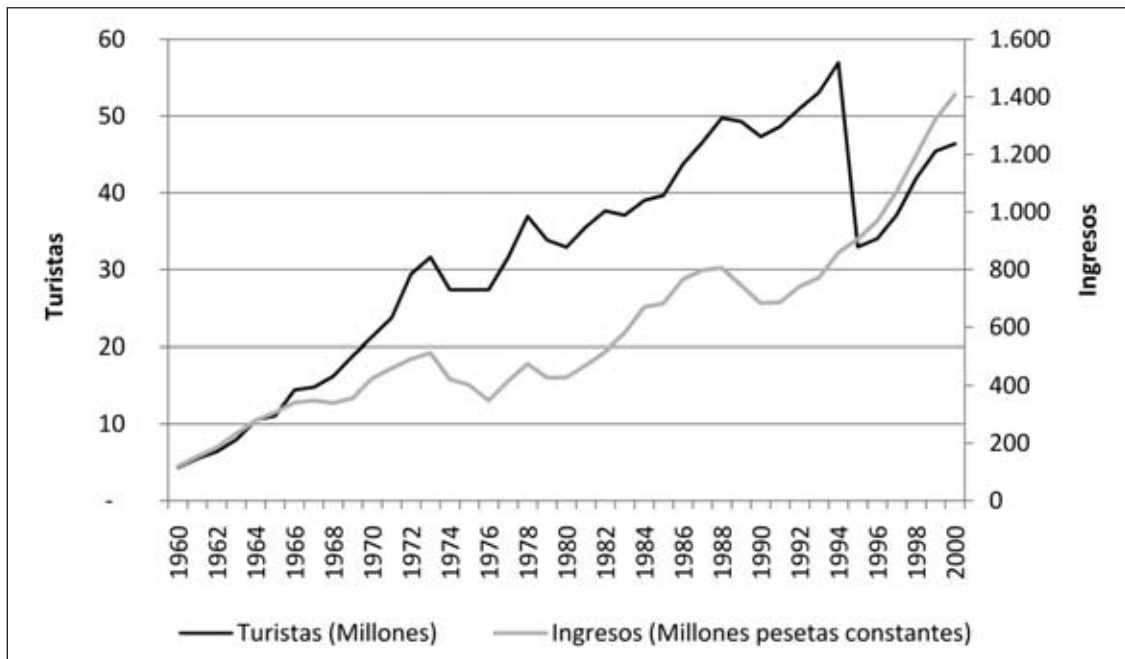
co y reafirmación de la solidez de España como potencia turística.

Si atendemos a las entradas de turistas y a los ingresos por turismo extranjero, en 1986-1995 constatamos tres fases: dos expansivas, 1986-1988 y 1991-1994; y otra de retroceso, 1989-1990. A su vez, 1995 fue un mal año turístico en cuanto a las entradas de extranjeros aunque bueno por ingresos (gráfico 2).

La primera ola expansiva es continuadora de la iniciada en 1981. En 1985 habían llegado al país 39,7 millones de turistas extranjeros; en 1988 se alcanzó un primer techo con 49,8 millones turistas, tras crecer año a año. Ese máximo no se volvió a superar hasta 1992 (51 millones). En 1981, los turistas llegados al país suponían el 94% de la población española; en 1992, el 132%. En 1989 y 1990 las cifras de turistas retrocedieron, al igual que lo hicieron los ingresos turísticos, en pesetas constantes (gráfico 2). Los viajes internacionales se vieron negativamente afectados por el impacto psicológico del atentado que derribó sobre Lockerbie (Escocia) un avión de la compañía Pan Am, con 251 ocupantes, el 22 de diciembre de 1988. La invasión de Kuwait por parte de Sadam Husein el 2 de agosto de 1990 y la subsiguiente Guerra del Golfo (agosto 1990-febrero 1991) también retrajeron el turismo internacional y, con ello, el turismo hacia España.

A partir de 1991 las cifras volvieron a remontar, de modo que en 1994 se alcanzaría un nuevo techo de llegadas, con unos 57 millones de turistas (7). 1995 es un año difícil de evaluar, debido al cambio de metodolo-

**Gráfico 2**  
**Turistas e ingresos por turismo (en pesetas constantes), 1960-2000**



FUENTE: Turistas e ingresos: Tena (2005). Deflactor (IPC): INE, 2015.

gía en la contabilización de los “turistas”, al empezar el sistema Frontur, que impide hacer una comparación homogénea con los años previos. Las cifras homogéneas de visitantes disponibles para 1993 (57,3 millones), 1994 (61,4 millones) y 1995 (63,3 millones) revelan que estos aumentaron, como lo hicieron los ingresos reales por turismo.

Uno de los factores que repercutieron en la mayor afluencia de extranjeros en 1992-1994 fue la devaluación de la peseta, en 1992 y 1993. En 1992-1993 también influyeron los conflictos en países con mercados turísticos tradicionalmente competidores de España, en oriente próximo, el norte

de África o en la ex Yugoslavia, cuya guerra civil desde octubre de 1991 destruyó miles de vidas y asoló enclaves turísticos como Dubrovnik, “la perla del Adriático”, declarada Patrimonio de la Humanidad. Devaluación y guerras hicieron que, en un año de aguda crisis económica para España como 1993, las divisas turísticas tuvieran una repercusión muy favorable en el déficit de la balanza de pagos por cuenta corriente (Apéndice 1).

Los ingresos por turismo receptor en pesetas constantes crecieron en 1986-1988; retrocedieron en 1989-1990 y volvieron a crecer en 1991-1995, con tasas elevadas

en 1992 (8%), 1993 (4,1%), 1994 (11,4%) y 1995 (5,4%). Este nueve ciclo de crecimiento tuvo una continuidad extraordinaria en 1996-2001 (gráfico 2). Entre 1987-1991, los ingresos por turismo receptivo (en pesetas constantes) crecieron a tasas inferiores al PIB real. Pero desde 1992, el turismo se comportó mejor que el resto de la economía. Lo hizo así hasta 2001. Este dinamismo del turismo en general, y del receptivo en particular, permite hablar de un “segundo boom turístico español” (8), asimilándolo al de los años sesenta y primeros setenta. La fortaleza del turismo extranjero durante los años noventa, en comparación con buena parte de los sectores económicos tradicionales, revela que el turismo había venido a España para quedarse, mostrándose como uno de los baluartes de su economía. Las divisas por turismo receptivo aportaron, durante este período 1986-1995, una media del 4,7% del PIB. A su vez, la participación del conjunto de las actividades turísticas en el PIB español pasaron del 9,3% en 1985 al 9,6% de 1986; luego retrocedió casi dos puntos, hasta un 7,9% en 1991, para remontar hasta el 10% de 1994 y en 1995 al 10,3% (4,8 turismo receptivo, y 5,5 “otros componentes”). En 1989, las actividades turísticas originaban 1,4 millones de empleos, un 11,2% de la población ocupada, el 60% del cual lo era en actividades directamente turísticas, en tanto que en 1992, los empleos turísticos fueron 1,02 millones, de los que el 62% serían directos (9).

Las cifras de la balanza de pagos española indican que las divisas turísticas continuaron ejerciendo, durante 1986-1995, un papel relevante en el equilibrio externo de la

economía española. En este período, dichas divisas compensaron hasta el 95,8% del déficit comercial, compensación mayor que en 1974-1985, y representaron un 34% del valor de las exportaciones de bienes (cuadro 1).

El saldo turístico de la balanza de pagos tendió, no obstante, a recortarse por la mayor propensión de los españoles a viajar al extranjero. La ratio entre divisas ingresadas por turismo receptivo y las pagadas por turismo emisor fue de 7,7 en 1974-1985, y en 1986-1995 de 5,1, la más baja del siglo XX, esto es, por cada 5 unidades monetarias ingresadas gastábamos 1 con nuestras actividades turísticas en el exterior (cuadro 1). Iniciado el siglo XXI, esta tendencia continúa, sin que constituyera en ese momento una amenaza para la fortaleza o liderazgo turístico español y para las contribuciones del turismo extranjero al resto de la economía.

La participación en la cuota mundial y de ingresos durante este período también revela la fortaleza de España, su consolidación como potencia turística. La cuota de turistas cayó del 12,5% en 1974-1985 al 10,5% en 1986-1995. La cuota por ingresos de turismo receptivo, por el contrario, se mantuvo prácticamente igual; pasó del 7,1% al 6,9%, que es la misma que se mantuvo en 1996-2004. España figuró durante todo este período entre el tercer y cuarto puesto mundial por turistas extranjeros e ingresos turísticos, compartiendo liderazgo con EE.UU., Francia, e Italia, ocupando, no obstante, la posición primera en turismo vacacional.



#### **IV. LA DEMANDA EXTERNA E INTERNA**

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística referentes a 1986-1993, el ranking de extranjeros provistos de pasaporte o tarjeta de identidad para estancias de más de veinticuatro horas (turistas en sentido estricto), lo encabezaron los franceses con un 24,2% del total, seguido de los portugueses (20,6%), los alemanes (14,6%) y los británicos (14%) (11), que afianzan su presencia en el turismo receptivo español. Destacaron en el uso turístico de la hotelería: alemanes y británicos generaron, respectivamente, el 22% y 21%, de las pernoctaciones hoteleras, en tanto que los franceses efectuaron alrededor del 12% de las estancias en los hoteles, seguidos de los italianos (sobre un 8%), los procedentes del Benelux (un 7%) y los escandinavos (un 3%), en tanto que los portugueses efectuaron menos de un 3% de las pernoctaciones hoteleras. La importancia de los italianos en el turismo español fue una novedad de estos años, asociada en algún modo a la reducción del precio del viaje en avión.

En conjunto, algo más del 90% del turismo receptivo español procedió durante este período de Europa. El factor proximidad, el factor tradición, el factor satisfacción, y también el factor residencialización (temporal o incluso permanente, en los alemanes y británicos) jugaron claramente a favor de esta focalización europea del turismo español receptivo y su concentración anglosajona. Los estadounidenses y canadienses fueron un grupo relativamente importante, ya que generaron en torno al 6 por 100 de las pernoctaciones en hotel, seguidos de otros

países americanos (algo más del 3%), y de los japoneses (casi un 3%).

El grado de satisfacción de estos turistas foráneos superó los 8 puntos sobre 10. Las motivaciones siguieron siendo el descanso veraniego, el disfrute del sol y la playa, la diversión y también la gastronomía y la cultura españolas. Llegaron fundamentalmente en coche y cada vez más en avión. En 1995 los llegados en avión casi igualaron a los trasladados en coches; cuatro años después, en 1999, tres de cada cuatro turistas extranjeros arribaron en vuelo. Las comunidades de destino son fundamentalmente Cataluña, Baleares, Canarias, Comunidad valenciana y Andalucía; por consiguiente, el turismo extranjero manifestó una orientación mediterráneo-isleña, aunque en pernoctaciones hoteleras las cosas cambiaban algún tanto, con Baleares y las Canarias a la cabeza. La persistencia del turismo extranjero influyó, de este modo, en la orientación socioeconómica de estos destinos ya consolidados.

Entre los puntos turísticos de mayor concentración, por el número de pernoctaciones, constatamos –en el verano de 1995– que los extranjeros eran mayoría en Lloret de Mar, en Barcelona, Sevilla, Marbella y Madrid, en tanto que los españoles predominaban en Santander, Zaragoza, Valencia y Benidorm, donde el turismo nacional tenía un tradicional arraigo, mientras que el Puerto de Santa Cruz se lo repartían casi a partes iguales los foráneos y los residentes del país (12).

Los españoles que salieron de vacaciones siguieron organizando mayoritariamente el viaje de forma individual, usaron sobre

todo el coche y continuaron prefiriendo las provincias litorales del mediterráneo para sus viajes vacacionales, si bien en este período aumentaron de forma importante las vacaciones en las islas. En 1990 casi el 12 por 100 de los que realizaron viajes vacacionales declararon hacerlo a las Baleares y Canarias. En agosto de 1994, por ejemplo, el 19% de las pernотaciones de los españoles de vacaciones se hicieron en uno de los dos archipiélagos. Esto hecho explica que hicieran un mayor uso del avión para sus desplazamientos (un 17% en 1990), así como de la intermediación de una agencia de viajes (un 17% de los que viajan) al iniciarse la década de 1990 y algún tipo de “reserva”. Por tanto, un turismo interno menos peninsular mediterráneo y más isleño. El abaratamiento de los vuelos con la liberalización -o política de cielos abiertos- influyó en ese sentido. Se había iniciado en Estados Unidos en 1978; Europa la adoptó en 1987 y la completó en 1993 con la libertad total de tarifas (13). Por otra parte, los viajes vacacionales tendieron a recortar su duración (menos de catorce días), continuando la tendencia que apuntaba en la década anterior. En 1992 algo más del 40% de las vacaciones fueron de menos de dos semanas, mientras que en 1979 eran de este tipo alrededor de un 20%. En 1992, el 44,5% de la población española declaró realizar viajes a lo largo del año frente al 34% de 1979 (14).

El alojamiento en casas de familiares y amigos, residencia secundaria o en apartamentos alquilados continuó siendo mayoritario (en conjunto un 56%); pero había caído desde principios de la década de 1980, cuando era del 70%. Por el contrario, el

alojamiento en establecimientos hoteleros ganó peso. En 1990 más de la cuarta parte de los que viajaron se alojaron en hoteles. El *veraneo* se hizo más *turismo*. El español viajó en mayor conexión con las formas organizadas, empresariales, del viaje y el alojamiento. La tendencia hacia la insularización observada en estos años influye en esa dirección. De ahí que el público residente fuera más tenido en cuenta por la industria turística. Estamos ante una de los cambios sociológicos remarcables de este período 1985-1995.

Esto mismo se constató con las pernотaciones de los nacionales en hoteles, que ganaron peso frente a las de los extranjeros: fueron el 38,5% del total en 1986-1995. Los españoles que se alojaron en hoteles superaron cada año al número de extranjeros que lo hicieron (esto venía sucediendo desde 1974). Pero los españoles pernотaron bastante menos que los extranjeros en establecimientos hoteleros (cuadro 2 y gráfico 3).

El recurso a las habitaciones hoteleras no fue, sin embargo, ajeno a la coyuntura económica. El consumo de los españoles se debilitó desde 1992. 1991 marcó un año máximo, que no se superó hasta 1996 (en alojamiento en hoteles) y 1997 (en pernотaciones en los mismos). La economía española empezó a perder impulso en 1992, en 1993 se asistió a la que entonces se calificó como “la peor crisis desde hace 30 años”. Creció la cifra de parados, 600.000 sólo en 1993, cuya tasa superó el 20% y ahí siguió hasta 1995, en que volvió a crearse empleo. La capacidad de consumo de los españoles se debilitó. Aumentó la proporción de los que

**Cuadro 2**  
**Alojados y pernoctaciones en Hoteles y Acampamentos, 1966-2000**  
**(En miles. Medias anuales)**

	Hoteles			Acampamentos		
	Nacionales	Extranjeros	% Nacionales	Nacionales	Extranjeros	% Nacionales
<b>Alojados</b>						
1966-1973	7.553,3	8.301,9	47,6	84,1	600,6	12,3
1974-1985	14.493,1	11.334,9	56,1	464,2	590,2	44,0
1986-1995	19.435,9	13.576,3	58,9	1.746,3	847,1	67,3
1996-2000	26.915,2	21.881,2	55,2	3.181,8	1.481,6	68,2
<b>Pernoctaciones</b>						
1966-1973	25.389,8	50.340,6	33,5	585,0	4.110,6	12,5
1974-1985	40.196,0	72.034,8	35,8	3.447,2	4.023,2	46,1
1986-1995	53.000,6	84.530,8	38,5	10.000,5	4.858,9	67,3
1996-2000	70.156,0	122.050,4	36,5	13.941,4	9.356,0	59,8

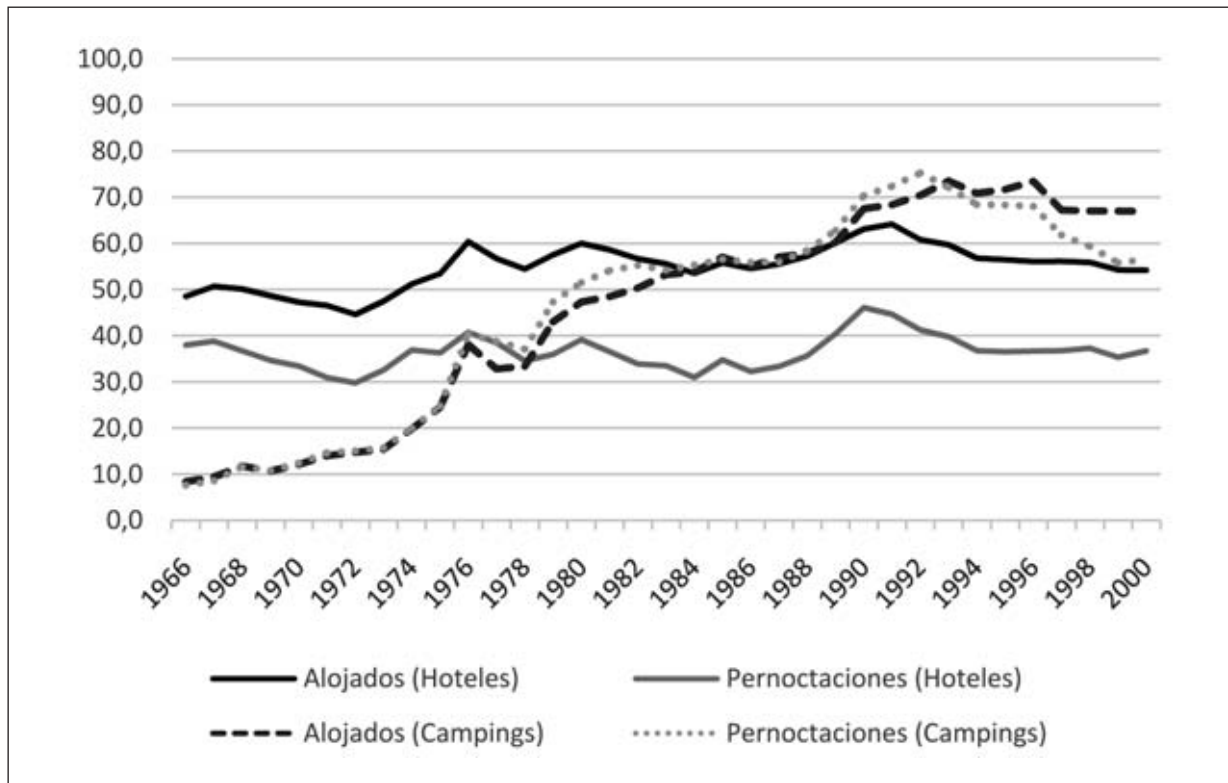
FUENTE: INE (1966-2000). 1966-1970: *Estadística del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos*. 1971-1972: *Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos*. 1973: *Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos*. 1974-1977: *Viajeros en hoteles y acampamentos*. 1978-1992: *Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos*. 1993-1998: *Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros*. 1999-2000: *Encuesta de ocupación hotelera*.

afirmaron no poder salir de vacaciones por razones económicas o de trabajo (15). Los que salieron optaron por fórmulas más baratas. Una de ellas fue el camping. Mientras caía la concurrencia a los hoteles, desde 1992, aumentaron la afluencia y las pernoctaciones en los campings (cuadro 2; gráfico 3).

En general, en 1986-1995 las pernoctaciones de los españoles en los campings ganaron entidad. Los extranjeros no llegaron a un tercio del total. Los residentes fueron por tanto mayoría. Se trata de un máximo histórico. Esta mayor preferencia por el camping, expresión de la tendencia a una mayor democratización de las vacaciones de los

españolas y las españolas, tuvo su reflejo en la forma de alojarse de estos en sus viajes turísticos. Si atendemos sólo a las pernoctaciones de los nacionales en hoteles y campings, constatamos que las efectuadas en estos últimos aumentaron relativamente: en 1974-1985 eran apenas un 8% de las totales; en 1986-1996, llegaron casi al 16% (cuadro 3). El camping turístico había empezado como una modalidad de turismo protagonizada por turistas extranjeros, en el tránsito de los años 1950 a 1960, cuando comenzaron a abrirse las primeras empresas turísticas de este tipo en el litoral catalán (16); nada más iniciarse la década de 1980, las tornas habían cambiado, como vemos en el gráfico 3.

**Grafico 3**  
**Alojamiento y pernoctaciones de nacionales en hoteles y campings,**  
**1966-2000 (Porcentajes del total)**



FUENTE: Las mismas del cuadro 2.

**Cuadro 3**  
**Pernoctaciones de los turistas nacionales en hoteles y campings, 1966-2000**  
**(En miles. Medias anuales)**

	Hoteles (Miles)	Campings (Miles)	Hoteles (%)	Campings (%)
1966-1973	25.389,8	585,0	97,8	2,2
1974-1985	40.196,0	3.447,2	92,2	7,8
1986-1995	53.000,6	10.000,5	84,5	15,5
1996-2000	70.156,0	13.941,4	83,3	16,7

FUENTES: Las mismas del cuadro 2.

## V. LA OFERTA TURÍSTICA

La expansión turística del período 1986-1995 afectó a la oferta turística reglada. En conjunto, la hostelería creció moderadamente (un 3,5% entre 1985-1995) (gráfico 4). Los establecimientos hosteleros eran 9.668 en 1985 y 10.002 en 1995 (de ellos, 3.528 y 5.290 hoteles). Hubo comportamientos muy distintos según las categorías. Se redujeron los establecimientos de menor categoría (hostales y posadas) y aumentaron los hoteles, sobre todo los de categoría primera A y primera B (en tanto que las de lujo se recortaron algo). Hubo así una apuesta por la calidad, continuando la tendencia iniciada

en los años anteriores. Más establecimientos de este tipo y también con mayor planta en los mismos. La planta media de estas dos categorías aumentó un 9% y un 11% entre 1985 y 1995. Se mantuvo, por otra parte, la fortaleza hotelera de las provincias mediterráneas y las islas. En 1988, el 83% de las plazas hoteleras se concentraban en esta geografía del litoral mediterráneo (38%), Baleares (29%) y Canarias (16%) (cuadro 4).

Por su parte, los propietarios de campings respondieron de forma muy dinámica a la orientación de la demanda, como había sucedido en 1974-1985 (gráfico 4). En 1985

**Gráfico 4**  
**Oferta de alojamiento en hoteles y campings, 1976-2000 (1976 = 100)**

Año	Campings	Plazas Camping	Hoteles	Plazas Hotel
1976	100	100	100	100
1977	105	105	100	100
1978	100	100	100	100
1979	105	110	100	100
1980	115	125	100	100
1981	125	140	100	100
1982	135	155	100	100
1983	145	170	100	100
1984	155	185	100	100
1985	165	200	100	100
1986	175	215	105	105
1987	185	230	110	110
1988	195	245	105	105
1989	205	260	100	100
1990	215	275	100	100
1991	225	280	105	105
1992	235	285	105	105
1993	245	290	105	105
1994	255	295	105	105
1995	265	300	105	105

FUENTE: Campings: 1976\*: *Anuario Estadístico de España 1978*; 1977-1993: *Anuario de Estadísticas de Turismo de España. Año 1993*; 1994-1995: *Anuario Estadístico de España 2001*. Hoteles: Barra y Medal (1996), pp. 412-413 y *Anuario Estadístico de España 2005*.

\* 1976: Cifra estimada para el número de plazas, pues hay un error en las diversas fuentes.

**Cuadro 4**  
**Distribución provincial de las plazas hoteleras, 1961-1997 (Porcentajes)**

	1961	1970	1980	1988	1997
Alicante	3,3	5,2	7,2	6,5	5,4
Almería	0,2	0,5	1,2	1,3	1,7
Baleares	10,8	31,6	30,3	28,8	26,1
Barcelona	11,0	8,5	7,3	6,8	6,8
Cádiz	1,7	1,1	0,9	1,2	1,8
Castellón	0,8	0,7	1,4	0,9	1,1
Gerona	7,7	11,1	8,8	8,3	7,8
Granada	2,6	1,5	1,1	1,2	1,8
Málaga	3,8	5,7	6,4	6,5	5,9
Murcia	1,4	0,7	0,9	1,0	1,4
Tarragona	1,9	2,0	2,7	3,6	3,2
Valencia	2,5	1,3	1,5	1,5	1,7
<i>Canarias</i>	<i>2,3</i>	<i>8,7</i>	<i>12,3</i>	<i>15,5</i>	<i>11,9</i>
<i>Prov. mediterráneas</i>	<i>47,6</i>	<i>69,9</i>	<i>69,6</i>	<i>67,5</i>	<i>64,6</i>
<i>Resto de España</i>	<i>50,1</i>	<i>21,4</i>	<i>18,1</i>	<i>16,9</i>	<i>23,5</i>

FUENTE: Esteve (1992), p. 687; García-Artiles (1999), pp. 171-172; *Anuario Estadístico de España 1998*.

había 767 acampamentos y en 1995 1.130, con 385 mil y 622 mil plazas respectivamente. Desde mediados de la década de 1970, la oferta de campings y plazas en los mismos creció a tasas superiores a la de los hoteles, en consonancia con la extensión social del turismo nacional (gráfico 4). El turismo, por el lado del alojamiento, se hizo en general menos hotelero y más extra-hotelero. Esta tendencia ya venía dándose desde los primeros años de la década de 1960.

El conjunto de los alojamientos y residencias para el turismo en 1992 (oferta reglada y no reglada), confirma la polarización isleño-mediterránea del fenómeno turístico español veraniego. La costa medi-

terránea y Baleares y Canarias concentraron el 65,7% del alojamiento turístico. El resto se lo repartieron las grandes ciudades (18%), la costa Cantábrica (8,7%) y el interior (8,6%).

Los datos disponibles certifican asimismo la importancia de la oferta de alojamientos no reglados: un 79 por 100 del total en el conjunto de España, que sube hasta el 83 por 100 en las provincias mediterráneas. En consecuencia, en 1992 la oferta formal de alojamiento turístico en sentido estricto se limitó a una quinta parte del total: hoteles y asimilados (10,5%); campings (6,1%); y, apartamentos registrados oficialmente para usos turísticos (4,4%). Este desequilibrio

entre oferta reglada y no reglada distorsionaba el mercado turístico español y generaba algunos de sus más importantes efectos negativos. Éstos afectaron a la Hacienda pública, en forma de rentas no declaradas, a las empresas turísticas, por la competencia desleal, a los propios consumidores, sometidos a un “alto riesgo de indefensión”, y al medio ambiente, pues como reconocía del *Libro Blanco del turismo español* en 1990, dicha oferta no reglada “contribuye al caos urbanístico y a la polución estética de los municipios turísticos” (17). Otro informe oficial sobre el turismo español de marzo de 1994 sostenía que la “masa indeterminada de lo que se ha venido a llamar apartamentos extra-hoteleros no clasificados” eran en realidad “segundas viviendas utilizadas turísticamente por españoles y extranjeros, que en un alto porcentaje compiten con los establecimientos hoteleros, de forma desleal, al ofertar precios a la baja, captando ilegalmente segmentos del negocio turístico”. Estimaba en 16,3 millones las plazas en alojamientos de este tipo con potencial uso turístico, y en 7,2 millones las plazas en alojamientos de real uso turístico (18).

Nuevamente, la dimensión inmobiliaria del negocio del turismo se encuentra debajo de esta “anomalía” española. El boom inmobiliario de la segunda mitad de los ochenta y primeros años noventa desempeñó un papel relevante. A partir de 1986 se produjo un alza sostenida del precio de las segundas residencias y del suelo urbanizable en las costas mediterráneas, hasta casi duplicarse, paralelo al que se daba en las ciudades. Según Fernández Fuster, este “nuevo período urbanístico” fue alentado por una nueva demanda de inversores y

compradores extranjeros y por el “blanqueo de dinero de especulación”. El fenómeno afectó a localidades consideradas hasta entonces no turísticas o menos turísticas, en el área de influencia de enclaves turísticos ya tradicionales. Se extendió por contigüidad. Así se comprueba en Benidorm (en Alfaz del Pin, Finestrat, Polap) o en Playa de San Juan (en San Juan). Los protagonistas de las compras fueron extranjeros, principalmente de la tercera edad (19). La Costa del Sol conoció también estos desarrollos, al igual que las islas Canarias. En este archipiélago se produjo una “febril euforia constructiva que se extendió cual mancha de aceite por las áreas de sol y playa de la vertiente sur de Gran Canaria y Tenerife, ganó intensidad en Lanzarote y alcanzó a la vecina Lanzarote”, que puso en valor terrenos hasta entonces improductivos y generó elevadas plusvalías y beneficios inmobiliarios. La alimentaron la inversión foránea y nacional, privada y pública, con la aportación ahora de fuerza de trabajo inmigrante (20).

En 1987 los extranjeros invirtieron 73.000 millones de pesetas en inmuebles turísticos en la Costa del Sol, un tercio del total nacional, según José Prado, presidente de la Asociación de Promotores Inmobiliarios Turísticos. Los inversores eran en su mayoría particulares (el 70%), de edades comprendidas entre 45 y 60 años. Estas compras incluyeron parcelas, apartamentos, chalets y hoteles, localizados entre los municipios de Nerja y Manilva, fundamentalmente en Marbella y Mijas. Las protagonizaron, por este orden, los británicos (36 mil millones) y los alemanes. También concurren inversores nacionales, procedentes sobre todo de Bilbao y Vitoria (21).

La promoción inmobiliaria asociada al turismo continuaba así pues modelando las costas españolas, extendiendo las barreras de cemento que habían asomado en el tránsito de los años cincuenta a los sesenta. El problema no provenía tanto de la oferta reglada de alojamientos como de la oferta no reglada, indisciplinada, de residencias turísticas.

Por otra parte, el turismo fue un fenómeno que colaboró durante estos años a acentuar, en cierta medida, las tradicionales tensiones centro-periferia que venían caracterizando la formación y desarrollo de la sociedad industrial española. Este influjo fue muy evidente en la década de los ochenta, cuando el crecimiento demográfico se estancó. En el período intercensal de 1981-1991, sólo las comunidades insulares y las del litoral mediterráneo presentaron ritmos de crecimiento por encima del nivel vegetativo (diferencia entre nacimientos y muertes). Esa tendencia no dio señales de desaparecer en los noventa. Entre 1991 y 1996, Canarias y nueve de las once provincias mediterráneas (Balears incluida) encabezaron, con Navarra, Guadalajara, Toledo y Sevilla, los saldos migratorios más intensos (22).

El turismo actuaba, de este modo, como un factor altamente modelador de la geografía humana del país y de la estructura económica de las comunidades turísticas. La dependencia económica respecto al turismo se acentuó durante este período. Los casos de Baleares y Canarias fueron una vez más los más destacados. En 1995, el turismo aportaba a Baleares el 30% de su Valor Añadido Bruto total (frente al 27% de 1985), y a Canarias el 16% (frente al 13,5% de 1985);

otro tanto constatamos en el empleo. Le seguían en el ranking Andalucía (8,1%), Cantabria (6,7%), Cataluña, (6,6%) Comunidad valenciana (6,4), Madrid (6,1%) y Galicia (6%), Aragón, Murcia y Castilla y León (5,1) (23).

Estos datos de 1995 sugieren el doble perfil del turismo en este período. Por una parte, la concentración isleño-mediterránea. Por otra, la mayor capilaridad turística del país, con más y diversos turismos y turistas y más territorios participando de las repercusiones macroeconómicas del mismo. Fue una tendencia que se sumó a los cambios en la demanda turística, en la que se observan más requerimientos de servicios a las empresas, y una mayor edad media de los que están en condiciones de viajar, tanto desde los países emisores como en el propio país. Los cambios en la demanda y en el entorno nacional e internacional en el que actuaban las empresas turísticas, con la globalización y las nuevas tecnologías de la información, iban a provocar importantes mutaciones en el ámbito de los negocios turísticos. Los grandes conglomerados empresariales ganaron protagonismo.

Entre las variables demográficas y sociales que empezaban a notarse en el turismo español encontramos la importancia de las personas de la tercera edad como usuarias de servicios de ocio y turismo (24). Los progresos en materia de salud, en servicios sociales (vacaciones organizadas por el IMSERSO para jubilados) y la disponibilidad de tiempo libre y renta convirtieron a los mayores, desde la década de los noventa, en un segmento objeto de atención. Contribuían a diversificar, a desestacionalizar el



turismo español y, en consecuencia, a paliar las consecuencias de la estacionalidad turística sobre el empleo. Los balnearios, en resurgimiento, se beneficiaron de esta tendencia.

Por otra parte, encontramos el desarrollo de una mayor preocupación medioambiental. La idea de incorporar el turismo a un modelo de desarrollo sostenible se fue abriendo paso en los discursos políticos, en las políticas turísticas, en el análisis técnico sobre el turismo y en el comportamiento de las empresas del ramo. Manifestaciones de esa preocupación fueron el desarrollo del turismo de naturaleza y del turismo rural, que irrumpieron con fuerza en la década de 1990, o el cuidado integral de playas y puertos deportivos, que desde 1987 se sumaron al programa de Banderas Azules. Éste es un distintivo concedido a dichos espacios atendiendo a la calidad de las aguas, la limpieza de las arenas, los servicios relacionados con la seguridad de los usuarios y la información y educación ambiental. Su origen se encuentra en la *Foundation for Environmental Education* (FEE), en 1985, en cuya creación participaron representantes españoles (25).

Otro tanto ha sucedido con la mayor cultura de respeto a la herencia patrimonial. El patrimonio cultural, un reclamo turístico tradicional, fue objeto de revalorización. Ya lo venía siendo desde la segunda mitad de la década de 1970, al calor de algunos trascendentes acuerdos internacionales. En 1972 la UNESCO adoptó la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, y sus Directrices Prácticas para la Aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial fueron aprobadas en

1978. En 1975 tuvo lugar la celebración por el Consejo de Europa del Año Europeo del Patrimonio Arquitectónico. En ese contexto ganó importancia el respeto a los paisajes culturales, rurales y urbanos. El turismo cultural, de larga tradición por otra parte en nuestro país, ligado a los primeros compases del turismo elitista, recibió impulso desde diferentes frentes y con distintas iniciativas, desde el ámbito local y autonómico al estatal. Con él lo hará el turismo urbano y el turismo en torno a grandes rutas con referencias históricas –actualizadas o traídas al caso con fines turísticos–, o con una secular tradición como el Camino de Santiago. Estas modalidades turísticas venían a sumarse a la preocupación por la mejora y embellecimiento de los destinos turísticos maduros de sol y playa.

Con esos diversos elementos quedaron puestas algunas de las bases por las que discurrirá el turismo en España desde finales del siglo XX. Por un lado, una demanda cada vez más inclinada a la cultura, a la naturaleza y al respeto medioambiental, de la que formaban parte significativos segmentos de población de la tercera edad. Por otra, la preocupación por la competitividad en el producto tradicional de sol y playa. Una competitividad que llevará, a la administración y a las empresas, a apostar por la calidad, la formación, las nuevas tecnologías y diversas fórmulas de integración o cooperación empresarial. Eran apuestas estratégicas que ya se fijaban en el Libro Blanco sobre el Turismo de 1990.

Esto aconseja hablar más de turismos más que de turismo para referirse al de España y al interno de los españoles a partir

de la década de 1980, aunque en el turismo receptivo predomine el motivo vacacional y el paquete turístico de sol y playa. También induce a revalorizar, en términos más precisos, este turismo que realizaba una ciudadanía cada vez más cultivada, más exigente, que demandaba mejor información. Esta información se multiplicó con revistas de viajes, suplementos de periódicos, con más y mejores guías. Unas guías que desde finales de los años 80 recibían nombres tan sugerentes como el de *Guías con encanto* (El País/Aguilar), *Rutas con encanto paso a paso*, *Rutas con buen gusto por España* (2003). Poseían generalmente gran calidad en sus formatos, en sus fotografías, en sus mapas, en la información sobre los servicios disponibles y se especializaron hasta extremos inimaginables en los años 70. Posteriormente, esa calidad se ha trasladado a los múltiples blogs de viajes o a las páginas institucionales de turismo de las comunidades autónomas, de los patronatos provinciales de turismo o de los municipios, donde los recursos humanos y económicos son siempre más limitados. España ofrece una imagen de país de turistas y de promotores de turismos.

La eclosión de la información y del reclamo turístico tuvo su correlato en la diversidad de las modalidades turísticas de que se podía y solía disfrutar en los viajes de este período aquí estudiado, que tendieron a la fragmentación y a una menor duración. Una de ellas es la aludida del turismo rural, surgido en un contexto de refundación de la ruralidad sobre bases distintas a las tradicionales y de una cierta vuelta y revalorización del mundo rural. Existía el precedente del turismo en Casas de labranza,

iniciado en 1967. Su forma actual se potenció a partir de 1984, con los incentivos de la Secretaría General de Turismo y las Comunidades Autónomas, que jugaron un papel destacado en poner en valor el patrimonio y los recursos humanos de los pueblos. Las autonomías empezaron, en efecto, a legislar sobre esta materia desde 1983, Cataluña, y 1986, Aragón, seguidas por el País Vasco (1988) y Santander (1989) (26). Los fondos estructurales de la Comunidad Europea a partir de 1988 (FSE, FEOGA, FEDER y sus programas LEADER –desde 1991–, PRODER –desde 1996– o INTERREG) fueron importantes en la eclosión de esta modalidad turística. Se trata de recursos relacionados con el replanteamiento de la Política Agraria Común y la opción por el llamado desarrollo endógeno y las actividades productivas alternativas a las agrarias.

No hay un único modelo de turismo rural. Las primeras iniciativas estuvieron en la España verde. Un destino pionero fue Taramundi (Asturias). El hecho es que en poco menos de veinticinco años se fue tejiendo una tupida red de casas rurales, que han revolucionado el turismo interior. En Galicia, por ejemplo, en 1993 había 31 establecimientos y en 1995, 115 (27). Las tasas de crecimiento en la década de 1990 fueron extraordinarias. En 1994 había 1.074 establecimientos, en 1996 2.000 y en 2001 unos 4.987 con 43 mil plazas (28).

Los promotores y las asociaciones que los reúnen realizan una impagable labor de fijar la población en el territorio, conservar el patrimonio arquitectónico y etnográfico del país, preservar los paisajes como marcas de identidad y valorizar los productos lo-

cales (29). En esta red se han hecho apuestas firmes por la calidad. Una de ellas es el “club de hoteles rurales con encanto” *Rusticae* (1996), de la mano de las empresarias Isabel Llorens y Carlota Mateos.

Turismo rural y turismo en el espacio rural son conceptos próximos pero en absoluto idénticos. Los deportes de aventura, el ya tradicional turismo cinegético, los campos de golf, el esquí y las estaciones de montaña (modalidad de turismo de masas con largo recorrido en España), los balnearios e indudablemente los parques nacionales, naturales y espacios protegidos, tienen como marco físico el medio rural (30). El reencuentro con la naturaleza, la conciencia ecológica, la preocupación por la estabilidad emocional y la salud, o simplemente el deseo de ocios alternativos dentro de los esquemas más convencionales de turismo y viaje conviven en aquél. Estamos así ante una amplia gama de ámbitos y posibilidades. Desde lo más conocido, como los grandes parques nacionales, hasta lo más recóndito han aflorado turísticamente a los ojos y a los pies de las familias de nuestro país desde los últimos años del siglo XX.

Los balnearios son un ejemplo destacado de turismo simbiótico, con tradición y reinención, con ocio y salud, con terapia y bienestar. Los balnearios han renovado sus equipos, su perfil y su oferta. Lo hacen a partir de una geografía, unos paisajes y unas arquitecturas, con sus grandes hoteles, que llegaron a alcanzar en ocasiones la condición de villas termales, que le dieron solera social e incluso proyección internacional en el tránsito del siglo XIX y XX hasta la Guerra Civil. Lo vemos en el caso de Galicia,

una potencia termal en España, con referentes en Mondariz y A Toxa desde 1898, con clientela nacional y extranjera, o en su red balnearia de la provincia de Ourense (31). Cataluña es otra de las comunidades punteras en termalismo, al igual que Andalucía y Aragón. En 1998 Galicia encabezaba el ranking por el número de establecimientos (16), seguida de Cataluña (15), Aragón (11) y Andalucía (10), en tanto que por número de plazas lo hacía Andalucía (2.245), seguida de Cataluña (1.791), Aragón (1.757) y Galicia (1.394) (32).

Tras varias décadas de declive, los balnearios se han reinventado, empujados por las nuevas tendencias en turismo de salud, el llamado de turismo relax o *Wellness*, orientado al mantenimiento, mejora o recuperación del bienestar individual físico y del equilibrio psíquico. También colaboraron los programas de turismo social del IMSERSO desde los primeros años 90. En 1990 fueron 31 los balnearios incluidos en estos programas y se produjeron con ellos más de 40 mil estancias; en 1995, fueron 49 estaciones y se contabilizaron unas 70 mil estancias (33).

Es imposible censar todas las iniciativas desplegadas desde los años ochenta en el turismo residenciado en el medio rural, con diversos intérpretes y agentes individuales (familias, pequeñas empresas) y colectivos, desde asociaciones de defensa del patrimonio cultural o asociaciones ecologistas, hasta las correspondientes oficinas municipales, provinciales, autonómicas o estatales. Se ha hecho aquí mucho camino al andar. En 1975 había 18 espacios naturales protegidos (212 mil hectáreas); en 1980, 26, en

1987, 170 y en 1994, 465 (2,5 millones de hectáreas) y en 1999, 536 (3,3 millones de hectáreas) (34). En 2013 el país contaba con 45 espacios distinguidos con la declaración internacional de Reservas de la Biosfera. Las primeras declaraciones provienen de los años 70 y 80 (Sierra de Grazelema, Ordesa-Viñamala, Montseny, 1977; Doñana, La Mancha Húmeda, 1980; La Palma, Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, Marismas de Odiel, 1983; Urdaibai, 1984; Sierra Nevada, 1986; las posteriores a partir de 1992 y 1993 (Cuenca Alta del Río Manzanares; Lanzarote, Menorca) y 1995 (Sierra de las Nieves, en Málaga) (35). A ellos se sumaron un sinnúmero de rutas de la naturaleza, rutas verdes, usando antiguos trazados ferroviarios, observatorios de aves, apoyados en la riqueza española de zonas de invernada, con iniciativas en la privilegiada Extremadura o en Navarra, o rutas de los dinosaurios en la geografía del mar cretácico, con ejemplos notables de turismo temático, que combinan la “aventura” con la divulgación científica y el disfrute del medio natural. La colaboración entre departamentos universitarios especializados y las autoridades locales dieron buenos frutos. En Enciso (La Rioja) tenemos un buen ejemplo. Tras más de dos décadas de investigación, en 1997 se creó el Centro Paleontológico de Enciso (36). Las terrazas calcáreas de la localidad, productoras de trigo hasta el vaciamiento poblacional de los años sesenta, renacieron con el inusitado interés por este turismo temático de dinosaurios y naturaleza.

Las comunidades autónomas se prodigaron en fomentar este tipo de rutas, con tradicionales o novedosos contenidos. Las del Quijote, del Cid, de la Arquitectura indus-

trial, de los Molinos, de las Juderías, de los Vinos con denominación de origen, del Al-Andalus,... son ejemplos recientes de rutas nuevas o, en algún caso, de rutas ya ideadas en el primer tercio del siglo XX (la del Quijote) o contempladas en el *Anteproyecto de Plan Nacional de Turismo de 1952* como “objetivo turístico” a promocionar, como las de los “Castillos”, las “Catedrales” o los “Pirineos”. A su lado, las grandes rutas consolidadas o referentes nacionales e internacionales, como la Ruta de la Plata o el casi milenario Camino de Santiago. James A. Michener escribió en su celebrada guía *Iberia* (1968) que “la peregrinación por el norte de España hasta el santuario de Santiago, [era] el viaje más bello que ofrece España y uno de los dos o tres mejores del mundo”. El Camino de Santiago fue declarado en 1987 Primer Itinerario Cultural Europeo, por el Consejo de Europa, y en 1993 Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (37). La revitalización del Camino desde el Xacobeo 93, como apuesta de la Xunta de Galicia dirigida por el ex ministro de Información y Turismo Manuel Fraga, ha tenido una gran trascendencia (38). No sólo para el turismo en Santiago de Compostela, meta del peregrinaje creyente, cultural o hedonista. El Camino es un referente transversal. Las comunidades y los pueblos que lo acogen han procurado mimarlo, desde Navarra a La Rioja, desde Castilla y León hasta Galicia, y otro tanto se ha hecho en los “otros caminos”. El turismo rural, el cultural y el turismo urbano se han visto favorecidos. Albergues, posadas, hoteles con encanto, paraadores nacionales de turismo, hoteles de alto confort... Las ciudades del Camino, cosmopolitas, se han ido dotando de infraestructuras o equipamientos culturales de referencia

en lo artístico y en lo científico, maduras en los años noventa en muchos casos e inaugurados en los primeros compases del siglo XXI. León con su MUSAC (2005); Burgos con el extraordinario Museo de la Evolución Humana (2010), apoyado en el Centro Nacional de Investigación sobre Evolución Humana (CENIEH, 2009), nacido al abrigo de la puntera investigación desarrollada en los yacimientos arqueológicos de la Sierra de Atapuerca, declarados en 2000 Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, tras que fuesen descubiertos en la llamada trinchera de la Gran Dolina restos de la especie del homínido más antiguo de Europa, el Homo Antecessor (1994).

El llamado “efecto Guggenheim” ha tenido algo que ver en todo ello. Bilbao se ha reinventado desde 1997 con una iniciativa arriesgada, en su día polémica (1991-1994), de colaboración social, institucional y privada, convertida en un modelo a día de hoy exitoso con ese espectacular museo de arte contemporáneo diseñado por Gehry (39). Ahora bien, en las ciudades del Camino y en otras de España están también detrás la fuerza de la tradición, recuperada o revitalizada por la fuerza del turismo. Es el caso de Barcelona, Madrid, Toledo, San Sebastián, Granada, Málaga, Valencia, de Cartagena, Soria, Mérida, o el de Gijón, Avilés, Pontevedra, A Coruña, ... con su amplia oferta de museos de arte e historia y ciudades de la ciencia, así como con sus arquitecturas clásicas o actuales. Es el caso de Teruel, que desde 1997 se ha reinventado como Ciudad del Amor, a partir de su hermosa y trágica historia de los Amantes y su emblemática arquitectura mudéjar. Dentro de su amplia oferta de turismo cultural urbano, España

cuenta en la actualidad con quince ciudades que han merecido el reconocimiento de la Unesco como ciudades Patrimonio de la Humanidad: Alcalá de Henares, Baeza y Úbeda (Jaén), Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo (40).

Cultura, arte, tradición, modernidad y algunas grandes fiestas y festivales que proyectan las ciudades españolas turísticamente dentro y fuera del país son parte de la aludida diversidad. Los vemos en el Festival de Cine o en el de Jazz de San Sebastián, en los de Cine de Valladolid, Málaga o Huelva, en el de Jazz de Vitoria. O en las tradicionales fiestas de San Fermín en Pamplona, que identifican aún hoy una España exótica, con sus encierros de toros y su taumaturgia, así como en las fallas de Valencia, en los Carnavales de Cádiz, de Tenerife o Gran Canarias. E indudablemente en Semanas Santas como las de Sevilla, Valladolid o Zamora, y en el Misterio de Elche, declarado en 2001 Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, o en las fiestas de moros y cristianos de Alcoy o Alicante, un motivo ya tradicional de atracción para el turismo hacia la Comunidad valenciana (41).

El país ha ido acumulando reclamos para todo tipo de públicos, edades y estaciones del año, entre los que se incluyen grandes exposiciones de pintura en el Reina Sofía, en el Museo del Prado, en el Museo Thyssen, en el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona o en el Bellas Artes de Bilbao, y ferias y pasarelas de moda como la Feria de arte ARCO de Madrid (1982), la pasarela Cibeles (1985) o el Salón Gaudí (1992), así

como exposiciones y eventos fotográficos, como la Feria internacional PhotoEspaña (desde 1998).

Son igualmente muy relevantes por su impacto económico las Ferias y los Muestras nacionales e internacionales. Son escaparates al mundo la FIRA de Barcelona, donde se celebran salones relacionados con el turismo y la restauración como Hostelco y Caravaning (1989), la Feria de Valencia (fundada en 1917), o el IFEMA de Madrid (1979), que en 1987 amplió su espacio y en 1991 inauguró el nuevo Parque Ferial, pero también recintos más reducidos como el Instituto Ferial de Vigo (IFEVI), donde las industrias marítimas, la pesca y sus transformados disponen de un marco de encuentro mundial. Constituyen un segmento importante del turismo de congresos y negocios. En materia de Ferias es obligado mencionar a FITUR (1981), el gran escaparate del turismo del país y de sus comunidades autónomas, un gran foro internacional para conocer, comprar o vender productos y proyectar mercados, que tuvo entre sus impulsores a Manuel Ortuño, concejal de Relaciones Internacionales del Ayuntamiento de Madrid durante el mandato de Enrique Tierno Galván, del que fue “hombre de confianza” (42).

Esta proyección internacional del destino España y sus turismos experimentó un extraordinario salto cualitativo gracias a unas cuantas grandes celebraciones. La primera fue el Mundial de fútbol de 1982. Luego vinieron los eventos de 1992, cuando España concentró cuatro celebraciones: la del descubrimiento de 1492 y sus debates sobre el “encuentro” hispanoamericano, la de la ca-

pitalidad de la Cultura Europea en Madrid y, sobre todo, los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Expo de Sevilla (43). Con ésta llegó la primera línea del tren de Alta Velocidad, Madrid-Sevilla. Fue toda una apuesta, un gran salto adelante, un presentarse ante el mundo sin complejos, como se había intentado en 1929 con la Feria Iberoamericana de Sevilla y la Feria Mundial de Barcelona. Los eventos del 92 inauguraron un escenario nuevo, una España con nuevos horizontes. 1992 fue el año de España en el mundo, “un país, un esfuerzo conjunto” (44).

## VI. LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Este salto adelante se expresó en el ámbito de las empresas turísticas. La crisis del turismo de los años setenta y el cambio institucional de esta década indujeron un mayor asociacionismo en este ámbito. A su vez, los cambios acelerados en el mundo de los viajes y del entorno internacional, desde la década de los ochenta, llevaron a una apuesta por la profesionalización y a un proceso de acelerada concentración empresarial. Con él, se conformaron unos cuantos grupos líderes (el de los “colosos” (45)) en el sector de los servicios turísticos, en el que seguirá predominando, no obstante, la pequeña y mediana empresa familiar.

Las empresas líderes del sector surgieron en buena medida de los pioneros exitosos de los años cincuenta y de sus cadenas de hoteles o de sus flotas de autobuses para turistas de los años sesenta. De ellas han nacido grandes corporaciones, tour operadores mayoristas, conglomerados de empresas integradas horizontal o verticalmente, esto

es, que realizan actividades similares o que, por el contrario, incorporan las distintas fases de un proceso productivo, en este caso la comercialización, el transporte y el alojamiento turístico. La experiencia turística desde los años del despegue contribuyó a forjar una cultura empresarial que colabora a reforzar el liderazgo turístico de España. Ese tejido empresarial hace que las actividades turísticas mantengan una presencia continua, intensa y con efectos económicos persistentes en el país, en medio de las aceleradas transformaciones experimentadas por la sociedad y la economía española en los últimos treinta años (46).

La carrera hacia la integración empresarial, iniciada en la década de los noventa, tuvo dos precursores. Uno, el de los grupos Marsans-Spanair (cuyos artífices acabaron con la quiebra del conglomerado en 2010). Otro, el de la Corporación Globalia, encabezada por el empresario salmantino Juan José Hidalgo, que había empezado con el transporte de trabajadores españoles a Suiza en los años sesenta. Air Europa (adquirida en 1991), Viajes Halcón, Travelplan, varios pequeños establecimientos hoteleros, la pequeña agencia Emitur y Autocares Extremeños fueron las empresas agrupadas por Hidalgo en Globalia, en base a “tres razones para que el turismo avance: aviones para transportar a los pasajeros, hoteles para alojarlos y agencias para vender el viaje”. Se muestra como un ejemplo singular de integración vertical en Europa, que acabó constituyendo el primer grupo turístico español (47). Pero estos ejemplos no fueron los únicos. El Grupo Viajes Iberia, de Miguel Fluxá, por ejemplo, efectuó en 1986 una reestructuración de su negocio receptivo en España con dos so-

ciudades, Cyrasa Internacional e Iberoservice; en 1991 creó Sunworld, el primer touroperador con capital español en Inglaterra al adquirir los servicios de Intasun Leisure del quebrado holding ILG; y, en 1994 procedió a comprar la división internacional de Viajes Ecuador y sus filiales en América Latina, París, Londres, Miami y Puerto Rico. En 1998 contaba con cinco divisiones: agencias minoristas (Viajes Iberia), hoteles y apartamentos (Iberostar), touroperador (Iberojet), receptivo (Iberoservice) y servicios aéreos (Iberworld) (48).

Algunas de estas grandes corporaciones turísticas mantenían un perfil o un núcleo directivo de empresa familiar, con dos o tres generaciones de empresarios y empresarias en su historia, que unían a la experiencia acumulada en el seno de la familia una privilegiada formación técnica y financiera en escuelas de negocios nacionales e internacionales. Cuatro ejemplos relevantes aunque no únicos los tenemos en el Grupo Juliá, Melià Hoteles, la primera empresa de gestión hotelera en cotizar en bolsa (1996), el citado Grupo Viajes Iberia o la asturiana ALSA, que iniciada la década de 2010 trasladaba más de 240 millones de viajeros por carretera anuales, estaba implantada en China y tenía una alianza con el operador británico National Express desde 2005. Estas grandes empresas habían internacionalizado sus negocios (49).

En 1996, la concentración en el ámbito de las agencias de viajes daba lugar a que las diez más importantes produjeran el 40 por 100 de la facturación del sector y dispusieran del 25 de los puntos de venta en el país, con una nómina en que sobresalían firmas

como Wagons-Lits, Viajes Ecuador, Viajes El Corte Inglés, Viajes Barceló, Ultramar, Marsans-VIE, Viajes Halcón o Viajes Iberia. Otro tanto constatamos en el ámbito de las cadenas hoteleras. También a mediados de los noventa, existían en España 82 cadenas que englobaban 940 establecimientos, suministraban aproximadamente un tercio de la oferta hotelera total, con hoteles mayoritariamente de cuatro y tres estrellas, y 30 de cinco estrellas. Cadenas en las que destacan el Grupo Sol Meliá, Riu Hoteles, Hoteles Husa, Hoteles Barceló, NH Hoteles y también la red pública de Paradores Nacionales.

A finales de la década de 1990 los “colosos” del sector turístico, sometidos a procesos de integración y expansión internacional, eran ocho: Marsans-Spanair, Corporación Globalia, Viva Tours, Tiempo Libre Mundicolor, Barceló, Grupo Viajes Iberia (GVI), Sol-Meliá y Viajes El Corte Inglés. El fenómeno de integración empresarial era global. Iniciado el siglo XXI, las grandes compañías turísticas desplegaban estrategias con una clara tendencia a formalizar alianzas, adquisiciones y fusiones como medio de racionalización económica y garantía de resultados.

Las empresas españolas han visto cambiar desde la década de 1980 los medios y canales de financiación privados y públicos (más fluidos), y las más grandes se expandieron internacionalmente, buscando nichos de negocio a partir de la experiencia acumulada en el país (50). Lo hicieron en un mundo más ágil, más competitivo, y más tecnificado. En el mundo de la tecnificación del turismo registramos también ejem-

plos de empresas españolas, multinacionales, que operarán en el ámbito del comercio electrónico y pasaron a ocupar lugares destacados a nivel internacional. Amadeus IT Group (1987) fue pionera en desarrollar una plataforma de sistema de distribución global (GDS); en 2014-2015 operaba en 195 países, en posición destacado en el mercado mundial de reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes, y en el mercado de soluciones tecnológicas (TI) para el sector del viaje y del turismo, y contaba con un equipo de más de 5.000 profesionales (51).

Competitividad, calidad, diversificación en los turismos y en los mercados turísticos y sostenibilidad fueron criterios rectores para las empresas desde los acelerados años noventa; lo fueron asimismo para la política turística, ahora más estrechamente ligada a las necesidades y requerimientos empresariales.

## VII. POLÍTICA TURÍSTICA

La política turística entre 1986 y 1995 tuvo diversos intérpretes. Las Comunidades autónomas jugaron un papel importante ya que asumieron las competencias casi plenas en esta materia. La orientación de sus políticas y la consideración del turismo fueron diversas, al igual que el encuadre institucional del turismo. Lo vemos generalmente incorporado en las consejerías de cultura o las de asuntos económicos. Allí donde las actividades turísticas tenían más peso en la economía territorial, la política turística adquirió un mayor relieve político. Las autonomías de Baleares, Canarias y Andalucía, con Consejerías o Vice-consejerías, se destacaron en este aspecto. Al mosaico de



autonomías correspondió una creciente diversidad y complejidad legislativa en esta materia. Se hizo necesaria la coordinación (52).

Tras las tensiones iniciales por las transferencias y el alcance de las competencias, a partir de mediados de los ochenta se impuso la coordinación de políticas entre los gobiernos autonómicos y el gobierno central, así como entre las administraciones y las organizaciones empresariales y laborales del sector turístico, y dentro de la propia administración central, dado el carácter transversal del turismo como actividad económica y social. Esta triple coordinación tuvo su traducción organizativa. La interna, en el seno del gobierno central, correspondió a la Comisión Interministerial de Ministerio, iniciativa que ya tenía precedentes. A la Conferencia Sectorial del Turismo (1994) se le atribuyó la coordinación entre Autonomías y la Administración central, a través de los consejeros de turismo y los máximos responsables del Gobierno. Por último fue creado el Consejo Promotor del Turismo (1995), como órgano de consulta, asesoramiento, información de planes y programas de fomento del turismo nacional, así como de promoción y comercialización en el extranjero; lo forman representantes de las administraciones públicas (central, autonómica y local) y del sector privado.

La política turística de este período estuvo regida, en la administración central, por los gobiernos del Partido Socialista. Entre 1985 y 1996 se sucedieron cuatro ministros en el ramo: Abel Caballero (1985-1988), José Barrionuevo (1988-1991), Claudio Aranzadi (1991-1993) y Javier Gómez Na-

varro (1993-1996), que había tenido relación profesional con el sector. El Ministerio tuvo varias denominaciones y el estatus del turismo, ahora con consideración de actividad económica, experimentó algunos cambios, que apenas afectaron a lo fundamental de las políticas, en las que constatamos elementos de continuidad. Esta continuidad fue posible en cierta manera por el modo de instrumentar las políticas, a través de planes estratégicos, sustentados en un diagnóstico técnico previo con el concurso de especialistas de la Universidad o de empresas de asesoría turística, técnicos de la Administración y representantes cualificados del sector. La política turística, vista desde el largo plazo, siempre tuvo un alto componente de especialización, al margen de los recursos disponibles, que determinaron las posibilidades de la misma. En esta etapa es una política más profesionalizada, como el propio sector. El papel de los secretarios generales de turismo fue asimismo importante en estas líneas de continuidad, como vemos en la labor desplegada por Ignacio Fuejo, que fue el más longevo en el cargo, Fernando Panizo y Miguel Góngora.

Es imposible censar en unos cuantos párrafos los objetivos, los instrumentos y los resultados de la política turística de este período. Una de sus líneas fue la liberalización (desregulación), en materia de transporte terrestre y aéreo; también se liberalizó completamente la inversión del extranjero, y los gastos de los viajes, la estancia en el extranjero y los movimientos de divisas y pesetas por las fronteras. El transporte se vio favorecido por las altas inversiones en infraestructuras (autovías, ferrocarriles, aeropuertos y telecomunicaciones), alimentada con

fondos estructurales europeos de cohesión. En este campo se dio un salto adelante histórico, del que el AVE es sólo un ejemplo. Hubo una apuesta decidida por la mejora de la infraestructura física del país. Sus déficits eran visibles todavía en 1989 y afectaban al desarrollo turístico, como se señaló en el Libro Blanco de 1990:

“Uno de los grandes cuellos de botella a que se enfrenta el desarrollo turístico español es la situación de los diferentes medios de transporte. Son de sobra conocidas las deficiencias del transporte por carretera debido a la falta de vías rápidas como autovías y autopistas, que dificultan las posibilidades del turismo que accede a España por carretera. Lo mismo ocurre por el atraso en el desarrollo del transporte ferroviario. En ambos casos se ve afectado el turismo internacional, pero también y en mayor medida el turismo nacional, con su enorme potencial de crecimiento” (53).

La restricción al desarrollo turístico impuesto históricamente por las infraestructuras se superó en esta etapa modernizadora. A partir de los años noventa se hablará de actualización o renovación de las mismas y no tanto de sus carencias o insuficiencias.

Otras de las líneas de actuación tuvo que ver con la re-regulación del sector (alojamientos, agencias de viajes, condiciones de trabajo en la hostelería y la restauración) y la profesionalización del conjunto de las actividades turísticas. Hubo avances notables en materia educativa (títulos técnicos superiores, técnicos de grado medio y formación profesional) y apoyo a la investigación y a la práctica profesional en materia turística.

Se apostó asimismo por superar los déficits medioambientales del país. Son hitos en este ámbito la Ley de Costas (1988) y la Ley de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre (1989), reflejo de una nueva conciencia medioambiental en el país y de las apuestas por formas turísticas más sostenibles, lo que no quiere decir que desaparecieran muchos de los problemas en este ámbito, como denuncian cada año los informes *Destrucción a toda costa*, de Greenpeace, desde 2002 (54).

Otro plano de la política fue el soporte financiero a la modernización de la infraestructura estrictamente turística, en los destinos maduros de turismo de sol y playa y en los nuevos turismos (turismo rural, balnearios, turismo cultural, etc.). En este ámbito hubo una gran apuesta estratégica por la renovación, la diversificación, la calidad y la competitividad, a partir de diagnósticos previos, como se dijo.

La concreción más acabada de esta nueva orientación la encontramos en el Libro Blanco del Turismo (1990) y el plan de calidad y excelencia conocido como Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures), aplicado desde 1993. Su éxito y buena acogida sectorial garantizó su renovación y su continuidad en planes similares, que continuaron en los años siguientes. Las dos primeras fases de dicho Plan fueron las 1992-1995 y 1996-1999. Articuladas en grandes programas operativos, ponen el énfasis, con distintos acentos, en la cooperación institucional, la modernización e innovación turística, los nuevos productos, la promoción, el marketing y la comercialización, la excelencia turística, así como en la mejora del capital humano.

También se persiguió la colaboración entre empresas y su internacionalización, la mejora del conocimiento estadístico del sector, alineándose con los compromisos internacionales en esta materia, así como profundizar en la diversificación y desestacionalización de los productos y los servicios turísticos. Muchos de estos directrices -constantes en algún sentido- marcan todavía los caminos de la política turística, reforzando la innovación y la competitividad. La moneda única en la UE, a partir de 1998-2002, y el avance imparable de las nuevas tecnologías, en la nueva era del *e-turismo* que despuntó desde mediados de la década de 1990, obligaron a las administraciones y a las empresas a un constante esfuerzo adaptativo a un escenario donde las decisiones autónomas de los viajeros, con el soporte en Internet y los dispositivos móviles, tendrán mucha más relevancia. El turismo vacacional de masas con paquete integrado empezaba a ser, en diversos aspectos, más una cuestión del pasado que del futuro turístico en España y en la mayor parte de los países turísticos.

## **EPÍLOGO**

En esta etapa histórica de 1986 a 1995, España se consolidó como potencia turística. Globalmente, el período fue positivo para el turismo y sus aportaciones al conjunto de la economía española. El ciclo económico interno, y el externo, influyeron en estos resultados y en el comportamiento de los turistas españoles y de los turistas extranjeros hacia España. Lejos de la imagen más difundida, estamos ante un turismo dual, con un componente externo e interno casi

a parte iguales. El turismo de los españoles en España y hacia el extranjero, que creció durante estos años, estuvieron influidos por las oscilaciones del ciclo económico. La recuperación económica desde 1984-1985 recortó sustancialmente las tasas de paro, mejoró la renta disponible y permitió la expansión del consumo, incluido el consumo turístico. La fase expansiva se deterioró a partir de 1992, con una crisis económica en la que remontó nuevamente el desempleo y las posibilidades de los españoles de viajar se resintieron hasta 1996-1997, pese a lo cual no se dejó de viajar, aunque se mutaron algunas de las pautas de consumo turístico.

Estamos pues ante un período positivo para el turismo, de éxito, en consonancia con la época luminosa que vivió el país al menos hasta 1992-1993. La combinación de la acción pública y, sobre todo, de las empresas turísticas lo explican en buena medida. El saber hacer empresarial, el tejido de grandes y pequeñas empresas (las más), fortalecido a través de más de tres décadas de desarrollo turística, son factores a tener en cuenta para explicar esta consolidación turística. Como lo fue la persistencia del deseo de los turistas de los principales países emisores de Europa de visitar por vez primera o repetir los viajes turísticos hacia España, así como el de unos grandes operadores turísticos internacionales interesados en traerlos. Se cumplía en cierto modo aquel fenómeno que el economista Félix Varela Parache y el experto en turismo Jorge Vila Fradera calificaban en 1963 como de “inercia de las corrientes turísticas” (55), en el que se incluía “la creación de intereses en muchos países por parte de Agencias de Viajes y de Transportistas”, como las com-

pañías de aviación extranjeras. Un fenómeno que Ángel Palomino describió con tino algunos años después, en 1972: “La existencia de esta potente industria turística es garantía de supervivencia. No porque estemos aquí y seamos así, sino porque ello ha dado origen a unos canales comerciales que no se volatizan de la noche a la mañana” (56). Sobre todo cuando al aprendizaje adquirido se suma la voluntad de superación. La sociedad española pareció mostrarla durante este período aquí estudiado. El turismo, como sector productivo, y las empresas turísticas no fueron ajenas a este ambiente general.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABAD ROMERO, PILAR (2003), “El turismo rural en Galicia”, *Revista Galega de Economía*, vol. 12, 2, pp. 1-25.
- ALONSO ÁLVAREZ, LUIS, LINDOSO TATO, ELVIRA; VILAR RODRÍGUEZ, MARGARITA (2011), *Olecer das augas. Historia dos balnearios de Galicia 1700-1936*, Editorial Galaxia, Vigo.
- BARCIELA, CARLOS, MANERA, CARLES, MOLINA, RAMÓN y DI VITTORIO, ANTONIO (eds.) (2011), *La evolución de la industria turística en España e Italia*, Palma de Mallorca, Institut Balear d’Economia.
- BARRA, PILAR y MEDAL, CARMEN (1996), “Apéndice estadístico”, en Pedreño, A. y Monfort, V. M. (dirs.), pp. 403-423.
- BAYÓN MARINÉ, FERNANDO (1999), “Política turística”, en Bayón, F. (Dir.), pp. 331-380.
- BAYÓN MARINÉ, FERNANDO (Dir.), *50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- BORDÁS RUBÍES, EULOGIO (1999), “Hacia la competitividad de la empresa turística”, en Bayón, F. (ed.), pp. 605-635.
- BOTE, VENANCIO (1994), “Las vacaciones de los españoles”, en del Campo, S. (Ed.), *Tendencias Sociales en España (1960-1990)*, III, Bilbao, Fundación BBVA, pp. 229-252.
- BOTE, VENANCIO, MARCHENA, MANUELY SANTOS, ENRIQUE (1999), “La descentralización autonómica y la diversificación de la estrategia del desarrollo turístico (1974-1998)”, en Pellejero, C. (Dir.), *Historia de la Economía del Turismo en España*, Madrid, Civitas, 1999, pp. 135-193.
- CALS, JOAN, CAPELLÀ, JOSEP y VAQUÉ, EMPAR (1995), *El turismo en el desarrollo rural de España*, Madrid, MAPA.
- CAMINO, GERMÁN, LIMA, ROCÍO, REYES, SERGIO y BARRERA, DANIEL (2013), “Los datos básicos de la economía del turismo”, en Pié, R. y Rosa, C. J. (eds.), pp. 54-79.
- CÁNOVES, GEMMA, HERRERA, LUIS y BLANCO, ASUNCIÓN (2005), “Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo”, *Cuadernos de Geografía*, 77, pp. 41-58.
- CERCHIELLO, GAETANO (2017), *La evolución de los cruceros marítimos en España. Desde sus comienzos hasta la actualidad (1848-2016)*, Valencia, PUV.
- COMISIÓN INTERMINISTERIAL DE TURISMO (1994), *[Informe sobre la situación del turismo en España en 1994 y esbozo de líneas de actuación futuras] (documento original)*, Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo (marzo 1994).
- CUADRADO ROURA, JUAN R. y ARRANZ CALVO, ALEJANDRO (1996), “Los efectos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output”, en Pedreño, A. (dir.) y Monfort, V. M. (coord.), pp. 181-216.
- DE QUESADA, EUGENIO (1999), “Los 90. Hacia el nuevo milenio”, en Bayón, F. (Dir.), pp. 153-165.
- DÍAZ MARTÍNEZ, IGNACIO ET ALII (2010), “Treinta años de trabajo de campo en los yacimientos icnológicos de La Rioja (1980-2010)”, *Zubia*, 28, pp. 167-178.

- ESTEVE SECALL, RAFAEL (1992), “La evolución demográfica y el turismo en el litoral mediterráneo”, en García Delgado, J. L. (Coord.), *Economía española, cultura y sociedad (Tomo II). Homenaje a Juan Velarde Fuertes*, Madrid, EUDEMA, pp. 681-704.
- ESTEVE SECALL, RAFAEL, FUENTES GARCÍA, RAFAEL (2000), *Economía, historia e instituciones del turismo en España*, Madrid, Editorial Pirámide.
- FERNÁNDEZ DE PINEDO, NADIA y SÁEZ CALA, ANTONIA (2011), “Del acero al titanio, el caso Guggenheim Bilbao”, en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.), pp. 481-536.
- FIGUEROLA, MANUEL (1998), “Contribución de la actividad turística a la economía española”, en Bote, V. (Dir.), *La actividad turística española en 1997*, Madrid, AECIT, pp. 29-41.
- GARCÍA-ARTELES, PEDRO (1999), “Canarias (1950-1999)”, en Bayón, F. (Dir.), pp. 169-180.
- FAYOS, EDUARDO (1998), “Prólogo”, en Bosch, R., Pujol, Ll., Serra, J. y Vallespinós, F., *Turismo y Medio Ambiente*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- FAYOS-SOLÀ, EDUARDO (1994), “Competitividad y calidad en la Nueva Era del Turismo”, *Estudios Turísticos*, 123, pp. 5-10.
- FERNÁNDEZ FUSTER, LUIS (1991), *Historia general del turismo de masas*, Madrid, Alianza.
- FIGUEROLA PALOMO, LAUREANO (1999), “La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)”, en Pellejero, C. (dir.), pp. 76-134.
- FUENTES QUINTANA, ENRIQUE (recop.) (1964), *El desarrollo económico de España. Juicio crítico del Informe del Banco Mundial*, Madrid, Revista de Occidente.
- HOOPEr, KIRSTY (2013), *Mondariz – Vigo – Santiago. A brief history of Galicia’s Edwardian tourist boom*, Mondariz, Fundación Mondariz Balneario.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2003), *25 Años de turismo español en cifras*, Madrid, Ministerio de Economía.
- LINDOSO TATO, ELVIRA y VILAR RODRÍGUEZ, MARGARITA (2011), “El milenario Camino de Santiago desde una perspectiva histórica: la apuesta turística de Galicia”, en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.), pp. 315-355.
- LÓPEZ ORTIZ, M<sup>a</sup> INMACULADA y MELGAREJO MORENO, JOAQUÍN (2011), “El turismo en la Comunidad Valenciana: la reinención de un modelo de sol + playa y mucho más”, en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.), pp. 93-135.
- MACÍAS HERNÁNDEZ, ANTONIO y PÉREZ HERNÁNDEZ, CONCEPCIÓN (2011), “El turismo en la historia económica de Canarias”, en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.), pp. 179-231.
- MANERA ERBINA, CARLES y MOLINA DE DIOS, RAMÓN (2011), “Turismo de masas y modelo de crecimiento: la experiencia balear, 1970-2005”, en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.), pp. 9-42.
- MANERA, CARLES (2014), “La internalización de las cadenas hoteleras españolas: el caso de Baleares, 1980-2012”, *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 8, pp. 185-213.
- MANERA, CARLES y NAVINÉS, FERRÁN (2018), *La industria invisible, 1950-2016. El desenvolupament del turismo a l’economia balear*, Palma de Mallorca, Leonard Muntaner.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y MARINO (2011), *Guía de Reservas de la Biosfera Españolas*, Madrid, Organismo Autónomo de Parques Naturales.
- MORENO GARRIDO, ANA (2007), *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis.
- PACK, SASHA D. (2010), “Revival of the Pilgrimage to Santiago de Compostela: The Politics of Religious, National, and European Patrimony, 1879–1988”, *The Journal of Modern History*, Vol. 82, No. 2, *The Persistence of Religion in Modern Europe* (June 2010), pp. 335-367.
- PALOMINO, ANGEL (1972), *El milagro turístico*, Barcelona, Plaza & Janés.

- PALOU, SAIDA (2012), *Barcelona, destinació turística*, Bellacaire, Vite.la.
- PARDELLAS, XULIO X. (2011), “Turismo religioso”, en del Valle, E. y López, D. (dirs.), *La actividad turística española en 2010*, Madrid, AECIT / Editorial Universitaria Ramón Areces, pp. 697-714.
- PAUL, MARISOL (2014), *Todo nuevo bajo el sol. La economía del turismo, motor con marca España*, Madrid, LID.
- PEDREÑO, ANDRÉS y MONFORT, VICENTE M. (dirs.) (1996), *Introducción a la economía del turismo en España*, Madrid, Civitas.
- PELLEJERO, CARMELO (2002), “La política turística en la España del siglo XX: una visión general”, *Historia Contemporánea*, 25, pp. 233-265.
- PELLEJERO, CARMELO (2004), “La política turística en España. Una perspectiva histórica”, *Mediterráneo*, 5, *Las nuevas formas del turismo*, pp. 268-284.
- PELLEJERO, CARMELO y LUQUE ARANDA, MARTA (2015), “Crisis del petróleo, transición a la democracia y frenazo de la expansión turística en España, 1973-1985”, *Cuadernos de Historia Contemporánea*, vol. 37, 2015, pp. 115-144.
- PELLEJERO, CARMELO (Dir.) (1999), *Historia de la Economía del Turismo en España*, Madrid, Civitas.
- PIÉ I NINOT, RICARD y ROSA JIMÉNEZ, CARLOS J. (eds.) (2013), *Turismo líquido*, Barcelona, Iniciativa Digital Politécnica (UPC).
- PRADOS, LEANDRO (2003), *El progreso económico de España (1850-2000)*, Bilbao, FBBVA.
- PUYOL, RAFAEL (1999), “Evolución y cambios en la población”, García Delgado, J.L. (Dir.), *España, Economía: ante el siglo XXI*, Madrid, Espasa, pp. 59-80.
- SÁNCHEZ PICÓN, ANDRÉS y MUÑOZ FLORES, JUAN CARLOS (2011), “El turismo en los espacios naturales protegidos en España. Una aproximación histórica”, en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.), pp. 671-704.
- SÁNCHEZ PICÓN, ANDRÉS y GARCÍA GÓMEZ (2018), “Los espacios naturales: los primeros pasos de un nuevo producto turístico durante el primer tercio del siglo XX”, en Vallejo, R. y Larrinaga, C. (dirs.) (2018), *Los orígenes del turismo en moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, Madrid, Editorial Sílex, pp. 841-864.
- SAN ROMÁN, ELENA (2017), *Viajes y estrellas. Miguel Fluxá. Una historia de emprendimiento*, Madrid, Grupo Iberostar.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1990), *Libro Blanco del Turismo Español*, en *Estudios Turísticos*, 108, pp. 3-60.
- SIMÓN FERNÁNDEZ, XAVIER y PRADO ORBÁN, XAVIER. (eds.) (2006), *Cultura tradicional e desarrollo rural*, Vigo, Xunta de Galicia / Universidade de Vigo.
- URIEL, EZEQUIEL y MONFORT, VICENTE M. (dirs.) (2001), *El sector turístico en España*, Alicante, CAM.
- VALLEJO POUSADA, RAFAEL (2002), “Economía e historia del turismo español del siglo XX”, *Historia Contemporánea*, núm. monográfico *Turismo y nueva sociedad*, 25, 2002, pp. 203-232.
- VALLEJO POUSADA, RAFAEL (2015a), “Salud y recreo: los balnearios de Galicia y el descubrimiento de una periferia turística en el primer tercio del siglo XX”, *Agua y Territorio. Water and Landscape*, 6, 2015, pp. 62-79.
- VALLEJO POUSADA, RAFAEL (2015b), *El gran viaje: sesenta años de turismo en España*, Madrid, Escuela de Organización Industrial (E.O.I.).
- VALLEJO POUSADA, RAFAEL (2017), “¿Hacia dónde va el turismo?: algunas reflexiones desde la Historia”, *Planur-e*, 10, Invierno 2017, pp. 1-12.
- VALLEJO POUSADA, RAFAEL (2021), *Historia del turismo en España, 1928-1962. Economía, política y administración turística*, Madrid, Sílex (en prensa).
- VARELA PARACHE, FÉLIX (1964), “Industria turística nacional”, en Fuentes Quintana, E. (recop.), pp. 285-300.

VILA FRADERA, JORGE (1964), “Comentario a la ponencia”, en Fuentes Quintana, E. (recop.), pp. 303-310.

VELASCO GONZÁLEZ, MARÍA (2004), *La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2004)*, Valencia, Tirant Lo Blanch.

VELASCO GONZÁLEZ, MARÍA (2005), “¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)”, *Política y Sociedad*, Vol. 42, 1, pp. 169-195.

ZABÍA LASALA, MARIANO (1999), “Marketing turístico internacional”, en Bayón, F. (dir.), pp. 421-440.

## NOTAS

(1) Sobre el efecto de la coyuntura desfavorable en la actividad crucerista, Cerchiello (2017), pp. 186-190.

(2) Pellejero y Luque (2015).

(3) Barra y Medal (1996), p. 419.

(4) Xavier Vidal-Folch, “España, un éxito europeo”, *El País* 76 06. *Una historia de 30 años*, 2006, p. 81.

(5) Zabía (1999), p. 430.

(6) Fayos (1998), Fayos-Solà (2004); Vallejo (2017).

(7) Cifra estimada, asumiendo que los “turistas” crecieron”, respecto a 1993, a una tasa similar a la de los “visitantes” (7,3%). El último *Anuario de estadísticas de turismo de España* de la Secretaría General de Turismo (1995) corresponde a 1993. El *Anuario Estadístico de España* no especifica, para 1994, el número de turistas. La única publicación en que figura la cifra de turistas para 1995, de acuerdo a la metodología previa a Frontur, es el *Anuario El País 1995*, p. 400; su fuente es la Secretaría General de Turismo, con datos mensuales: 44.886 turistas y 63.255 visitantes. Según esta misma fuente, en 1994 y 1993 se contabilizaron, respectivamente, 61.428 y 57.258 visitantes: esta úl-

tima cifra coincide con la de la Secretaría General de Turismo (1995), p. 466.

(8) De Quesada (1999), 153.

(9) Cuadrado y Arranz (1996), p. 203; Secretaría General de Turismo (1990); Instituto de Estudios Turísticos (2003), p. 5.

(10) Para ingresos por turismo mundial en millones de dólares y la cuota española, Tena (2005), pp. 643-644.

(11) A partir de *Anuario Estadístico de España 1995*, disponible en la red.

(12) *Anuario El País*, 1996.

(13) “La liberalización aérea de la CE permite a las compañías regulares competir en tarifas con las chárter”, *El País*, 20-6-1990.

(14) Instituto de Estudios Turísticos (2003), p. 9. Bote (1994).

(15) Instituto de Estudios Turísticos (2003).

(16) Los inicios del camping turístico en España, en Vallejo (2021, en prensa), capítulo 15.

(17) Las cifras de 1992, en Bote, Marchena y Santos (1998); también Vallejo (2002), p. 223.

(18) Comisión Interministerial de Turismo (1994), p. 79.

(19) Fernández Fuster (1991), p. 994-995.

(20) Macias y Pérez (2011), p. 220.

(21) *El País*, 9-5-1988.

(22) Puyol (1999), p. 73.

(23) Uriel y Monfort (dirs.) (2001), pp. 404-405.

(24) Fernando Panizo, “Economía y ocio”, *Anuario El País 1993*, p. 242.

(25) Centro Nacional de Información de la Calidad, *Bandera Azul, distintivo de calidad en las*

playas, p. 1. [http://www.aec.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=844b9efb-f0d4-4781-844f-d6bb19f6283a&groupId=10128](http://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=844b9efb-f0d4-4781-844f-d6bb19f6283a&groupId=10128).

(26) Cánoves, Herrera y Blanco (2005), p. 46.

(27) Abad (2003), p. 9.

(28) Cánoves, Herrera y Blanco (2005), p. 44; Instituto de Estudios Turísticos, *Plan Integral de Turismo Rural 2014*, p. 6.

(29) Simón y Prado (eds.) (2006); Cals, Capellà y Vaqué (1995).

(30) Sánchez Picón y Muñoz (2011); Sánchez Picón y García (2018).

(31) Hooper (2013) y Vallejo (2015a).

(32) Costa (1999), pp. 742-743. En 2005, las más de cien empresas hotel-balnearias de España obtenían unos ingresos de explotación de 493 millones de euros.

(33) [http://www.observatoriotermalismo.org/datos\\_imsero.php](http://www.observatoriotermalismo.org/datos_imsero.php)

(34) Sánchez Picón y Muñoz (2011), p. 687.

(35) Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (2011), p. 13 y <http://rerb.oapn.es/index.php/red-espanola-de-reservas-de-la-biosfera/que-es-la-rerb>.

(36) Díaz-Martínez et alii (2010), p. 169.

(37) Pardellas (2011), p. 711.

(38) Lindoso y Vilar (2011); Pack (2010).

(39) Fernández y Sáez (2011).

(40) [www.ciudadespatrimonio.org/presentacion-delgrupo/index.php](http://www.ciudadespatrimonio.org/presentacion-delgrupo/index.php) (Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España). Moreno (2007), p. 317.

(41) López y Melgarejo (2011), p. 111.

(42) Ortuño era conocedor del sector, a través de las agencias de viajes, ya desde la década de 1950;

Vallejo (2021, en prensa). Rafael Fraguas, “Fallece Manuel Ortuño Martínez, ‘mano derecha’ de Tierno Galván”, *El País*, 30-3-2017.

(43) Sobre el “prodigioso 1992” y el cambio de paradigma turístico en Barcelona, Palou (2012), 387-397.

(44) Zabía (1999), 430.

(45) De Quesada (1999), 164; Vallejo (2015b).

(46) Sobre los efectos prolongados, Camino, Lima, Reyes y Barrera (2013), 64-65.

(47) Testimonios recogidos en Paul (2014), 155-160. En 2013 empleaba a unas 15.000 personas.

(48) San Román (2017), pp. 205-206 y 230-231.

(49) En 2011, el 32,2 por 100 del volumen de negocios de las agencias de viajes y los operadores turísticos procedía de sus ventas fuera de España, ventas externas que alcanzaban el 25,1% en las de servicios de alojamiento. INE, *Encuesta Anual de Servicios Estadística de Productos en el sector Servicios Año 2011*, Nota de prensa, p. 6.

(50) Un buen ejemplo lo tenemos en las corporaciones nacidas en las islas Baleares; Manera (2014).

(51) Paul (2014) y Carlos Gómez, “Amadeus gana altura”, *El País Negocios*, 15-2-2015, p. 10.

(52) Sobre política turística en este período, Bayón (1999) y las colaboraciones en Bayón (dir.) (1999), de Eugenio de Quesada, Ángel Miguelsanz, Amparo Fernández, Venancio Bote, Antonio Costa y José Luis Jiménez, Fernando Vera y Adolfo Favieres, entre otros. También Pellejero (2002), Esteve y Secall (2001) y Velasco (2004).

(53) Secretaría General de Turismo (1990), 47.

(54) Véase: <https://archivo-historico.greenpeace.es/OPAC2>.

(55) Varela (1964), p. 288 y Vila (1964), p. 307.

(56) Palomino (1972), 25.



## Apéndice 1

### El turismo extranjero en la balanza de pagos y el PIB, 1931-2000

	Turistas (miles)	Ingresos por turismo (millones de pesetas corrientes)	Ingresos turísticos/ Déficit comercial** (%)	Ingresos turísticos/ Importaciones (%)	Ingresos turísticos/ Exportaciones (%)	Ingresos turísticos/ Ingresos servicios (%)	Ingresos turísticos/ Balanza servicios (%)	Ingresos turísticos/ Pagos turísticos	Ingresos por turismo/ PIB (%)
1931	187	131	25,5	4,9	6,1	31,1		0,9	0,39
1932	202	161	24,9	6,2	8,2	17,9	100,6	1,3	0,49
1933	200	136	30,4	6,0	7,4	19,9	238,6	1,3	0,43
1934	191	142		6,1	5,7	22,5	338,1	1,7	0,41
1940	19	38	18,4	4,9	6,8	44,3		29,0	0,11
1941	31	49		6,8	4,2	17,1	22,5	7,0	0,09
1942	31	34		5,4	2,4	11,4	15,1	6,8	0,05
1943	72	31	52,8	1,8	1,9	13,9	31,2	7,7	0,04
1944	34	22		3,4	2,1	15,8	24,3	17,3	0,06
1945	39	35		1,9	1,7	8,8	13,4	5,0	0,04
1946	84	86	18,6	2,9	3,5	31,6	84,3	6,1	0,08
1947	137	190	51,6	6,2	7,1	46,0	125,0	12,7	0,16
1948	176	302	53,5	7,6	8,8	51,7	114,8	17,8	0,24
1949	284	410	31,4	7,5	9,8	44,1	123,5	20,5	0,30
1950	457	640	104,9	10,5	11,6	51,6		8,2	0,38
1951	676	1.174	55,3	8,7	10,3	49,6		10,9	0,54
1952	777	1.671	44,6	10,4	13,5	53,1	362,5	17,8	0,70
1953	909	3.786	83,9	19,3	25,1	76,2	194,5	42,1	1,47
1954	993	4.664	86,4	22,3	30,1	79,1	153,9	39,9	1,56
1955	1.383	4.438	35,5	15,9	28,9	73,6	199,0	38,9	1,36
1956	1.561	4.431	27,3	13,6	26,9	71,3	179,9	34,1	1,10
1957	2.019	3.850	23,9	10,2	17,8	70,2	357,8	28,5	0,82
1958	2.452	4.102	26,1	9,7	15,3	73,2	376,3	42,7	0,75
1959	2.864	9.438	67,6	21,0	30,4	83,2	121,1	7,7	1,65
1960	4.332	17.864		43,1	39,8	87,2	116,4	5,9	3,04
1961	5.496	23.174	139,9	37,2	50,7	89,6	115,9	7,1	3,42
1962	6.390	30.698	79,8	35,5	64,1	86,4	112,5	10,9	3,86
1963	7.941	40.663	67,0	37,7	86,2	88,9	116,2	10,0	4,29
1964	10.507	54.990	85,7	44,2	91,2	89,8	112,1	13,8	5,10

**Apéndice 1 (cont.)**  
**El turismo extranjero en la balanza de pagos y el PIB, 1931-2000**

	Turistas (miles)	Ingresos por turismo (millones de pesetas corrientes)	Ingresos turísticos/ Déficit comercial** (%)	Ingresos turísticos/ Importaciones (%)	Ingresos turísticos/ Exportaciones (%)	Ingresos turísticos/ Ingresos servicios (%)	Ingresos turísticos/ Balanza servicios (%)	Ingresos turísticos/ Pagos turísticos	Ingresos por turismo/ PIB (%)
1965	11.080	66.173	62,7	39,7	108,3	90,4	114,9	14,1	5,23
1966	14.443	77.432	64,8	39,1	98,6	89,9	114,2	14,3	5,33
1967	14.810	84.229	77,7	43,3	97,6	88,5	115,2	12,2	5,18
1968	16.238	84.539	76,7	37,3	72,4	83,6	113,9	11,9	4,65
1969	18.879	91.733	70,1	33,9	65,7	81,3	111,8	11,3	4,47
1970	21.267	116.999	89,2	38,4	67,3	81,6	111,6	12,2	5,13
1971	23.738	138.511	123,2	43,2	66,4	80,8	107,7	11,6	5,31
1972	29.438	159.421	106,7	39,6	63,1	80,6	112,0	9,4	5,16
1973	31.606	189.523	92,1	36,5	60,5	81,1	115,7	8,4	5,07
1974	27.364	183.664	45,2	22,3	44,0	74,1	114,0	10,0	3,95
1975	27.359	199.853	47,1	22,9	44,6	73,7	108,3	9,0	3,61
1976	27.389	207.073	42,2	19,0	34,4	70,8	111,4	7,6	3,09
1977	31.597	313.163	67,2	24,7	39,1	74,4	107,1	7,8	3,67
1978	36.943	416.496	134,7	31,1	40,5	75,7	101,5	9,7	3,93
1979	33.860	433.269	114,4	26,9	35,2	72,4	100,9	7,0	3,50
1980	32.925	500.649	59,5	21,5	33,8	69,5	108,1	5,7	3,43
1981	35.569	628.395	66,4	22,0	32,9	69,0	106,6	6,7	3,83
1982	37.651	787.568	72,7	23,8	35,4	71,9	108,2	7,1	4,19
1983	37.089	990.021	92,0	25,1	34,5	68,1	100,6	7,7	4,67
1984	39.004	1.247.796	183,4	28,8	34,2	69,6	97,0	9,2	5,24
1985	39.672	1.374.677	181,8	28,9	34,3	70,7	93,1	8,1	5,24
1986	43.744	1.671.879	185,2	36,0	44,7	76,7	102,2	7,9	5,67
1987	46.596	1.819.800	114,2	31,8	44,1	76,9	105,5	7,5	5,49
1988	49.759	1.944.258	93,5	29,2	42,5	77,3	109,3	6,8	5,23
1989	49.307	1.924.279	64,2	23,7	37,6	75,5	116,6	5,3	4,60
1990	47.345	1.878.387	62,5	21,8	33,5	75,5	124,8	4,4	4,01
1991	48.643	1.991.145	62,4	21,4	32,5	76,2	127,1	4,2	3,86
1992	50.994	2.265.102	73,3	23,0	33,5	65,6	179,2	4,0	4,09
1993	53.097	2.474.500	127,3	25,7	32,1	63,2	175,2	4,1	4,31
1994	56.958*	2.875.400	146,2	24,3	29,1	63,2	147,4	5,2	4,65

## Apéndice 1 (cont.)

### El turismo extranjero en la balanza de pagos y el PIB, 1931-2000

	Turistas (miles)	Ingresos por turismo (millones de pesetas corrientes)	Ingresos turísticos/ Déficit comercial** (%)	Ingresos turísticos/ Importaciones (%)	Ingresos turísticos/ Exportaciones (%)	Ingresos turísticos/ Ingresos servicios (%)	Ingresos turísticos/ Balanza servicios (%)	Ingresos turísticos/ Pagos turísticos	Ingresos por turismo/ PIB (%)
1995	32.971	3.161.000	143,6	23,0	27,4	63,5	142,8	5,7	4,72
1996	34.027	3.489.500	172,1	23,2	26,8	62,1	139,1	5,6	4,91
1997	37.131	3.937.996	200,5	22,8	25,8	61,0	138,9	6,0	5,24
1998	41.892	4.460.210	145,1	22,5	26,7	60,7	136,6	6,0	5,60
1999	45.440	5.071.728	110,7	23,1	29,2	60,7	141,2	5,9	5,98
2000	46.403	5.615.528	89,3	20,6	26,8	57,8	139,2	5,7	6,16

NOTAS: \* 1994: Cifra de turistas estimada, aplicando un incremento del 7,3% respecto al año anterior, que es el mismo que experimentó el número de visitantes (cifra conocida).

\*\* No figuran los años con superávit en la balanza comercial.

FUENTES: Balanza de pagos e Ingresos y Pagos por Turismo receptor y emisor: Tena (2005), p. 632-640.

Turistas 1931-1988: Tena (2005), pp. 641-642; Turistas 1989-1994: Se emplean las cifras de la base de datos del INE, "Visitantes según vía de entrada", de carácter mensual, que distingue entre visitantes y turistas, e incluye el medio de transporte. Estas cifras no coinciden con las de Tena (2005), cuyos datos, a partir de 1995 inclusive, son de visitantes y no de turistas. En 1995 se rompe la serie estadística y se aplica una nueva metodología en el recuento oficial de visitantes y turistas mediante la puesta en marcha de la estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur). Estas son las cifras de este Apéndice, para 1995-2000, proporcionadas el Instituto de Turismo de España, de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos (consultadas en febrero de 2015).

PIB: Tena (2005) usa la estimación de Prados (2003).