

POLÍTICA TURÍSTICA COMÚN: UN ESTUDO SOBRE AS IMPLICACIÓNS DUNHA CONCEPCIÓN NOUMÉNICA DO TURISMO E SOBRE A VIABILIDADE DA SÚA IMPLEMENTACIÓN NA UE

MERCEDES JIMÉNEZ GARCÍA
Universidade de Cádiz

Recibido: 25 de abril de 2011

Aceptado: 14 de xullo de 2011

Resumo: Neste artigo analízanse dous aspectos que afectan de forma moi importante ao sector turístico. Por unha parte, desde un punto de vista teórico, unha nova conceptualización do turismo –nouménica–, e o seu impacto no deseño dunha política turística común (PTC). E por outra parte, mediante unha análise empírica das entrevistas realizadas a unha mostra de expertos en turismo, a factibilidade da implementación desa política turística común na Unión Europea. As respostas destes expertos evidencian que a maioría segue un enfoque fenoménico baixo o que se poñen de relevo numerosas dificultades para a posta en práctica dunha PTC. Ante isto, a autora defende a súa viabilidade baixo unha concepción nouménica.

Palabras clave: Política turística común / Enfoque fenoménico / Enfoque nouménico / Transversalidade / Turismo / Unión Europea.

COMMON TOURISM POLICY: A STUDY ON THE IMPLICATIONS OF NOUMENIC TOURISM APPROACH AND ON THE FEASIBILITY OF IMPLEMENTATION IN THE EU

Abstract: This article, focusing on tourism, examines two issues affecting the sector. On the one hand, from a theoretical point of view, a new conceptualization of tourism –noumenic– and its impact on the design of a common tourism policy (CTP). And, on the other hand, through an empirical analysis, interviewing a sample of experts in tourism, the feasibility of implementing it in the European Union. Of their answers indicates that the majority follows the approach phenomenomic under that there are emphasized numerous difficulties to implement a CTP. Opposite to this position, the author defends the feasibility of the CTP under a noumenic conception from the tourism.

Keywords: Common tourism policy / Phenomenomic approach / Noumenic approach / Transverse / Tourism / European Union.

1. INTRODUCCIÓN

A evolución do turismo desde as súas orixes –destinado ás clases sociais máis altas, reis e nobres– ata o momento actual –hoxe fálase da existencia dun “turismo de masas”– non só requiriu a evolución da súa definición, senón que paralelamente demandou cada vez máis a aparición de institucións, políticas e normativas destinadas a regular e a xestionar todo canto compete a este sector, tanto a escala nacional coma internacional.

No marco da Unión Europea (UE), o turismo foi adquirindo de forma progresiva un maior peso e importancia como sector¹, poñéndose de relevo os seus efectos económicos e sociais, a súa influencia no desenvolvemento dos territorios ou na contorna natural.

¹ No ano 2005 producíronse máis de 800 millóns de chegadas de turistas internacionais en todo o mundo, das que algo máis do 55% tiñan como destino Europa (OMT, 2006).

Desde o punto de vista académico, e polo que respecta ao seu concepto, á súa metodoloxía de estudo ou á recolección e tratamento da información estatística, este crecemento e expansión do sector turístico enmarcouse desde os seus inicios dentro dun enfoque fenoménico do turismo –o enfoque de demanda convencional é o único que nestes momentos ten unha existencia académica–. Neste sentido, e desde un punto de vista lexislativo, desenvolvéronse numerosas políticas que afectan ao sector turístico como, por exemplo, a do transporte, a da cultura ou a do medio ambiente. Con todo, non existe actualmente unha PTC, e a actuación sobre as políticas destinadas a outros sectores que inflúen tanxencialmente no turismo (enfoque de demanda) parece insuficiente.

Na actualidade tamén pode falarse da existencia dunha segunda concepción do turismo: a nouménica (enfoque de oferta), apoiada por autores como Muñoz de Escalona, e baixo a que a actividade produtiva turística podería atopar novas liñas de desenvolvemento que poderían dar lugar a unha PTC que perseguiría, entre outros obxectivos, a integración das actuacións turísticas dos diferentes Estados membros e a homoxeneización do sector no que respecta á normativa, á recollida e ao tratamento da información estatística ou aos criterios de calidade², de forma que se reforzara a imaxe global de Europa como destino turístico.

Non hai que pensar que a proposta de crear unha PTC é unha invención ou unha idea innovadora propia. Nada máis lonxe da realidade, máis ben todo o contrario. Neste artigo investigamos esta vía aberta polas institucións europeas, xa que son numerosos os textos comunitarios nos que se fai referencia a unha política turística común, e que mencionaremos máis adiante. Porén, trasladados á práctica, os resultados son escasos: numerosas modificacións, emendas e, finalmente, programas frustrados –como o programa *Philoxenia 1997-2000* (Comisión das Comunidades Europeas, 1996)–, fan que o avance dunha posible política turística na UE, dentro do enfoque convencional do turismo, sexa moi lento e dificultoso.

Neste traballo, que forma parte dunha investigación exploratoria máis ampla, pretendemos profundar de dúas formas nesta política formulada no seo comunitario. En primeiro lugar, a través da análise dos dous enfoques de turismo xa mencionados: o fenoménico (actual) e o nouménico. E en segundo lugar, estudando a viabilidade da implementación desta política na UE mediante a resposta a interrogantes como os seguintes: é adecuado o desenvolvemento dunha PTC?, que lle proporcionaría ao sector?, cales son os principais obstáculos aos que se enfrenta?

O artigo divídese en tres partes. A primeira corresponde a unha análise teórica na que se explican brevemente as principais características definitorias e diferenciadoras dos enfoques de oferta e de demanda do turismo, e reflexiónase sobre estas dúas formas de conceptualizar o turismo, que implicarían unha postura diferente no deseño dunha política común na UE para este sector. A segunda parte baséase nunha análise práctica na que se expón a metodoloxía empregada para darlles resposta aos interrogantes anteriormente formulados sobre unha PTC, para o que se

² Véxase, por exemplo, a multitude de sistemas de clasificación hoteleira que existen entre os países da UE.

realizan entrevistas a un grupo de expertos do sector turístico e se analizan os resultados obtidos. Na terceira parte sintetízanse os principais puntos tratados, preséntanse as principais conclusións e a opinión da autora.

2. PRIMEIRA LIÑA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISE TEÓRICA

2.1. ENFOQUE FENOMÉNICO VS. ENFOQUE NOUMÉNICO DO TURISMO

A visión fenoménica do turismo coincide coa visión xeral e academicamente aceptada no sector (OMT, OCDE, Eurostat, expertos). Desta forma, o modelo convencional de economía do turismo –que é o actual– está constituído por unha serie de factores ou elementos de todos coñecidos como, entre outros, o país de destino (receptor de turismo), o país de orixe (emisor de turismo), as empresas de transporte, os establecementos hoteleiros, as motivacións do turista, as axencias de viaxe, os tour-operadores, ou os servizos de lecer (museos, espectáculos, atraccións).

Este enfoque concibe o turismo desde o punto de vista da demanda, o que se traduce no seu estudo como un sector económico horizontal. É dicir, o turismo baixo o enfoque fenoménico non se entende máis que como o consumo de diferentes actividades dunha gran variedade de ramas produtivas (verticais) por parte dun consumidor que cumpre con determinadas características como, por exemplo, estar fóra do seu lugar de residencia (Chuck e Fayos Solá, 1997). Polo tanto, non se pode falar de industria turística, senón máis ben de que o turismo é un conxunto de industrias, e que o turista é o consumidor destas industrias. En consecuencia, a base deste modelo é o turista, centrándose fundamentalmente no desenvolvemento da ecuación de demanda e sen quedar suficiente e claramente explicitados nin o produto nin a oferta turística (Muñoz de Escalona, 2007a, p. 102).

Desde o enfoque de demanda, o turismo é un sector que con frecuencia se cataloga como complexo, con base nunha denominada inter ou multidisciplinariade dentro das ciencias sociais ao implicar aspectos tan dispares como poden ser o perfil do turista, o gasto turístico, o transporte, os efectos sobre o medio ou a cultura³. Como delimitar a área de análise do turismo? Esta fica esvaecida ante a dificultade de definir las ramas que se inclúen nel. Con todo, fronte ao enfoque fenoménico xorde unha nova visión do turismo, que o considera desde un marco máis metodolóxico: o enfoque nouménico⁴. A continuación, e tomando como base a obra de

³ Neste sentido, pode falarse do seu interese e estudo por parte da economía, da socioloxía, da antropoloxía ou da historia.

⁴ Non se debe confundir este enfoque cun enfoque tipicamente sectorial ou cunha formulación de clúster do sector turístico. Os clústeres son unha forma de cooperación dentro do enfoque fenoménico do turismo, entendendo que os participantes dun clúster institucional poden ser empresas turísticas do destino –por exemplo, de aloxamento, transporte, restauración–, provedores ou, mesmo, a propia Administración, mentres que no enfoque nouménico só se consideran empresas turísticas as axencias de viaxe por xunto, os tour-operadores e as empresas sen ánimo de lucro, considerándose o resto das empresas como facilitadoras –oferta básica– ou como incentivadoras –oferta complementaria– (Rodríguez, 2001; Sandoval, 2005; Muñoz de Escalona, 2007b).

Muñoz de Escalona, explícanse brevemente as súas principais características desde un punto de vista comparativo co enfoque convencional.

Muñoz de Escalona (2007a) enfronta “turismo como fenómeno” a “turismo como nómeno”. No primeiro deles destácanse os efectos do turismo sobre a sociedade, o territorio ou a economía, mentres que na segunda concepción se basea na natureza interna do turismo, na súa realidade ou “cousa en si”, empregando o significado dado polos filósofos, á marxe dos efectos visibles que xera (cadro 1).

Cadro 1.- Diferenzas entre a visión fenoménica e a visión nouménica do turismo

ENFOQUE	VISIÓN FENOMÉNICA	VISIÓN NOUMÉNICA
	De demanda	De oferta
Turismo	Actividade consuntiva de diferentes actividades produtivas (bens e servizos)→Conxunto de empresas que producen para o turismo	Conxunto de empresas especializadas na elaboración de plans de desprazamento circular ou programas de visita
Produto turístico	Bens e servizos consumidos polo turista	Plan de desprazamento circular ou programa de visita elaborado polo propio consumidor ou adquirido no mercado
Empresa turística	Empresa oferente de bens e servizos turísticos (todo o que o turista merque e consuma para satisfacer as súas necesidades)	Empresa produtiva especializada na elaboración de plans de desprazamento circular ou programas de visita*
País turístico	Receptor de turistas	Produtor/Ensamblador dos servizos incentivadores e facilitadores dos países que os ofrecen
Forma de estudo	1) Identificación do turista 2) Identif. das necesidades que satisfacer 3) Identificación das actividades produtivas que satisfán esas necesidades	Como calquera outra actividade produtiva cun produto final específico
O turista satisfai a súa necesidade con	Produtos e servizos en xeral	Cun plan de desprazamento circular ou de visita
Pon de relevo	Efectos do gasto dos visitantes identificados como turistas	A tecnoloxía especializada en transformar servizos facilitadores e incentivadores en turismo, e a actividade das empresas que a utilizan
Visión do turismo	Horizontal (figuran todas as ramas produtivas)	Vertical (unha única rama produtiva identificada polo produto)
Análise do turismo	Macroeconómico	Microeconómico

*Segundo o decálogo da economía do turismo con enfoque de oferta (Muñoz de Escalona, 2007a, pp. 128-129), só se consideran empresas turísticas ás que elaboran os plans de desprazamento circular, existindo, segundo este principio, dous tipos: as mercantís (tour-operadores) e as non mercantís (sen ánimo de lucro).

FONTE: Elaboración propia a partir de Muñoz de Escalona (2007b).

Segundo esta formulación, este autor identifica dous posibles significados da realidade do turismo. Por un lado, como fenómeno turístico ou turismo visto desde fóra: obxecto de coñecemento materializado polos seus efectos de todo tipo e á marxe da “cousa en si”. Por outro lado, como nómeno turístico ou turismo visto desde dentro: obxecto de coñecemento materializado pola “cousa en si”, á marxe dos seus efectos de todo tipo.

Baixo o enfoque de oferta, o turismo defínese como unha única actividade económica –quedando perfectamente identificada a función de produción do turis-

mo⁵–, na que o turista pode desempeñar un rol de consumidor ou de produtor⁶, e na que o turismo se concibe como un produto (un plan de desprazamento circular⁷).

Muñoz de Escalona expón a necesidade da *cientificación* do turismo (para os efectos de poder aplicarlle a análise microeconómica), é dicir, que ademais da conceptualización fenoménica (convencional e hexemónica, xeradora de anomalías cando se trata de aplicar esa análise), se establece a necesidade de implantar a conceptualización nouménica, que é a única que permite identificar un único produto turístico (obxectivación unívoca do turismo). Desta maneira, desde a visión nouménica considérase o tour-operador non como un simple intermediario entre a oferta e a demanda turística (papel desempeñado no enfoque fenoménico), senón como produtor de plans de desprazamento de ida e volta, é dicir, como produtor de turismo.

En definitiva, e con base en todo o anterior, pode dicirse que o enfoque fenoménico é un enfoque máis social que o nouménico, que se aproxima moito máis ás ciencias económicas, identificándose á marxe das pautas de comportamento do consumidor.

2.2. EVOLUCIÓN DO TURISMO NA UE BAIXO O ENFOQUE FENOMÉNICO

Segundo Valdés del Fresno (2002), actualmente nin o peso nin a importancia económica do turismo en Europa reflíctense na estrutura administrativa e política do turismo nas institucións comunitarias. Este feito pode vir explicado pola relativamente recente atención que se lle dedicou a este sector de forma global no marco da UE xa que, tal e como se analiza nos seguintes parágrafos, se veu tratando fundamentalmente a través de políticas comunitarias que afectan ao turismo (enfoque fenoménico).

Nos tratados constitutivos da Comunidade Europea – o Tratado Constitutivo da Comunidade Europea (CE) e o Tratado Constitutivo da Comunidade Europea da Enerxía Atómica (EURATOM), así como no seu antecedente –o Tratado Constitutivo da Comunidade Europea do Carbo e do Aceiro (CECA)–, non se menciona o

⁵ Expresión matemática representativa da función de produción de turismo: $T = F(i, f, w, k, t)$, onde T é o volume de produción de turismo; w é o traballo; k é o capital; i e f son dous inputs, designando i os servizos incentivadores –tamén denominados “oferta complementaria” noutras bibliografías– e f os servizos facilitadores –a chamada oferta básica, como poden ser aqueles que cobren as necesidades de alimentación, de aloxamento ou de transporte–; e t é a tecnoloxía –ou enxeñería turística– (Muñoz de Escalona, 2007b).

⁶ Como calquera outra mercadoría, o turismo pode ser “autoproducido” e “alteroproducido”. O turista é un “autoprodutor” cando elabora o plan de visita que se propón consumir, e só é consumidor cando llo adquire a un tour-operador (Muñoz de Escalona, 2007a).

⁷ Tamén chamado plan de desprazamento redondo, de ida e volta, programa de estadia pasaxeira ou temporal nun lugar que non é o da súa residencia, ou programa de visita, Muñoz de Escalona (2007b) defíneo como unha combinación operativa (executable) de cinco elementos ensamblados de acordo cun deseño previo e por medio dunha tecnoloxía *ad hoc*. As súas case infinitas combinacións identifican a ampla gama de plans de desprazamento posibles. Os cinco elementos aos que se refire este autor en parágrafos anteriores da súa mesma obra son os seguintes: 1) a motivación do desprazamento, 2) o lugar de orixe e o lugar de destino ou itinerario, 3) a duración da viaxe, 4) os servizos incentivadores, e 5) os servizos facilitadores.

turismo nin entre as misións da Comunidade nin no ámbito de intervención comunitaria ou de accións que podía emprender para alcanzar os seus fins. É por este motivo polo que neses momentos toda acción que afectase a este sector non era froito dunha actuación comunitaria directa, senón consecuencia dos efectos tanxenciais doutras políticas como, por exemplo, a de transporte, a de defensa do consumidor ou a de desenvolvemento territorial ou rexional.

Así pois, non é ata a década de 1980 cando a Comunidade Europea comeza a considerar o sector turístico desde unha perspectiva global, intentando establecer unha política comunitaria (Valdés Peláez, 2004, p. 120). Desta maneira, a primeira proposición de creación dunha PTC xorde da Comisión no ano 1982 a través da comunicación presentada ao Consello: *Para unha política comunitaria de turismo. Primeiras orientacións*. Despois deste primeiro paso, esta proposta foi apoiada tanto polo Parlamento Europeo –a través do documento *Resolución sobre a política comunitaria de turismo (DO nº C 10, de 16/01/83)*– como polo Consello –a través da primeira resolución deste relativa a unha política comunitaria de turismo (*DO nº C 115, de 30/04/84*)–, recoñecendo así a importancia deste sector para a integración europea e subliñando a necesidade da creación dunha PTC.

En materia turística, ante a inexistencia dunha política única a nivel comunitario, toda acción relativa a este campo vai depender da competencia xenérica que o artigo 3 da versión consolidada do Tratado Constitutivo da Comunidade Europea lle atribúe, xa que o Tratado de Maastricht introduciu o turismo entre os ámbitos de actuación da UE para alcanzar os seus fins (*DO nº C 191, de 29/07/92*). A formulación consolidada do Tratado da Unión asinado en Niza, logo da revisión e ampliación de varios protocolos, só fai referencia ao turismo no apartado u) do citado artigo. Así, no artigo 3.1.u) introdúcese a posibilidade de que a Comunidade tome medidas no ámbito do turismo para poder alcanzar os fins enunciados no artigo 2. Porén, e malia esta competencia, carécese de poder para actuar, e só se poden acometer accións ou adoptar decisións baixo a esixencia dunha dobre condición: a unanimidade e o respecto do principio de subsidiariedade. Neste sentido, existen opinións que cuestionan esta proposta da UE. Rodríguez Barrigón (2001, p. 42) cualifica esta mención do turismo que fai o Tratado como insuficiente.

Segundo o Informe Especial nº 3/1996, relativo á política do turismo e á súa promoción, acompañado das respostas da Comisión (97/C17/01) (*DO nº C, de 16/01/97, pp. 0001-0023*), pode falarse de dúas categorías de accións comunitarias a favor do turismo: por unha parte, as accións directas, previstas de forma específica no orzamento xeral e xestionadas pola unidade “Turismo” da Dirección Xeral de Política da Empresa, Comercio, Turismo e Economía Social (DX XXIII), e cuxo volume financeiro representa menos do 1% do total dos recursos destinados a accións turísticas; e, por outra parte, as accións indirectas, que fan referencia tanto ás relacionadas indirectamente co turismo coma a aquelas nas que o turismo se emprega como instrumento de consecución doutros obxectivos, e que son xestionadas polas correspondentes direccións xerais.

A isto fai mención o proxecto de Constitución europea *Tratado polo que se establece unha Constitución para Europa* (DO nº C 310, de 16/12/04) tanto no seu artigo I-17 (p. 17), onde aparece o turismo xunto con outras materias como a industria, a cultura ou a protección e mellora da saúde humana como “*ámbitos das accións de apoio, coordinación ou complemento*” nos que disporá de competencia a UE, como fundamentalmente no artigo III-281 (p. 126) do título XXI, dedicado especificamente ao turismo, e no que se pon de relevo o papel complementario da UE á acción individualizada de cada Estado membro no sector turístico.

Máis recentemente, o ditame do Comité Económico e Social Europeo sobre o tema *A política turística na UE ampliada* (DO nº C 255, de 14/10/05, p. 0014-0021) recollía na súa páxina 15 que, aínda que o turismo non se atope integrado entre as políticas comúns da UE, numerosas institucións europeas repercuten nel para alcanzar obxectivos comunitarios fundamentais como, por exemplo, o desenvolvemento sostible, o emprego ou a cohesión económica e social, facéndose fincapé no carácter multisectorial do turismo (principio do enfoque fenoménico).

Tendo en conta a crecente importancia do turismo na UE, a Comisión aprobou en marzo de 2006 a comunicación *Unha nova política turística na UE: cara a unha maior colaboración no turismo europeo*. Aínda que nesta nova política o turismo a nivel europeo segue permanecendo nun segundo plano como elemento de complementariedade ás políticas individuais de cada Estado nesta materia, supón un gran paso adiante para o desenvolvemento do sector no cadro europeo, xa que se centra, entre outros aspectos, na integración das medidas relacionadas co turismo, con especial referencia á lexislación, ás políticas económicas e aos instrumentos financeiros europeos.

2.3. UNHA VISIÓN DIFERENTE DA PTC BAIXO A CONCEPTUALIZACIÓN NOUMÉNICA DO TURISMO

No epígrafe anterior tratouse a evolución do turismo no marco lexislativo da UE baixo o actual enfoque fenoménico, poñendo de manifesto que a formulación dunha posible PTC se albisca dificultosa ante o recorrente carácter complementario que se lle outorga a este sector, que se ve afectado polas actuacións realizadas noutras ramas produtivas “verticais”.

Neste apartado, porén, é obrigado realizar un exercicio de construción e previsión do que podería ser unha posible PTC baixo un enfoque nouménico, xa que este non se atopa academicamente aceptado na actualidade e, polo tanto, non se desenvolveu esta posibilidade na literatura existente, e moito menos na práctica.

Partindo de que o enfoque nouménico desenvolve un modelo similar ao que existe noutros sectores produtivos, cunha definición de produto turístico acabado apto para o consumo (plan de desprazamento circular), sen as ambigüidades e os problemas de delimitación que afectan ao enfoque fenoménico –no que o produto turístico está integrado pola cesta de bens e servizos consumidos polo turista, cuxos

elementos non están claramente definidos nin identificados–, as liñas que delimitan a PTC quedan igualmente definidas, sen problemas de “intrusión” doutras políticas e sectores. Isto permitiría o desenvolvemento dunha lexislación turística non como apoio ou como complemento doutras, como citan os textos europeos, senón de forma autónoma e independente, e con identidade propia.

Baixo o enfoque de demanda, que se tratou no epígrafe precedente, o turismo adquiriu tal importancia no seo comunitario que se concibe a necesidade dunha política común que o regule e que lle outorgue un sentido de globalidade.

Así e todo, desde o enfoque de oferta a concepción fenoménica do turismo como unha das ramas produtivas máis importantes da economía mundial e de moitos países non sería tal. Se desposuímos o turismo da súa “horizontalidade” para concibilo coma un sector vertical, non se podería considerar como a principal industria de moitos países que actualmente se cualifican como “turísticos” en función do volume de chegadas de turismo internacional. Probablemente por isto, a importancia que se lle outorga actualmente ao turismo na UE, sobre todo nos denominados “países tradicionalmente turísticos” como Francia, España ou Italia, veríase reducida ante esta nova orientación, polo que se cuestionaría un dos motivos que xustifican a aparición desta PTC baixo o enfoque de demanda: a importancia do turismo na UE.

Incórrese, polo tanto, nun paradoxo? Respondendo esta pregunta, cómpre dicir que non existe paradoxo ningún, malia que do razoamento anterior pareza deducirse o contrario. A explicación é sinxela: pártese dun erro de base cando se formula unha política común pola importancia do sector na economía dun determinado conxunto territorial. A existencia deste tipo de políticas debe verse sustentada pola súa necesidade real e, polo tanto, basearse na formulación de que a través dela se conseguiría solucionar os problemas que dificultan o correcto desenvolvemento do sector, á vez que se dotaría dunha maior homoxeneidade e imaxe turística global á UE a través dunha regulación común para a elaboración dos plans circulares das empresas turísticas (mercantís ou non), constituíndo este un paso máis no proceso de integración.

No enfoque convencional tamén se parte da visión do turismo como motor de desenvolvemento e dinamización do territorio, polo que unha PTC contribuiría á consecución do obxectivo de converxencia europea. Con todo, baixo o enfoque de oferta, é o desenvolvemento do país ou do territorio o xerador de turismo, e non ao contrario, ao non considerar o turismo como chegada de visitantes, senón como produción de plans de visita, co que se abandona a idea convencional de que só os países que reciben visitantes son turísticos e pásase a considerar como tales aqueles que producen ou ensamblan os servizos facilitadores e incentivadores daqueles países que os ofrecen. Polo tanto, os países considerados turísticos baixo o enfoque de demanda pasan agora a considerarse só como países auxiliares de turismo ou como abastecedores de servizos.

Baixo este razoamento chégase á conclusión de que en realidade os países produtores/ensambladores son os que dominan o mercado, porque as súas empresas tu-

rísticas (tour-operadores) concentran a demanda de servizos auxiliares, mentres que nos países que producen estes servizos esas empresas son pequenas e teñen moi pouco poder de mercado. Polo tanto, o desenvolvemento territorial fomentárase a través da correcta orientación dos investimentos dos diferentes Estados membros, países con servizos incentivadores e facilitadores que poden transformalos en turismo cunha adecuada PTC.

3. SEGUNDA LIÑA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISE EMPÍRICA

3.1. METODOLOXÍA

A investigación empírica deste traballo baséase na análise dos resultados obtidos a partir dun proceso de entrevistas a expertos, entendendo como tales aquelas persoas físicas con profundos coñecementos sobre o sector turístico e que participan nel a través de asociacións, de organismos públicos e/ou privados, de observatorios, de centros de investigación, de universidades, etc. Exclúese deste concepto tanto aos demandantes (turistas) como aos oferentes de turismo (axentes que participan directamente na configuración da viaxe, tales como os grupos turísticos, os hoteis, os tour-operadores ou as axencias de viaxe) no enfoque convencional.

Na selección da mostra representativa do grupo de expertos empregouse unha mostraxe a criterio ou intencional, que é un procedemento de mostraxe non probabilística que se caracteriza porque é o propio investigador o que selecciona os individuos que considera máis apropiados. Este tipo de mostraxe utilízase en investigacións exploratorias como a nosa, e imposibilita a medición do erro mostral, polo que as posibles conclusións e afirmacións extraídas da análise dos datos proporcionados non se poden considerar definitivas. Con todo, é un criterio que se adoita aplicar cando se toman mostras de expertos, e considérase que os resultados obtidos son indicativos das tendencias e opinións xerais, segundo o criterio do propio investigador, xa que se logrou unha alta calidade da información obtida malia non traballar cunha mostra de gran tamaño. Segundo Rothman (1986), o problema de determinar o tamaño da mostra máis adecuado non é de natureza técnica, susceptible de ser resolto pola vía do cálculo, senón que ten que afrontarse mediante outros elementos como son o xuízo, a experiencia e a intuición.

Atendendo ás necesidades da investigación, a selección realizouse tendo en conta tanto a posibilidade de acceder aos diferentes entrevistados como á súa vinculación co turismo desde diversos ámbitos (académico, profesional), e a nivel tanto nacional como internacional (contouse coa opinión de expertos de países como, entre outros, EE.UU., Francia, Turquía ou Italia). Desta maneira, atendendo aos criterios anteriormente mencionados, seleccionouse unha mostra composta por corenta e tres expertos en turismo (anexo). No cadro 2 especificáanse as características da selección mostral efectuada.

Cadro 2.- Características da selección mostral de expertos

Poboación	Todas aquelas persoas físicas relacionadas profesionalmente ou non co sector turístico, con amplos e profundos coñecementos deste sector desde unha perspectiva global, excluíndo os axentes que participan directamente na configuración da viaxe como, entre outros, os grupos turísticos, os hoteis, os tour-operadores ou as axencias de viaxes. Este universo é tan amplo que se pode considerar infinito
Mostra	Corenta e tres expertos en turismo en diferentes campos (universitario, consultoría, dirección de proxectos) e de diferentes nacionalidades
Alcance temporal	2006-2007
Alcance espacial	Fundamentalmente expertos de nacionalidade europea, aínda que tamén se inclúe a opinión de expertos de EE.UU.

FONTE: Elaboración propia.

O proceso de recollida da información desenvolveuse fundamentalmente de maneira *on line*⁸, mencionándose como excepcións a realización puntual de entrevistas persoais e telefónicas.

3.2. RESULTADOS E ANÁLISES

3.2.1. Conveniencia dunha PTC

Ante a progresiva adquisición de importancia do turismo na UE, reflectida no volume cada vez maior de textos referidos a el e á normativa reguladora, o papel do turismo na actual UE formulouse de novo no proxecto de Constitución europea, *Tratado polo que se establece unha Constitución para Europa*, e no marco da renovación da Estratexia de Lisboa, e nelas non se propón unha harmonización europea nesta materia, senón máis ben unha actuación a nivel comunitario só como apoio, coordinación ou complemento ás políticas turísticas de cada Estado membro.

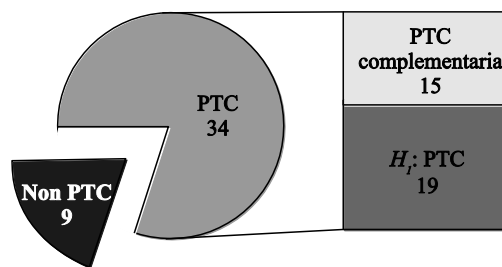
Observada a mencionada tendencia da UE con respecto ao turismo, e inscrita nesta liña actual de posicionamento do sector turístico dentro das competencias da Unión Europea, pregúntaselle ao grupo de expertos entrevistados a súa opinión sobre os seguintes aspectos: sería conveniente que a UE creara unha PTC propia?; a súa postura inclínase máis cara a unha política comunitaria en materia de turismo cunha forma de competencia complementaria que reforzara o papel do turismo noutras políticas como a rexional, de cohesión, de redes transeuropeas, de medio ambiente, etcétera?; defende outra postura ou alternativa diferente?

Cómpre tratar as opinións recollidas con especial minuciosidade, xa que, malia que nun primeiro momento se pode dicir que nove dos entrevistados non se mostran de acordo coa creación dunha PTC, mentres que os outros trinta e catro se manifestan favorables á súa existencia, da desagregación destes últimos podemos ob-

⁸ A entrevista *on line* é unha anovadora técnica para a compilación de información primaria, especialmente adecuada para investigacións cunha poboación moi dispersa xeograficamente e de difícil acceso. Neste caso, pola dispoñibilidade dos entrevistados e dado o seu nivel de ocupación, realizouse un tipo de entrevista asincrónica, xa que se realizou por e-mail (Flick, 2002; Becker e Bryman, 2004).

servar o seguinte: quince deles apoian unha política turística común se esta adquire a forma de política complementaria, mentres que os dezanove restantes apoian a formulación dunha PTC seguindo parámetros e estruturas de configuración básicas similares ás políticas comunitarias que xa existen (figura 1).

Figura 1.- Opinión dos expertos sobre a PTC



FONTE: Elaboración propia.

A continuación, analízanse polo miúdo tanto estas dúas posicións observadas na aceptación dunha PTC baixo formas de configuración, aplicación e ámbito competencial diferentes, como a do grupo de expertos que se manifesta oposto á creación dunha PTC con independencia de cal fose o seu carácter ou a forma que esta adquirise.

♦ *Creación dunha PTC ou dunha PTC complementaria.* Tal e como se acaba de sinalar, trinta e catro dos expertos entrevistados móstranse favorables á creación dunha PTC. Deste conxunto xorden, á súa vez, dúas correntes que diverxen na formulación, na estrutura e nas competencias que esta política adquiriría. Así, dezanove dos expertos inclínanse a favor da creación dunha PTC, tal e como se entenden actualmente as outras políticas comúns existentes, é dicir, implicando unha cesión de soberanía nesa materia por parte dos Estados membros en favor da UE.

Con todo, e malia a aceptación por este conxunto de expertos, cómpre sinalar que destes dezanove expertos dezasete amósanse totalmente de acordo cunha PTC, dadas as repercusións económicas, sociais, ambientais... do turismo na UE; mentres que dous mostran unha posición favorable á PTC con determinados matices, xa que están de acordo cunha futura PTC pola necesidade de coordinar as accións turísticas dos Estados membros e para evitar solapamentos, pero consideran que non é unha prioridade para a UE.

Por outra parte, quince dos expertos entrevistados inclínanse pola creación desa PTC cun sentido de complementariedade, non de substitución das competencias turísticas nacionais, reforzando o papel que desempeña o turismo no ámbito do resto das políticas (transporte, medio ambiente, urbanismo, etc.) e orientada a promover os destinos turísticos europeos no exterior e a fomentar as infraestruturas turísticas de calidade. Moitos deles defenden que esta postura é unha alternativa máis viable

que unha PTC, e tamén que comporta numerosas vantaxes para o desenvolvemento e a consolidación deste sector.

O conxunto de expertos que se mostra favorable á existencia dunha PTC, ben nun sentido amplo ou ben como unha política complementaria, destaca unha serie de vantaxes da implantación desa política común, entre as que se poden mencionar as seguintes:

- Potenciar o papel do turismo como elemento de desenvolvemento das rexións europeas, xa que favorece a creación de emprego, fomenta o entendemento entre as persoas, posibilita o crecemento das rexións... Desta forma, contribúese á cohesión territorial e social do espazo comunitario, permitindo unha aproximación global en Europa máis harmoniosa entre o norte e o sur.
- Facilitar a resolución de reclamacións nos casos de turismo internacional e fomentar a existencia dun maior número de normas de protección do patrimonio e da natureza, así como unha adecuada política de ecotaxas turísticas para combater o cambio climático, entre outras.
- Destinar recursos específicos ao sector turístico, influíndo directamente nel, ademais de favorecer a canalización dos fluxos das subvencións cara ás áreas máis necesitadas.
- Posuír unha política fiscal harmonizada, unha homologación das calidades dos servizos turísticos, da formación e capacitación para acceder aos postos de traballo deste sector, así como das normas comúns de clasificación (para a hostalería, por exemplo). Todo isto pode considerarse como un “plus” para a comercialización das ofertas turísticas europeas.
- Dotar dun maior dinamismo o turismo no conxunto europeo, permitindo unha mellor relación custo-efectividade e un rápido retorno do investimento, ademais de facilitar a posta en marcha de iniciativas para a creación de redes e circuítos no ámbito europeo.

♦ *Oposición á creación dunha PTC ou dunha PTC complementaria.* Finalmente, existe un grupo de expertos –en concreto nove dos corenta e tres entrevistados– que non se mostra de acordo coa creación dunha PTC propia, sen apostar tampouco por unha PTC complementaria. Entre os argumentos que os levan a rexeitar a PTC podemos sinalar os seguintes:

- A non factibilidade da existencia dunha PTC, por ser un proxecto demasiado ambicioso e complexo tanto desde o punto de vista da regulación do comportamento de todo tipo de aloxamentos turísticos, empresas de restauración, axencias de viaxe, empresas de transporte, etc., como desde o punto de vista da harmonización de todas as lexislacións⁹.

⁹ Con respecto ás lexislacións, cómpre ter en conta que, por exemplo, tan só en España existen dezasete lexislacións diferentes sobre turismo, unha por cada comunidade autónoma.

- Unha PTC non é nin concibible nin útil. Algúns expertos non a consideran concibible porque perciben o turismo como “plural” no sentido de que un produto turístico agrega catro servizos diferentes: transportes, aloxamento, restauración e lecer. E tampouco a consideran útil pola existencia de demasiadas tipoloxías diferentes de turismo: de balneario, de montaña, urbano, rural, de negocios, deportivo, cultural, etc.
- Nos plans rexionais de desenvolvemento xa está recoñecido e inscrito o papel do turismo como actividade económica fomentadora e impulsora do desenvolvemento das rexións e das zonas en declive social ou económico, polo que legislar explicitamente esta materia resultaría un labor ineficaz.
- A creación dunha política vertical vese imposibilitada polos diferentes intereses dos Estados membros e pola chamada “transversalidade” do sector turístico¹⁰.

Entre os integrantes deste grupo de expertos contrarios á PTC, algúns apostan pola mesma liña de formulación e tratamento da materia “turismo” que a seguida pola UE ata o momento, isto é, medidas de apoio e de coordinación de actuacións turísticas sen a existencia dunha harmonización común europea, mentres que outros propoñen medidas e actuacións turísticas diferentes. Entre estas posibles alternativas á PTC, expoñen as seguintes:

- A aposta, máis que por unha PTC, por unha pequena unidade de turismo que estea presente nas demais unidades e nas reunións destas, e que se encargue de realizar un seguimento das decisións que lle poidan afectar ao turismo. Actualmente, existe unha unidade de turismo, pero non asiste ás reunións e non se ten en conta, xa que ten moi pouco peso por ser demasiado pequena, polo que se propón dotar esta unidade de máis poder en sentido amplo.
- A formulación dun modelo de estrutura similar ao francés, adoptándoo a nivel europeo: un comité que reúna ás diferentes competencias (medio ambiente, transportes, urbanismo, etc.) cun responsable encargado do seu seguimento, para outorgarlles unha certa coherencia ás políticas adoptadas que afecten ao sector.

¹⁰ En numerosos textos e documentos tanto europeos (por exemplo, no publicado no *DO* nº C 255, de 14/10/05, pp. 0014-0021) coma de organismos internacionais –OMT e Programa Medioambiental das Nacións Unidas (2008, p. 99) e OECD (2001, p. 131)–, faise referencia ao turismo como “sector transversal”. Ademais, a través dos resultados obtidos nas entrevistas realizadas observouse que numerosos expertos tamén cualifican o turismo como “transversal”, citando esta característica como un posible obstáculo para a implementación dunha PTC, atranco para o que non ofrecen unha solución suficientemente satisfactoria. Porén, para Muñoz de Escalona, o emprego desta palabra no ámbito económico e de sectores no que se desenvolve a nosa análise é incorrecto, xa que en economía só caben dous enfoques: o vertical –ou de oferta– ou o horizontal –ou de demanda–. Polo tanto, cando se alude á transversalidade do turismo, interpretamos que se está facendo referencia a este como un sector definido desde a demanda e non desde a oferta, polo que o termo correcto para caracterizalo sería o de sector horizontal; con todo, ao longo deste artigo seguirase empregando o termo “transversal” cando se citen palabras literais da mostra de expertos.

3.2.2. Inexistencia dunha PTC

Ante a xeneralizada resposta afirmativa dos expertos á creación dunha PTC (cun sentido de complementariedade ou non) e as numerosas vantaxes mencionadas da súa implementación, imponse unha aproximación con respecto á existencia dos inconvenientes para a súa aplicación, así como as posibles causas da súa inexistencia. Para estas cuestións existe un amplo abano de respostas dos expertos, que se expoñen deseguido.

♦ *Inconvenientes e requisitos da creación dunha PTC.* Entre os principais inconvenientes de implementación dunha PTC mencionados polos expertos podemos citar os seguintes:

- A existencia de pouca ou limitada diferenciación na forma e/ou no tipo de produtos e servizos turísticos debido ao marco regulador e á harmonización de sistemas.
- A posibilidade de que induza a unha política de prezos non moi atractiva para o consumidor final en certos produtos turísticos non tradicionais.
- A probabilidade de que un país, por razóns de recursos, tome o control e termine impondo políticas que beneficien a un só segmento.
- A posible existencia de blo-queos políticos derivados das diferentes visións que cada país posúe do turismo en función da súa actividade principalmente emisora ou receptora, así como en función da importancia do turismo para a súa economía.
- A dificultade de globalizar os diferentes enfoques aos que afecta unha PTC (reglamentario, económico e/ou fiscal, promocional, etc.).

Ademais destes inconvenientes, o grupo de expertos tamén considera necesaria unha serie de requisitos para a posta en práctica da PTC, entre os que podemos sinalar, en primeiro lugar, que é preciso que exista unha clara e coherente política turística a nivel local, rexional e nacional; e que cómpre definir previamente as fronteiras do turismo para evitar interaccións entre as distintas políticas, xa que a incidencia das actuacións turísticas noutras políticas da UE (infraestruturas, ordenación do territorio, urbanismo, medio ambiente, etc.) pode considerarse como un inconveniente.

♦ *Causas da inexistencia dunha PTC.* Entre as múltiples causas explicativas da inexistencia dunha PTC podemos identificar, entre outras, as seguintes:

- O dominio do turismo en Europa por parte de grandes cárteles, como o Touristik Union Internacional (TUI).
- Un problema de natureza política, xa que o turismo é unha materia na que as competencias están moi repartidas entre as distintas Administracións Públicas, dependendo en exceso de políticas nacionais ou locais.

- A consideración do turismo como un ámbito relativamente novo, xa que é o sector que se desenvolveu máis recentemente.
- A existencia de poucas políticas turísticas comunitarias, xunto coa tendencia á desarticulación da política agrícola común (PAC).
- A falta de concienciación a nivel político da importancia real do turismo. No seo da UE o turismo non se considera unha actividade prioritaria, é dicir, non se percibe como un ámbito independente, senón como subsidiario doutras políticas. Desta forma, en moitos casos as Administracións sitúan as competencias en turismo como unha responsabilidade de segundo nivel, cando deberan ir xunto coas da área económica.

Con todo, mentres que as respostas anteriores son froito da opinión dun reducido grupo de expertos que coinciden nas súas ideas, da análise das múltiples entrevistas realizadas obsérvase que se incide de forma recorrente en dúas posibles explicacións, que son defendidas por unha ampla maioría:

- 1) Dezaseis dos corenta e tres entrevistados sinalan a existencia de dicotomías, de intereses diferenciais ou de heteroxeneidades no ámbito turístico entre os Estados membros da UE polo que respecta á importancia do turismo no seu PIB, pola “tradicón” turística do país, polo carácter de país receptor ou emisor, etcétera, o que conduce a un desacordo entre os países. Deso maneira, identifícase os países do sur de Europa –o que podemos denominar a Europa mediterránea– como receptores tradicionais de turismo, e para cuxa economía este sector ten unha especial importancia. Porén, este non é o caso doutros países, que son os principais mercados emisores europeos como, por exemplo, Reino Unido e Alemaña, o que os podería levar a non poñer unha especial énfase na existencia desta política. Un dos expertos entrevistados mesmo fai referencia a un bloqueo da Europa do norte, que é esencialmente emisora.
- 2) Catorce dos corenta e tres entrevistados sinalan o carácter multisectorial do sector turístico.

Empregando termos como “transversalidade”, “industria intermediaria” ou “sector configurado por moitos sectores” para referirse ao sector turístico, o grupo de expertos que defende esta postura conflúe na mesma idea: o carácter do turismo, que se ve afectado por medidas tomadas noutros ámbitos, impide a súa concepción como un sector en si mesmo ao que se poida chegar de forma directa e non a través doutras políticas que incidan nel.

4. SÍNTESE, PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS E OPINIÓN DA AUTORA

Ao longo deste artigo analizouse un aspecto específico e concreto do sector turístico –a PTC– desde dúas liñas de investigación diferentes:

- Unha liña teórica, na que se reflexiona sobre a conceptualización fenoménica ou nouménica deste sector. Na práctica, é o enfoque fenoménico o que está académicamente aceptado e en vigor. Baixo este enfoque, e no ámbito da UE, demostrouse a existencia de diferentes medidas que afectan ao turismo, promocionando o seu papel como impulsor do desenvolvemento e creador de postos de traballo, como elemento de cohesión e de enriquecemento cultural, etcétera. Ademais, nalgúns documentos tamén se fai mención a unha PTC, aínda que na actualidade o turismo sexa un ámbito no que a UE realice, fundamentalmente, accións de apoio ou de complemento. Xunto con esta análise da realidade, realizouse un exercicio de conceptualización do turismo baixo o outro enfoque tratado (o nouménico) e as súas posibles implicacións no deseño dunha PTC. Como resultado de ambas as dúas análises, quedan patentes as grandes diferenzas de concepción que separan estes dous enfoques, dando lugar a repercusións moi disímiles sobre unha posible PTC.
- Unha liña de aplicación práctica, porque o lento proceso de desenvolvemento da lexislación turística europea, así como os numerosos problemas e a falta de apoio de moitas institucións comunitarias aos que se enfronta a PTC, leva a cuestionar a idoneidade da súa formulación. Desta maneira, selecciónase unha mostra de expertos en turismo, dos que a maior parte dos entrevistados (trinta e catro de corenta e tres) considera adecuada a existencia dunha PTC ben nun sentido amplo (coma o resto das actuais políticas comúns) ou baixo a forma de política complementaria.

A través das respostas dos expertos destácase que a inmensa maioría deles conciben o turismo desde un punto de vista de demanda, independentemente de que aposten por unha PTC nun sentido amplo ou de complementariedade. Aqueles que consideran adecuada a creación dunha PTC en sentido amplo atópanse co inconveniente da complexidade da súa implementación dentro do enfoque no que están inmersos actualmente (de demanda). Aqueloutros que a conciben desde un punto de vista complementario toman unha posición máis acorde co actual enfoque convencional (o turismo non é máis que un agregado doutras ramas verticais e, polo tanto, debe complementar estas e non ter unha formulación propia), pero tamén se enfrontan cos problemas de complexidade, de falta de definición e de delimitación do turismo á hora de deseñar a PTC.

Polo tanto, e a pesar de que as opinións do grupo de expertos sinalan a conveniencia da creación dunha PTC, o principal obstáculo para o seu deseño e implantación é, na miña opinión, ademais da existencia de políticas turísticas propias en cada un dos Estados membros –o que condiciona unha posible PTC en diversos aspectos e ámbitos, fundamentalmente, competenciais–, o enfoque fenoménico baixo o que se formula. Esta afirmación baséase nos dous principais motivos que xustifican a inexistencia dunha PTC, segundo a mostra de expertos seleccionada:

- O enfoque horizontal do turismo: non se pode deseñar unha PTC se se concibe o sector de forma “transversal”.
- A diferente representatividade do turismo para a economía nacional dos Estados membros: baixo o enfoque de demanda de turismo existen países principalmente produtores de paquetes turísticos e outros países que son consumidores, o que implica que poidan existir intereses diferenciais.

Desde o meu punto de vista, con todo, é posible salvar estes obstáculos se se adopta unha visión nouménica do turismo. Polo que respecta ao primeiro deles, todas as políticas comúns da UE fan referencia a unha rama produtiva ou a un sector da economía concibido como un conxunto homoxéneo de actividades produtivas. Muñoz de Escalona está convencido de que na UE se podería implantar unha PTC se o turismo fose definido e estudado cun enfoque nouménico, é dicir, cunha concepción “vertical”, o que suporía concibililo como un sector produtivo similar a calquera outro. E polo que se refire ao segundo aspecto mencionado, isto é, a existencia de intereses diferenciais en materia turística entre os Estados membros, *grosso modo* entre o norte e o sur europeos, cómpre lembrar que esta dicotomía entre países emisores e receptores de turismo se presenta no enfoque convencional, pero adoptando a visión nouménica se ve máis beneficiado o país que ofrece o plan circular que o que recibe os visitantes.

Baixo o enfoque fenoménico enténdese por produto turístico todo ben ou servizo que demande o turista, desde o aloxamento ata a alimentación. Polo tanto, isto outórgalle un carácter ilimitado, heteroxéneo e complexo, posto que abarca todos os sectores económicos, e de aí que se fale da horizontalidade do turismo.

Baixo o enfoque nouménico, desde o momento que o produto turístico se identifica como un só (plan de desprazamento circular), que se enmarca dentro do sector servizos e que identifica unha multitude e variedade dos denominados “produtos turísticos” do enfoque convencional con servizos facilitadores ou incentivadores, distínguese claramente que o lugar de produción turística normalmente non coincide co consumo turístico –o aloxamento, o transporte, a alimentación, etc. sitúanse no denominado país de destino, mentres que a empresa que elabora o produto turístico se localiza no país de procedencia do turista–. Isto implica un cambio de visión con respecto ao que actualmente se entende por “país tradicionalmente turístico” (baixo o enfoque de oferta coincidiría cos países nos que se consome o produto turístico) e cunha reorientación dos investimentos que lles outorgaría unha maior relevancia que a actual ás empresas e aos países produtores de turismo.

No mesmo sentido, obsérvase que tanto os inconvenientes sinalados polos expertos para a posta en práctica dunha PTC como os argumentos defendidos polos que se opoñen á creación desa política non teñen cabida máis que baixo un enfoque de demanda. A través do enfoque de oferta superaríanse moitas das dificultades e inconvenientes aos que actualmente se enfrenta o turismo para o seu desenvolvemento, e que obstaculizan a formulación dunha PTC. Sirva como exemplo o caso das estatísticas e dos investimentos turísticos.

No caso das estatísticas, un dos principais problemas actuais na elaboración das estatísticas de turismo radica, precisamente, na dificultade de cuantificación dalgúns dos compoñentes do turismo, entendido baixo a visión de demanda, xa que está formado por elementos subxectivos (como o grao de satisfacción do turista) e por outros elementos que non están claramente identificados (como o conxunto de bens e servizos considerados turísticos). Segundo Jaén Ávila (2005), os datos empregados para analizar o turismo non responden á realidade, xa que se basean nun enfoque errado. Este autor cita como exemplo os ingresos por turismo, ao considerar como produto turístico todo ben e servizo demandado polo turista. Segundo a Clasificación Uniforme de Actividades Turísticas (CIUAT) son cento dezasete actividades as que poden xerar estes ingresos, actividades que se enmarcan tanto no sector primario como no secundario e no terciario, e que se volverán contabilizar nas súas respectivas partidas da balanza de pagamentos. Cun único produto turístico (o plan de desprazamento de ida e volta, pertencente ao sector servizos) evitaríanse estes problemas de dobre contabilización, así como a heteroxeneidade e a amplitude de actividades que sería preciso ter en conta nas estatísticas turísticas.

No caso dos investimentos turísticos, o modelo de oferta permite orientar as estratexias investidoras de forma máis eficaz que o modelo de demanda, impulsando o investimento en servizos incentivadores aos que o modelo convencional lles presta pouca atención por consideralos como “innatos” ao territorio (Muñoz de Escalona, 2007a). Co enfoque de demanda, os produtores de servizos incentivadores e facilitadores poderán investir neles, evitando que os beneficios que xeren se destinen aos países nos que se atopan as empresas turísticas (comerciantes por xunto e tour-operadores). Porén, no enfoque nouménico estas dificultades non existen, xa que o produto turístico está claramente definido –non inclúe os servizos facilitadores nin incentivadores–, de forma que a PTC afectaría ás empresas de turismo, que son exclusivamente as que elaboran os plans de desprazamento circular.

En definitiva, as dúas liñas que conforman o obxecto desta investigación están relacionadas, de forma que se o enfoque nouménico se consolidara, conseguindo un cambio de paradigma en turismo, facilitaríase o deseño e a formulación dunha PTC na UE, que a maioría dos expertos entrevistados conciben como adecuada polas múltiples vantaxes e beneficios que pode ofrecerlle ao sector turístico.

É certo que este cambio de visión do turismo como fenómeno ao turismo como nómeno suporá un grande esforzo e un investimento temporal e monetario desde diferentes ámbitos, comezando polo ámbito académico (que deberá desenvolver a teoría nouménica, abandonar os antigos convencionalismos e dar un xiro de cento oitenta graos a crenzas e frases tan manidas que sentaron cátedra como verdades irrefutables) e finalizando polo ámbito empresarial (xa que na actualidade non existen empresas mercantís produtoras de turismo).

No entanto, e malia que o enfoque nouménico do turismo conta hoxe en día cun escaso apoio dentro da comunidade de expertos en turismo, podería pensarse que se non é o enfoque correcto se aproxima moito máis á realidade turística que o enfoque fenoménico, e que o esforzo polo cambio ao que se fai referencia será míni-

mo en relación cos numerosos resultados positivos que se obterían. Tan só con evitar os crebacabezas que supón a elaboración das estatísticas turísticas, posiblemente pagaría a pena.

E para finalizar, cítase unha interesante reflexión do escritor e filósofo Ralph W. Emerson: “*toda reforma foi nun tempo unha simple opinión particular*”.

ANEXO

MOSTRA DO GRUPO DE EXPERTOS

- FLORENCE AKAR. Xefe do Servizo de Estratexia e Prospectiva da Casa de Francia.
- MARÍA DOLORES BORRELL MERLIN. Instituto Universitario de Ciencias Ambientais da Universidade Complutense de Madrid.
- ADRIÁN BULL. Director do Departamento de Turismo da Universidade de Lincoln (Inglaterra).
- JEAN CRUSOL. Profesor da Universidade das Antillas e da Güiana / Expresidente da Axencia de Turismo de Martinica.
- JOSÉ MARÍA DE JUAN ALONSO. Socio director de KOAN Consulting, SL (consultores turísticos) / Presidente da Sociedade Española de Ecoturismo / Profesor da Escola de Turismo da Universidade de Valladolid.
- MARÍA DOLORES FERNÁNDEZ DE LA TORRE MADUEÑO. Profesora da Escola Universitaria de Turismo da Universidade de Málaga.
- MÓNICA FIGUEROLA MARTÍN. Directora xeral de Turismo da Consellería de Turismo, Medio Ambiente e Política Agrícola Común Territorial do Goberno da Rioxa.
- JULIO GARCÍA SÁNCHEZ. Servizo de Calidade e Innovación da Dirección Xeral de Calidade, Innovación e Prospectiva Turística da Consellería de Turismo, Comercio e Deporte da Xunta de Andalucía.
- MANUEL GÓMEZ LUQUE. Director executivo do Observatorio Turístico da Provincia de Cádiz da Universidade de Cádiz.
- LEONORA C. HAMILTON. Catedrática en Mercado, Estratexia de Negocios e Entrepreneurship / Investigadora e consultora de turismo / Profesora da Facultade de Administración de Empresas da Universidade de Porto Rico-Mayagüez.
- JAFAR JAFARI. Editor e fundador de *Annals of Tourism Research* / Profesor do Departamento de Hospitalidade e Turismo da Universidade de Wisconsin-Stout (EE.UU.).
- ÉVA KOZMA. Licenciada en Relacións Internacionais e Turismo (Hungría).
- JEAN-PATRICE LACAM. Profesor de Socioloxía e docente do *Séminaire de Sociologie du Tourisme et de la Villégiature*. / Universidade de Bordeos 4 e IEP de Bordeos (Francia).
- ROBERT LANQUAR. Experto de varios organismos internacionais como a OMT, o PNUD ou o PNUMA / Consultor internacional de turismo (EUROMED).
- PILAR LOBO MONTERO. Xeógrafa e técnica superior do Instituto de Estudos Turísticos.
- ENRIC LÓPEZ. Coordinador de másteres oficiais EUHT CETT / Director do máster oficial *Gestió Estratègica de les Empreses Turístiques* / Director do máster *e-Tourism* / EUHT CETT (Barcelona).
- ISABEL LÓPEZ GARCÍA. Profesora axudante doutora da Facultade de Filosofía e Letras e da Escola Universitaria de Turismo da Universidade de Málaga.
- JOSETTE MESPLIER-PINET. Docente e investigadora en Economía do Turismo da Universidade de Bordeos (Francia).
- ARMANDO MONTANARI. Investigador en turismo en *La Sapienza* / Curso de Graduación en Ciencia do Turismo / Universidade de Roma (Italia).
- JOSÉ MARÍA MORILLO. Xefe do Servizo de Turismo e Promoción da Cidade do Concello de El Puerto de Santa María (Cádiz).
- FRANCISCO MUÑOZ DE ESCALONA. Científico titular xubilado do Instituto de Economía e Xeografía do CSIC / Economista do turismo.

- ENRIQUE NAVARRO JURADO. Docente e investigador / Autor de estudos monográficos sobre territorio e turismo / Universidade de Málaga.
- YOLANDA ONGHENA. Coordinadora do programa *Interculturalitat* / Investigadora en materia turística / Fundación CIDOB (Centro de Investigacións de Relacións Internacionais e Desenvolvemento) de Barcelona.
- KAREN L. ORENDO SERRA. Catedrática asociada (profesora) / Investigadora e profesora de terceiro ciclo en materia turística / Facultade de Administración de Empresas da Universidade de Porto Rico-Mayagüez.
- CLAUDE ORIGET DU CLUZEAU. Presidente da Academia Europea en Turismo de París.
- MONTSERRAT PASCUAL. Xerente do Padroado Municipal de Turismo de Tarragona.
- JOSÉ MANUEL PÉREZ FERNÁNDEZ. Investigador e asesor do Principado de Asturias para o sector turismo / Profesor titular de Dereito Administrativo na Universidade de Oviedo.
- PERSOA NON IDENTIFICADA DO CITTIB. Centro de Investigación e de Tecnoloxías Turísticas / INESTUR / Consellería de Turismo do Goberno das Illas Baleares.
- CLAUDIO PETTI. Coordinador da investigación e dos programas TIC e Turismo da Escola Superior ISUFI da Universidade de Salento (Section e-Business Management).
- JOSÉ MIGUEL RODRÍGUEZ ANTÓN. Catedrático de Organización de Empresas / Responsable da diplomatura de Turismo da Universidade Autónoma de Madrid.
- JESÚS RODRÍGUEZ POMEDA. Profesor titular de universidade relacionado academicamente co sector turístico / Universidade Autónoma de Madrid.
- GÉRARD ROUZADE. Experto asesor sobre o sector turístico en Acclivity North Africa.
- ÁNGEL SÁNCHEZ LEGIDO. Profesor titular de universidade da área de Dereito Internacional Público da Facultade de Dereito de Albacete da Universidade de Castela-A Mancha.
- AMPARO SANCHO. Responsable de investigación en turismo do Instituto de Economía Internacional da Universidade de Valencia.
- BERNARD SCHÉOU. Docente en materia turística / Presidente dunha asociación de “*tourisme équitable*” / Facultade de Deporte, Turismo e Hostalería Internacional da Universidade de Perpignan (Francia).
- ASLI D.A. TASCI Catedrática de Márketing na Escola de Xestión de Hostalería e Turismo da Universidade de Mugla (Turquía).
- EMILIO TORRES MANZANERA. Profesor titular da E.U. Jovellanos da Universidade de Oviedo / Subdirector do Sistema de Información Turística de Asturias.
- JORDI TRESSERRAS. Coordinador do Programa de Turismo Cultural / Director do Laboratorio de Rutas e Itinerarios Culturais da Rede UNITWIN da Cátedra UNESCO *Cultura, Turismo, Desenvolvemento* da Universidade de Barcelona.
- ELENA VALDÉS DEL FRESNO. Directora da Oficina Comercial Española de Turismo en Roma (Italia)
- LUIS VALDÉS PELÁEZ. Profesor titular de Economía Aplicada / Director do máster *Dirección e Planificación do Turismo* da E.U. Jovellanos da Universidade de Oviedo.
- FRANCISCO ALBERTO VALLEJO PEÑA. Profesor asociado / Excoordinador do Observatorio Turístico do Campo de Xibraltar da Universidade de Málaga.
- FERNANDO VERA REBOLLO. Director do Instituto Universitario de Investigacións Turísticas da Universidade de Alicante.
- MAR VILA. Directora do Centro de Dirección Turística / ESADE / Universidade Ramón Llull de Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA

- ARCARONS, I.; SIMÓN, R. (2004): “El proceso de convergencia de las políticas turísticas de la Unión Europea”, en F.J. Melgosa [ed.]: *Derecho y turismo*, pp. 47-63. Salamanca: Universidad de Salamanca.

- BARRIOS, M.; VILLARROYA, A.; BORREGO, A.; OLLÉ, C. (2008): "No respuesta y calidad de los datos en encuestas vía web y correo postal", *V Congreso de Metodología de Encuestas*. Córdoba: Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC).
- BELLIDO BELLO, M. (2007): "Turismo globalizado", *Agenda de la Empresa Andaluza*, 115, p. 5.
- BECKER, S.; BRYMAN, A. [ed.] (2004): *Understanding Research for Social Policy and Practice: Themes, Methods and Approaches*. Bristol: The Policy Press and Social Policy Association.
- CHUCK, Y.G.; FAYOS SOLÁ, E. (1997): *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid: World Tourism Organization.
- COMISIÓN DAS COMUNIDADES EUROPEAS (1996): Propuesta de decisión del Consejo sobre un primer programa plurianual en favor del turismo europeo «Philoxenia» (1997-2000). [COM (1996) 168 final, de 30/04/96]. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- CONTRERAS GARCÍA, J.M. (2008): "Diseño de web interactivas para la encuestación", *V Congreso de Metodología de Encuestas*. Córdoba: Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC).
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D.; WANHIL, S. (2008): *Tourism: Principles and Practice*. Prentice Hall.
- DECROLY, J.M.; HAULOT, A.; DEPREST, F.; JOLIN, L. (2006): *Tourisme et société: mutations, enjeux et défis*. Bruxelles: Université de Bruxelles.
- FLICK, U. (2002): *An Introduction to Qualitative Research*. 2ª ed. London: Sage.
- GOELDNER, C.R.; BRENT RICHIE, J.R. (2006): *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken: Wiley.
- GOODALE, J.G. (2006): *La entrevista: técnicas y aplicaciones para la empresa*. Madrid: Pirámide.
- GRANDE ESTEBAN, I.; ABASCAL FERNÁNDEZ, E. (2007): *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC.
- JAÉN ÁVILA, J.M. (2005): "Concepto de turismo, el producto turístico, de la empresa turística y del turista", *Segundas Jornadas de Turismo Onubense*. Huelva: Universidad de Huelva, Departamento de Dirección de Empresas y Marketing.
- LACOUR, C. (2007): "Tourismes et territoires: de la cueillette à la conquête", *6^e Rencontres de Macôn: Tourismes et Territoires*. Mâcon: Institut de Recherche du Val de Saône-Maconnais
- HALL, C.M. (2008): *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Prentice Hall.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2007a): *El turismo explicado con claridad. Autopsia del turismo*, 2ª parte. <www.eumed.net>.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2007b): "La objetivación unívoca del turismo, meta insoslayable del proceso de científicación", *Estudios Turísticos*, 171, pp. 7-56.
- OMT (2006): *Tourism Market Trends*. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).
- PORRAS OLALLA, G. (2002): "La promoción del turismo en el marco de la Unión Europea", *Estudios Turísticos*, 152, pp. 23-33.
- PAULO, R. (2000): "Tourism in the European Union", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12 (7), pp. 434-436.
- RIVAS GARCÍA, J. (2007): *Estructura y economía del mercado turístico*. Oviedo: Septem.

- RODRÍGUEZ BARRIGÓN, J.M. (2001): “Algunas consideraciones sobre el turismo en la Unión Europea”, *Actas del I Congreso sobre Derecho Administrativo Turístico*, pp. 41-52. Cáceres: Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones.
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, M.M. (2001): “La creación de clusters turísticos como instrumento para la mejora competitiva de los destinos: una aplicación a las rías bajas gallegas”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7 (3), pp. 119-138.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, G.; MARTÍNEZ ROGET, F. [coord.] (2009): *Nuevos retos para el turismo*. A Coruña: Netbiblo.
- SECRETARÍA GENERAL DE ACCIÓN EXTERIOR (2008): *Iniciativas relativas a impulsar una política turística de la UE y opciones de financiación comunitaria*, 2008. Vitoria: Gobierno Vasco, Presidencia.
- ROTHMAN J. K. (1986): *Modern Epidemiology*. Boston, MA: Little and Brown.
- SANDOVAL TABANGO, M.G. (2005): *Determinación del nivel de competitividad del sector turístico en la ciudad de Otavalo: un enfoque de clúster*. (Disertación de Grado). Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía.
- VALDÉS DEL FRESNO, E. (2002): “La presidencia española de la Unión Europea en materia de turismo”, *Estudios Turísticos*, 152, pp. 3-21.
- VALDÉS PELÁEZ, L. (2004): “La política turística de la Unión Europea”, *Quaderns de Política Econòmica*, 7, pp. 114-133.
- VELASCO GONZÁLEZ, M. (2009): “Políticas turísticas de la Unión Europea”, en G. Rodríguez Rodríguez e F. Martínez Roget [coord.]: *Nuevos retos para el turismo*, pp. 35-46. A Coruña: Netbiblo.
- VERHEUGEN, G. (2005): “A Renewed EU Tourism Policy: Towards a Stronger Partnership for European Tourism”, *4th European Tourism Forum*. Malta: European Trade Union Liaison Committee on Tourism (ETLC).