

LA INFLUENCIA DE LA IDEOLOGÍA EN LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA Y SUS ENFOQUES

Resumen del Trabajo de Investigación Tutelado (TFM) para el Concurso de
Distinciones a los mejores TFM de las universidades de la Red INTUR 2016



ÍNDICE DE CONTENIDOS

0. RESUMEN EJECUTIVO.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Ideología y política turística	3
1.2. La política turística española: una revisión histórica	4
2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	6
3. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO	7
4. ANÁLISIS Y RESULTADOS	7
4.1. Resultados del análisis de contenido	7
4.2. Resultados de la Metodología Delphi.....	9
5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES	10
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	11

0. RESUMEN EJECUTIVO

El objeto de estudio del presente proyecto de investigación pretende determinar el contenido y enfoque de las políticas turísticas españolas en la etapa democrática y establecer la orientación ideológica de dichas políticas. Con la finalidad de contextualizar con rigor el proyecto, se ha redactado un marco teórico tras una detallada revisión bibliográfica, que se divide en dos apartados: ideología y política turística; y, en segundo lugar, una revisión histórica de la política turística española. En referencia a la metodología de investigación, se ha empleado un análisis de contenido de cuatro documentos de política turística estatal para determinar el contenido y enfoque de las políticas turísticas; y, en segundo lugar, un Método Delphi para determinar la orientación ideológica de dichas políticas.

Los resultados del análisis de contenido muestran que los distintos planes de turismo aprobados en España cuentan con enfoques diferenciales. Por su parte, los resultados del Método Delphi muestran los diferentes enfoques ideológicos de los distintos planes de turismo, y en una segunda instancia, los expertos participantes establecen relaciones entre algunos contenidos de política turística y su orientación ideológica. Las principales conclusiones del proyecto de investigación son que existen diferencias importantes en el enfoque y contenido de las políticas turísticas de los distintos partidos políticos, pero al mismo tiempo, que existen una serie de contenidos comunes en las políticas de turismo con independencia del partido. En cuanto a la orientación ideológica, con los datos de esta investigación no se puede concluir que exista una relación entre ideología y política turística.

Palabras clave: política, turismo, ideología

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Ideología y política turística

Ladd (1989, p. 11) define la ideología como “un conjunto de creencias políticas y valores que están relacionados entre sí...”. Haciendo especial referencia al turismo, Hall y Jenkins (1995, p. 69) definen la ideología como “un conjunto de valores que definen los parámetros dentro de los cuales se definen y discuten los problemas y se conciben y llevan a cabo las soluciones”. Todos estos argumentos **reflejan la importancia de la ideología en la configuración del contexto para las decisiones políticas sobre turismo**, un aspecto mencionado por Elliot (1997, p. 17) que sugiere que “la gestión del turismo dependerá de la cultura política del país y de la ideología de su gobierno”. Asimismo, Zhang y Yang destacan que el turismo (2009, p. 163) “es ampliamente reconocido como un aspecto positivo y es bienvenido por todas las ideologías políticas alrededor del mundo”.

Dredge y Jenkins (2007) hicieron una revisión histórica de políticas públicas e ideologías, citando a autores tan importantes en el pensamiento económico y político como Adam Smith y Carlos Marx. Adam Smith argumentaba que “las economías de mercado por su cuenta, sin intervención del gobierno, tienden a alcanzar el equilibrio – lo que se denomina la mano invisible –” (Dredge y Jenkins, 2007, p. 77). Por el contrario, Carlos Marx rechazó en sus teorías la noción de los mercados libres definidos por Adam Smith. Adicionalmente, Marx ha sido muy influyente en el desarrollo de la ideología de los partidos socialistas en los tiempos modernos, que han evolucionado desde los principios del socialismo marxista, hacia una nueva ideología que ha recibido el nombre de social democracia. Asimismo, Dredge y Jenkins (2007) mencionan como Keynes propuso una amplia intervención de los gobiernos en la economía. Adicionalmente, Webster e Ivanov (2016) identificaron cinco grandes ideologías políticas en el ámbito del turismo diferenciando aquellas que ponen el énfasis en la **provisión y regulación del Estado**, y aquellas que resaltan **la importancia de las fuerzas del mercado**.

En contraposición a las ideologías socialistas, Harvey (2007, p. 22) argumenta que el neoliberalismo es una teoría de política económica mediante la cual el bienestar social se puede conseguir de mejor forma mediante la “maximización de la libertad empresarial con un marco institucional caracterizado

por los derechos de propiedad privada, mercados sin responsabilidades y el libre comercio". Según los argumentos de Harvey(2007), el neoliberalismo ha fallado en su intento de promover el crecimiento económico mundial, pero ha sido sin embargo un **gran éxito en la restauración de la posición social de las clases dirigentes.**

A continuación, se realiza una revisión de las **principales definiciones del concepto de política.** Airey y Chong (2011, p. 42) dicen que "no existe una definición universalmente aceptada". Dichos autores sugieren que la definición de política más simple fue la proporcionada por Dye cuando describe que política es lo "que los gobiernos eligen hacer o no hacer" (Dye, 1978; citado por Dredge y Jenkins, 2007, p.5).

La **política turística** es un fenómeno complejo debido a que requiere la participación de los gobiernos, la industria turística, los clientes, la comunidad local y otras organizaciones turísticas y sociales, y, por lo tanto, debe recibir atención por parte de los investigadores turísticos, de los partidos políticos, las empresas y destinos turísticos y de la sociedad en general. Sin embargo, de acuerdo con Dredge y Jenkins (2007, p. 13) "todavía el análisis del quehacer político en turismo es muy reducido". En este sentido, se puede argumentar que **la política turística ha sido un área menos estudiada que otros aspectos del turismo.** La razón de la falta de atención hacia la política turística podría ser, de acuerdo con Dredge y Jenkins (2007), que el turismo es un área relativamente nueva de intervención del gobierno.

Por su parte, Fayos-Sola (1996) explica en su investigación cómo el turismo ha evolucionado de un modelo masivo de producción a la Nueva Era del Turismo. Realizando una clasificación de nuevas políticas turísticas, Fayos-Sola (1996) distingue **tres generaciones de política turística.** La **primera generación** se caracteriza por el objetivo de incrementar el número de visitantes y estimular el turismo masivo. Fayos-Sola (1996, p. 408) señala cómo las dificultades económicas en 1970 y a comienzos de 1980 dieron lugar a una **segunda generación de política turística** donde "los impactos sociales, económicos y medioambientales de la actividad turística son mejor entendidos". Sin embargo, la aparición de la *Nueva Era del Turismo* estableció la **tercera generación de política turística** que se basa en promover la competitividad de la industria turística.

Una vez analizados los aspectos específicos de la política turística y su relación con las ideologías y los cambios de gobierno, Dredge y Jenkins (2007) señalan los **diferentes enfoques de planificación turística** identificados por Getz (1986) y Hall (1998), y los critican argumentando que la mejor forma de entender la evolución de la política turística es tomar en consideración la importancia de los cambios ideológicos, generalmente relacionados con el cambio de partido político en el gobierno. De hecho, **la principal hipótesis de esta investigación, es que la ideología ha influido en el desarrollo de las políticas turísticas nacionales en España y que los diferentes partidos políticos han asumido diferentes enfoques de la política turística,** aunque se deberá determinar mediante la metodología el grado de influencia de las ideologías, así como las diferencias en los enfoques y contenidos. Dicha hipótesis se apoya en los argumentos de los investigadores Dredge y Jenkins (2007, p. 226) cuando afirman que "**la política turística pública refleja la ideología del gobierno**". Adicionalmente, la hipótesis de esta investigación también está apoyada por las afirmaciones del estudio llevado a cabo por Wang y Ap (2013, p. 223), quienes citando a Elliot (1997) y Pearce (1992) establecieron cómo "**la ideología de un gobierno que refleja la cultura política nacional y las preferencias de los partidos políticos determinan el estilo de la administración turística pública**".

1.2. La política turística española: una revisión histórica

La Guerra Civil Española entre el bando republicano y el bando nacional paralizó las llegadas turísticas a nuestro país, así como las actividades del turismo doméstico de los ciudadanos españoles (Pellejero, 2004a). Cuando el conflicto civil terminó en 1939, la política turística aplicada por el Gobierno de Franco fue claramente intervencionista (Pellejero, 2004a). Asimismo, el gobierno entendió que el turismo podía ser una de las principales industrias que contribuyeran a la recuperación económica del país después de la Guerra Civil, gracias a la entrada de divisas (Correyero, 2004; Pellejero, 2004a).

España, bajo el Gobierno de Franco, estaba completamente aislada económica y políticamente en el escenario internacional. Sin embargo, entre 1951 y 1962 es importante mencionar que el aislamiento internacional del Gobierno de Franco se redujo significativamente (Pellejero, 2004a). En relación con la política turística, el gobierno creó el Ministerio de Información y Turismo en 1951, y un organismo autónomo denominado Administración Turística Española (Pellejero, 2004b). Incluso más importante se considera señalar la aprobación del **Plan Nacional de Turismo en 1953** (Pellejero, 2004b). Dada la importancia del turismo en España, el régimen aplicó un enfoque intervencionista (Pellejero, 2004a; Pellejero, 2004b; Velasco, 2005) y una **ideología centralista a la política turística** (Ivars, 2004; Pellejero, 2004a; Pellejero, 2004b; Velasco, 2005).

No obstante, el Gobierno de Franco no reconoció las potenciales amenazas del turismo, y esto se relaciona con uno de los cuatro enfoques de la planificación turística definidos por Getz (1987) citado por Ivars (2004, p. 317), quien define esta situación mediante el término anglosajón **boosterism** que significa una “evaluación exenta de críticas hacia el turismo identificándolo como un fenómeno intrínsecamente positivo e ignorando sus potenciales efectos negativos”. Dicho enfoque de la planificación turística asumido por el Gobierno de Franco ha creado algunos de los problemas medioambientales, sociales y de saturación que algunos destinos turísticos españoles siguen sufriendo en la actualidad.

En 1962 el Banco Mundial publicó un informe sobre la economía española incluyendo una sección dedicada al turismo (Pellejero, 2004b; Velasco, 2005). El informe argumentaba que la situación geográfica de España, cercana a los principales destinos emisores del norte de Europa, estimularía la expansión del turismo, pero recomendó al Gobierno de Franco algunas acciones para regular su desarrollo (Velasco, 2005). Tras el Informe del Banco Mundial, Ivars (2004), Velasco (2005) y Pellejero (2004b), describen la aprobación de tres **Planes de Desarrollo Económico y Social**, y cada uno de ellos incluía una sección específica dedicada al turismo, lo cual se relaciona, de acuerdo con los argumentos de Velasco (2005), con la fase de planificación indicativa mencionada por Ivars (2004) cuyo objetivo fue la maximización del crecimiento turístico (Aguiló y Vich i Martorell, 1996; Pearce, 1997; Pellejero, 2004a, Pellejero, 2004b; Velasco, 2005). Asimismo, durante este periodo, el Gobierno de Franco adoptó un **enfoque economicista hacia la política turística** (Ivars, 2004, p. 317) que “concibe el turismo como un instrumento que puede ayudar a alcanzar ciertos objetivos económicos”.

Fayos-Sola (1997, p. 408), como ya se ha analizado, identificó tres generaciones de política turística, y el argumento de la presente investigación es que la política seguida por el gobierno de Franco puede clasificarse dentro de la **primera generación**, dado su objetivo es “estimular el turismo de masas desde el punto de vista cuantitativo”. Asimismo, como bien explica Ivars (2004), existió un elemento de **especulación territorial y una ausencia de planificación turística** específica lo que generó un desarrollo urbanístico masivo.

La muerte de Francisco Franco en 1975 estableció el comienzo de la transición política en España con los gobiernos de UCD bajo la dirección del Expresidente del Gobierno Adolfo Suárez. Durante los últimos años del régimen, la política turística expansiva estaba alcanzado su fin (Velasco, 2005). Los problemas estructurales de los destinos españoles, añadidos a la inestabilidad económica y política, condujeron a la primera crisis del turismo español (Pellejero, 2004b; Velasco, 2005). Dada esta situación, el objetivo básico de la política turística seguida durante esta etapa fue la **limitación del desarrollo turístico y la aprobación de varios Planes de Modernización Hotelera** (Pellejero, 2004b; Velasco, 2005). Dentro de esta fase, se podría aplicar la teoría de Fayos-Sola (1996, p. 408) argumentando que la política seguida por el gobierno de la transición corresponde a la **segunda generación de política turística** dado que “los impactos sociales, económicos y medioambientales del turismo son mejor comprendidos”. Asimismo, la transición política hacia la democracia llevó a la aprobación de la Constitución Española de 1978, que estableció un **sistema político descentralizado**, incluyendo las competencias en turismo, con la creación de las Comunidades Autónomas. Asimismo, se produjo una **reducción del intervencionismo en el ámbito turístico** (Pellejero, 2004a).

En 1982, el candidato del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) Felipe González Márquez, consiguió una importante victoria en las elecciones generales con 202 escaños. La transferencia de las competencias en turismo a las Comunidades Autónomas produjo una confusión inicial en el gobierno central, lo que supuso una **ausencia de una política turística formal hasta 1992** (Pellejero, 2004a; Velasco, 2005). En términos políticos generales, la política seguida durante los primeros años de los gobiernos socialistas se caracterizó por una reducción de la estructura política del turismo (Ivars, 2004; Velasco, 2005), así como por la privatización de algunas empresas turísticas públicas. Desde 1991, como comentó Pearce (1997), el gobierno socialista comenzó a reconocer las debilidades estructurales del modelo turístico español, lo que llevó a la aprobación en 1992 del **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español – FUTURES I**. Dicho documento de política turística representó el primer paso en la definición de una estrategia turística nacional (Pellejero, 2004a). Asimismo, siguiendo el modelo de generaciones de política turística, se puede relacionar este plan de turismo con la **tercera generación de política turística** definida por Fayos-Solá (1996, p. 409), en la cual “la competitividad se convierte en el objetivo fundamental”.

En 1996 José María Aznar, candidato del Partido Popular (PP), consiguió su primera victoria en las elecciones generales con mayoría simple. El **Plan FUTURES II**, aprobado por el anterior gobierno socialista, estaba dando buenos resultados, y consecuentemente el nuevo gobierno tomó la decisión de mantener la política turística (Velasco, 2005). En el año 2000 el Presidente Aznar consiguió su segunda victoria en las elecciones generales, en esta ocasión con mayoría absoluta. En relación con la política turística, el gobierno aprobó el **Plan Integral de Calidad del Turismo Español – PICTE 2000-2006**, estableciendo la calidad como el principal objetivo de la política (Almeida, 2012; Velasco, 2004; Velasco, 2005).

En relación con la política turística de los nuevos gobiernos socialistas de Zapatero (2004-2011), en 2007, después de un extenso proceso de participación de los *stakeholders*, el gobierno aprobó el **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**. El nuevo documento de política turística fue firmado y acordado por el Gobierno de España, todas las Comunidades Autónomas, las autoridades locales y el sector privado. El argumento de esta investigación es que el Plan Horizonte 2020 representa una innovación en la revisión histórica de la política turística que se viene realizando, dado que aplica el **concepto de participación de todos los agentes del turismo**, un alto grado de consenso político y el hecho de que por primera vez los objetivos económicos del plan se presentan alineados con la sostenibilidad del modelo turístico español (Almeida, 2012).

Finalmente, en referencia a la política turística del último gobierno del Partido Popular con Mariano Rajoy como Presidente (2011-2016), los conservadores aprobaron un documento de política turística completamente diferente, que recibió el nombre de **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT)**. El nuevo documento redujo altamente la participación de los agentes involucrados en el turismo, así como la inclusión de los principios de la sostenibilidad turística. Adicionalmente, la hipótesis de esta investigación es que el documento muestra una clara orientación liberal, con medidas como el estímulo de la demanda turística, el incremento de la unidad de mercado, el fortalecimiento de la visión de España como destino unitario, asimismo, el documento propuso la introducción de capital privado en Turespaña.

2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Una vez sentadas las bases teóricas de la investigación, el **objeto de estudio** queda definido de la siguiente forma: determinar el contenido y enfoque de los principales documentos de política turística estatal en la etapa democrática y la distribución de las diferentes ideologías en cada uno de los documentos estratégicos de turismo de los diferentes partidos políticos. Tomando el objeto de estudio general, los objetivos específicos de la investigación se presentan a continuación:

1-Analizar el enfoque de los documentos de política turística estratégica estableciendo cuáles son los principales conceptos que reflejan el contenido de las políticas.

2-Analizar las diferencias de contenido entre los diferentes planes estratégicos de turismo y determinar si dichas diferencias pueden asociarse con un determinado partido político.

3-Por medio de una metodología basada en el conocimiento de expertos en política turística:

3.1.-Desarrollar un estudio exploratorio sobre la orientación ideológica de los diferentes planes de turismo y analizar si los resultados de dicho estudio son coherentes con las ideologías de los partidos.

3.2.-Determinar las posibles relaciones existentes entre algunos contenidos de las políticas turísticas y sus orientaciones ideológicas.

3.3.-Determinar si existen diferencias significativas entre las políticas turísticas desarrolladas por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el Partido Popular (PP).

4-Determinar la importancia de la ideología en la política turística.

5-La apertura de un debate social sobre ideología y política turística, dentro del marco actual de inestabilidad política en el que vive España.

6-Elevar el reconocimiento social y político del turismo como área de actuación de los gobiernos y como asunto de relevancia social para el desarrollo socio-económico de nuestra nación.

3. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

En referencia a los **instrumentos y metodologías de investigación**, este estudio tiene un **carácter combinatorio**, pues al tratar de dar respuesta a dos cuestiones diferenciadas, se van a emplear dos metodologías diferentes:

1-De cara a determinar los enfoques de los diferentes documentos de política turística estatal, la metodología utilizada va a ser el **análisis de contenido**, una técnica puramente cualitativa, que se basa en un análisis pormenorizado de datos secundarios, que en este caso son los documentos de política turística estatal seleccionados para el estudio (Plan FUTURES I, PICTE, Plan Horizonte 2020 y PNIT).

2-De cara a identificar el enfoque ideológico de los diferentes planes estratégicos de turismo y la relación entre ideología y política turística, la metodología empleada va a ser el **Método Delphi**, una técnica cualitativa cuya finalidad es conocer la opinión de una serie de expertos sobre una temática concreta y conseguir alcanzar consensos entre los mismos en una segunda ronda en la que se presentan los resultados obtenidos en la primera fase.

En referencia al **Plan de Trabajo**, en cuanto al análisis de contenido, se realizó una lectura pormenorizada de los cuatro documentos de política turística estatal seleccionados y se extrajeron 338 citas textuales en total, a las cuales se les asignó un concepto de cara a determinar la frecuencia de repetición de los contenidos en cada política turística. En relación con el Método Delphi, se diseñó un cuestionario online para los expertos escogiendo 12 citas textuales de cada uno de los planes y solicitando a los expertos que asignaran una opción ideológica al enunciado de entre cinco disponibles (Izquierda, Social-demócrata, Centro-liberal, Neoliberal y Ninguna de las Anteriores). Finalmente, con el objetivo de la búsqueda de consensos, se elaboró un cuestionario cualitativo para que los expertos expresaran sus opiniones sobre los resultados de las respuestas conjuntas de los cinco participantes.

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1. Resultados del análisis de contenido

Con carácter general, la metodología que se ha seguido para convertir los datos secundarios en datos con formato para ser presentados, es **realizar un recuento manual del número total de conceptos que**

han sido identificados para cada plan de turismo, y posteriormente ordenar los conceptos según su frecuencia de repetición, para lo cual se ha realizado un recuento manual.

Comenzando con el análisis del primer documento de política turística considerado en este estudio, el **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español – Plan FUTURES I (1992-1995)**, el enfoque principal de este documento es la competitividad, que acumula un total de 15 citas textuales sobre un total de 55. El enfoque de competitividad de este primer plan de turismo nacional se relaciona con la pérdida de competitividad que estaba sufriendo el turismo español en los años en los que se aprobó este documento, frente a los destinos competidores del mediterráneo. En segundo lugar, se puede observar cómo tras el análisis de contenido, la categoría de conceptos mercantiles ocupa la segunda posición del enfoque de esta política turística con 11 citas textuales sobre el total. Como ya se ha explicado, los conceptos mercantiles son una agrupación de numerosos términos que están relacionados con las disciplinas de economía y administración de empresas, y se ha decidido agruparlos para evitar presentar una elevada dispersión de conceptos.

Siguiendo con el análisis de resultados, el estudio se centra ahora en el **Plan Integral de Calidad del Turismo Español – PICTE (2000-2006)**. La principal orientación de este documento de política turística desde el punto de vista del contenido es la calidad, que se sitúa en primera posición con un total de 44 citas textuales sobre un total de 108 identificadas. La categoría de conceptos mercantiles, ocupa, a mucha distancia de la primera, la segunda posición del ranking de contenidos elaborado para este plan de turismo con 20 enunciados totales, del mismo modo que en el Plan FUTURES I. Muy de cerca le sigue la categoría de cooperación, que ocupa la tercera posición al igual que en el Plan Marco de Competitividad con un total de 18 citas textuales.

En referencia al **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**, lo primero que debe comentarse es que, a diferencia de los dos planes anteriores, no existe una categoría que ostente la primera posición con gran diferencia, sino que se produce prácticamente un **alineamiento entre la importancia de los primeros cuatro conceptos**. De esta forma, el primer enfoque en importancia desde el punto de vista cuantitativo, es la sostenibilidad con un total de 16 citas textuales sobre un total de 89. No obstante, en segundo lugar, se sitúa el concepto de competitividad con un total de 15 citas textuales, a muy poca distancia por lo tanto del concepto de sostenibilidad. En tercer lugar, aparece el enfoque de bienestar social en las políticas de turismo con un total de 13 citas textuales, pudiendo identificar aquí una diferencia importante con el PICTE del Partido Popular donde el bienestar social se situaba en última posición, y una coherente similitud con las políticas del Partido Socialista. Asimismo, y empatado con el bienestar social, aparece el concepto de participación de stakeholders con un total de 13 citas textuales, lo cual indica el alto grado de compromiso y participación que se alcanzó en la elaboración de esta política turística. Por su parte, los conceptos mercantiles, como agrupación de distintos enfoques de empresa, ocupan la quinta posición en el contenido de este plan con un total de 11 citas textuales, y parece **que puede establecerse aquí una cierta continuidad en la presencia de este concepto en las distintas políticas turísticas elaboradas por los diferentes gobiernos**.

Entrando finalmente al análisis del **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT)**, aprobado por el último gobierno del Partido Popular, se puede apreciar un **claro cambio de enfoque producido por el cambio de partido en el gobierno**, pues a diferencia del Plan Horizonte 2020 donde la sostenibilidad era el principal concepto, en el PNIT los conceptos mercantiles ocupan con mucha diferencia la primera posición del ranking de contenidos, con un total de 28 citas textuales de un total de 87 enunciados. El siguiente concepto en importancia es la sostenibilidad, con un total de 11 enunciados, y a mucha distancia del primer enfoque. Sin embargo, debe señalarse que desde el comienzo de las políticas turísticas estatales con el Plan FUTURES I en 1992, **la sostenibilidad ha sido un concepto que ha ido creciendo en importancia en la política de turismo**, alcanzado su máximo exponente en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020. No obstante, en el PNIT ocupa la segunda posición, lo cual indica también una relevancia importante en el contenido. La competitividad aparece como el tercer grupo en importancia, con un total de 10 enunciados, y puede deducirse también que se trata de uno de los conceptos más importantes en el histórico de la política

turística española. La iniciativa y las necesidades privadas conforman el cuarto puesto con un total de 9 citas textuales, y puede **adelantarse en este momento que se trata de un enfoque de política turística propio del Partido Popular.**

4.2. Resultados de la Metodología Delphi

En referencia a los **resultados de la primera fase del Método Delphi**, se discute ahora la orientación ideológica del **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español – FUTURES I (1992-1995)**. Se debe hacer mención expresa aquí, al hecho de que los resultados de esta sección no son concluyentes, pues están basados en las opiniones de cinco expertos en diferentes ámbitos del turismo, pero no suponen una muestra lo suficientemente amplia como para considerar los resultados como definitivos y extrapolables a una población. Los resultados muestran cómo la **ideología social-demócrata, propia del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), es la opción más votada con un 45% de las respuestas**. Asimismo, la opción ideológica de izquierdas ha recibido un 8% de los votos, lo que sumado a la opción anterior supone un 53% de los votos, representando por lo tanto las opciones progresistas la mayoría absoluta de los votos emitidos por los expertos.

Siguiendo con el análisis, se presentan ahora los resultados del **Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE) 2000-2006**, elaborado por el gobierno del Partido Popular presidido por José María Aznar. Evaluando los resultados, la suma de las opciones ideológicas liberales (centro liberal + neoliberal) suponen un 46% de los votos, lo que representa un empate con la suma de las ideologías progresistas (social-demócrata + izquierda) que también suponen un 46% de las respuestas, por lo que puede afirmarse que se trataría del plan de turismo más moderado de todo el análisis.

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos para el **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**. De esta forma, **la ideología social-demócrata representa por sí misma un 51% de los votos totales emitidos**, por lo que ya obtiene la mayoría absoluta de la orientación ideológica de este plan estratégico de turismo. Además, si sumamos los votos emitidos a la opción de izquierda, que representan el 10% del total, el resultado nos demuestra que **el 61% del contenido del Plan Horizonte 2020 tiene una orientación ideológica progresista**, lo que se encuentra en consonancia con la ideología del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

Finalmente, se analizan los resultados de los votos emitidos respecto al **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT)**, aprobado bajo el mandato del Partido Popular en 2012. En este caso, **la opción ideológica más votada ha sido la de centro liberal con un 36% de las respuestas totales**. Adicionalmente, si añadimos a esta opción la neoliberal, que supone un 15% de las respuestas, obtenemos que **un 51% de las respuestas (mayoría absoluta) efectuadas por los expertos en relación con este documento de política turística corresponden a las ideologías liberales**, lo que se encuentra en consonancia con la orientación ideológica del Partido Popular.

Una vez presentados los resultados de la primera fase de la Metodología Delphi, el estudio se centra ahora en los resultados cualitativos de la **segunda fase**. Debido a las limitaciones de espacio que presenta un resumen de estas características, se va a analizar simplemente un ejemplo de comentarios de los expertos por cada uno de los planes de turismo. De esta forma, en cuanto al **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español – Plan FUTURES I**, se presentan los comentarios del consenso alcanzado sobre la relación entre **bienestar social e ideología social-demócrata**. Así, el Experto en Turismo 1 señala *“se habla de bienestar social y aunque eso debería abarcar también a los empresarios y emprendedores parece que se interpreta más hacia los asalariados y personas en riesgo, por tanto, se interpreta como una frase de ideología socialista”*. Por su parte, el Experto en Turismo 4 dice que la relación se debe *“seguramente porque en teoría la ideología social demócrata siempre fija como objetivo principal el bienestar social de la población”*.

En referencia al **Plan Integral de Calidad del Turismo Español – PICTE 2000-2006**, se presentan ahora las reflexiones de los expertos sobre la relación entre **rentabilidad e ideología neoliberal**. Así, el

Experto en Turismo 4 señala que la relación se debe porque *“seguramente en teoría la ideología neoliberal defiende la consecución de este objetivo, de primar los beneficios y la rentabilidad como forma de lograr el interés general”*. Por su parte, el Experto en Turismo 2 dice expresamente que *“el objetivo de la actuación es marcadamente neo liberal, ya que fundamenta la proyección del modelo y los fines deterministas, en la obtención exclusiva de rentabilidad de las inversiones; ignorando o menospreciando otros resultados y conclusiones como el empleo y la RSC”*.

Analizando los resultados del **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**, se muestran los comentarios expresados acerca de la relación entre **sostenibilidad e ideología social-demócrata**. De esta manera, el Experto en Turismo 4 dice que la relación se debe *“seguramente porque en teoría la ideología social demócrata siempre fija como objetivo la sostenibilidad”*. Por su parte, el Experto en Turismo 2 explica detalladamente cuáles son los contenidos del enunciado que motivan la mencionada relación cuando dice *“acausa de la mención expresa a conseguir una serie de objetivos. Todos ellos más sensibles a las ideologías social demócratas: el ordenamiento de la capacidad de carga, la garantía de la calidad del medio natural y cultural, la integración y bienestar social, y el reequilibrio territorial”*.

Finalmente, en cuanto a los resultados cualitativos del **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT)**, se muestran los comentarios que explican la relación entre el **centralismo en política turística y las ideologías liberales y conservadoras**. Así, el Experto en Turismo 4 dice que *“todas las ideologías plantean conseguir este objetivo, pero seguramente los encuestados piensan que la liberal vela por el liderazgo centralizado en el gobierno nacional, frente a las izquierdas que priman más la descentralización”*. Igualmente, resulta muy interesante la opinión del Experto en Turismo 2 que señala que *“el pensamiento que formula el enunciado, es absolutamente conservador desde el estado, en cuanto se enfrenta a la posibilidad de una participación liberal del sector privado, aunque controlada, manteniéndose las estructuras y principios de la sostenibilidad. Considero que nunca, el liderazgo para alinear las voluntades de actores y los recursos en un proyecto turístico común, debe ser asumido por el gobierno de la nación...”*

Asimismo, como parte final del cuestionario cualitativo correspondiente a la segunda fase se realizó una pregunta abierta a los expertos sobre su opinión acerca de la **relación final entre ideología y política turística**, obteniendo tres respuestas que niegan dicha relación y una respuesta que sí la identifica. De todas ellas, se ha considerado particularmente relevante destacar el comentario del Experto en Turismo 2 que dice que *“Hemos de hablar de políticas comunes. Aunque nuevamente se ha de destacar, que en apariencia la socialdemocracia busca objetivos y fines más sociales, y las ideologías centro liberales, anteponen por encima de cualquier objetivo, el mantenimiento empresarial y la ocupación de los factores productivos (trabajo e inversión). Situando en escala inferiores, fines tan importantes como los sociales. Pero también en apariencia, la filosofía liberal ha de defender la sostenibilidad. Por lo que habremos de encontrar identidad en los objetivos y en las políticas implementadas por las ideologías. Pero aquellas matizadas, especialmente, por el manejo desigual de los instrumentos en el marco y desarrollo de las políticas”*.

5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Como primera conclusión del **enfoque y contenido de las políticas turísticas**, se puede afirmar, que **existen una serie de elementos comunes en las políticas turísticas del Gobierno de España con independencia del partido político**, destacando elementos como son el **bienestar social, la sostenibilidad, la calidad, la cooperación y los conceptos mercantiles**.

Sin embargo, y atendiendo al contenido esencial de los documentos estratégicos de turismo, **existen, como segunda conclusión, diferencias en el enfoque y contenido de las políticas turísticas desarrolladas por el Partido Socialista (PSOE) y las políticas turísticas aprobadas por el Partido Popular (PP)**, dado que, si realizamos un análisis cruzado de las coincidencias de enfoques por partido político, sí que existen elementos comunes en sus políticas turísticas, tras haber analizado todos los resultados. De esta forma, **los contenidos comunes de las políticas turísticas del PSOE** son competitividad, bienestar social, conservación medioambiental y sostenibilidad, calidad, participación de stakeholders, cooperación, consenso

y conceptos mercantiles. Por su parte, **los contenidos comunes de las políticas turísticas del PP** son calidad, conceptos mercantiles, sostenibilidad, iniciativa y necesidades privadas, empleo, bienestar social y cooperación.

Asimismo, habiendo establecido los contenidos comunes de las políticas turísticas del PSOE y el PP, y los contenidos comunes de la política turística española, se pueden extraer ahora **los elementos diferenciales de las políticas turísticas de cada partido político**, es decir, aquellos elementos que son solamente propios de las políticas en turismo desarrolladas por un partido concreto y que diferencian su enfoque y visión del turismo de su oponente político. De esta manera, en el caso del PSOE los elementos serían la competitividad, la participación de stakeholders y el consenso, y en el caso del PP los elementos diferenciales serían la iniciativa privada, los intereses y necesidades privadas y el fomento del empleo.

En referencia a las conclusiones de la **orientación ideológica de las políticas turísticas**, se puede extraer como primera conclusión, que todas las ideologías están presentes a lo largo del histórico de la política turística española y que **las tendencias ideológicas de cada plan de turismo no parecen indicar la aplicación dogmática de una sola ideología al plan de turismo correspondiente**. No obstante, si se analizan los resultados con detalle, sí se puede extraer como segunda conclusión, que salvo en el Plan PICTE para el cual existe un empate, **la orientación ideológica de los planes de turismo resultante del cuestionario sí indica una tendencia coincidente con la ideología del partido político que elaboró el documento**.

El análisis de las respuestas cualitativas de los expertos consultados correspondientes a la segunda fase de la Metodología Delphi, muestra un cierto consenso de que **el análisis de políticas turísticas y su ideología por medio de enunciados puede inducir a un sesgo y error**, consistente en una tendencia a vincular todos los conceptos relacionados con la sostenibilidad y el bienestar social a una ideología social-demócrata; y por otro lado, vincular todos los conceptos relacionados con el mercado y la iniciativa privada con ideologías liberales. Sin embargo, sí que existe un experto que **identifica una relación entre ideología y política turística explicada de la siguiente manera**: en cuanto a la **relación del turismo con recursos naturales y culturales**, la ideología liberal defenderá la responsabilidad y autorregulación; y la ideología socialista la regulación e intervención. Por otro lado, en cuanto a la **relación del turismo con la calidad de vida de los territorios**, la ideología liberal tenderá a favorecer los negocios porque éstos traerán bienestar; y la ideología socialista planteará favorecer el bienestar por medio de la actividad turística.

La **conclusión final del proyecto de investigación** es que existen **diferencias importantes en los enfoques y contenidos de las políticas turísticas de los diferentes partidos políticos**. No obstante, igualmente **existen una serie de contenidos comunes en el histórico de la política turística española** con independencia del partido que ostenta el gobierno. Por su parte, en relación con las ideologías, **no puede establecerse una relación generalizable entre ideología y política turística**, pero sí que puede afirmarse que los partidos políticos aplican sus orientaciones y visiones sobre el turismo a las políticas turísticas que desarrollan. Por lo tanto, se podría hablar de una **confirmación parcial de la hipótesis de la investigación**.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Aguiló, E., Vich i Martorell, G.A. (1996). La investigación en el ámbito de la política turística. *Revista de Estudios Turísticos*, 129, pp. 23-35.
- ✓ Airey, D. (1984). Tourism administration in the USA. *Tourism Management*, December 1984, pp. 269-279.
- ✓ Airey, D. y Ruhanen, L. (2014). Tourism Policy-making in Australia: a national and state perspective. *Tourism planning and development*, 11(2), 149-162.
- ✓ Airey, D., y Chong, K. (2011). *Tourism in China: policy and development since 1949*. London: Routledge.
- ✓ Almeida, F. (2012). Tourism Policy in Spain and Portugal. *Cuadernos de Turismo*, 30, pp. 287-289.
- ✓ Alonso, V. (2016). El Método Delphi – Métodos Cuantitativos. *Blog de la Escuela de la Organización Industrial*, Disponible en <http://www.eoi.es/blogs/vicentepavon/2012/02/09/el-metodo-delphi-metodos-cuantitativos/>
- ✓ Álvarez, R. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos. *Estudios turísticos*.
- ✓ Baum, T. (1994). The development and implementation of national tourism policies. *Tourism Management*, 15 (3), pp. 185-192.
- ✓ Blanco, F.J. (1998). Descentralización y cooperación interadministrativa en el turismo español: proceso, instrumentos y propuestas de futuro. *Revista de Estudios Turísticos*, 137, pp. 67-86.

- ✓ Bridgman, P. y Davis, G. (2004). *The Australian Policy Handbook* (Tercera edición). Sydney: Allen and Unwin.
- ✓ Cebrián, F. y García, J. (2010). Propuesta metodológica para la identificación, clasificación y puesta en valor de los recursos territoriales del turismo interior. la provincia de Albacete. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (54), pp. 361-368.
- ✓ Colebatch, H. K. (2002). *Policy* (Segunda edición). Buckingham: Open University Press.
- ✓ Correyero, B. (2005). La Administración turística española entre 1936 y 1951: el turismo al servicio de la propaganda política. *Revista de Estudios Turísticos*, 163-164, pp. 55-79.
- ✓ Dredge, D. and Jenkins, J. (2007). *Tourism planning and policy*. Milton, QLD, Wiley.
- ✓ Dye, R. T. (2008). *Understanding Public Policy (12th edition)*. Englewood Cliffs, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- ✓ Edgell, D.L. (1983). United States international tourism policy. *Annals of Tourism Research*, 10, pp. 427-433.
- ✓ Edgell, D.L. (1999). *Tourism policy: the next millennium*. Urbana IL: Sagamore
- ✓ Elliot, J. (1997). *Tourism: politics and public sector management*. London: Routledge.
- ✓ Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), Instituto Nacional de Estadística (2016). Consultada el 02 de septiembre de 2016 en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10835&L=0>
- ✓ Fayos-Solá, E. (1996). Tourism policy: a midsummer night's dream? *Tourism Management*, 17 (6), pp. 405-412.
- ✓ FEMP y SGT (2008). *Modelos de gestión turística local. Principios y prácticas*. Federación Española de Municipios y Provincias y Secretaría General de Turismo.
- ✓ Frieder, J. (1997). *Approaching sustainability: integrated environmental management and New Zealand's Resource Management Act*. Ian Axford (New Zealand) Fellowships in Public Policy.
- ✓ Hall, C.M. (1994). *Tourism and Politics: policy, power and place*. Chichester: Wiley.
- ✓ Hall, C.M. (1998). *Introduction to Tourism: development, dimensions and issues*. South Melbourne: Addison, Wesley, Longman.
- ✓ Hall, C.M. (2000). *Tourism Planning: policies, processes and relationships*. Harlow: Prentice Hall.
- ✓ Hall, C.M. y Jenkins, J. (1995). *Tourism and Public Policy*. London: Routledge.
- ✓ Harvey, D. (2007). Neoliberalism as creative destruction. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 610, pp. 22-44.
- ✓ Instituto Nacional de Estadística (2016). *Notas de prensa*, Disponible en <http://www.ine.es/prensa/np975.pdf>
- ✓ Ivars, J.A. (2004). Tourism Planning in Spain: Evolution and perspectives. *Annals of Tourism Research*, 31 (2), pp. 313-333.
- ✓ Jenkins, C.L. and Henry, B.M. (1982). Government involvement in tourism in developing countries. *Annals of tourism research*, 9, pp. 499-521.
- ✓ Ladd, E.C. (1989). *The American Polity (3rd edition)*. New York: Norton.
- ✓ Leno, F. (1991). Los recursos turísticos en un proceso de planificación: inventario y evaluación. *Papers de Turisme*, (7), pp. 7-24.
- ✓ López, N. y Sandoval I. (2009): *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*, Documento de Trabajo, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara.
- ✓ Matthews, H.G. and Richter, L.K. (1991). Political science and tourism. *Annals of tourism research*, 18, pp. 120-135.
- ✓ Meng, X., Siriwardana M. and Pham, T. (2013). A CGE assessment of Singapore's tourism policies. *Tourism Management*, 34, pp. 25-36.
- ✓ Nueva Zelanda. Ministry of Business, Innovation and Employment (2014). *Tourism 2025 Growing Value Together*
- ✓ Pardellas, X. y Padín, C. (2004). La planificación turística sostenible: un análisis aplicado al municipio de Caldas de Reis. *Revista Galega de Economía*, (13) (1-2), pp. 1-18.
- ✓ Pearce (1992). *Tourist Organizations*. Harlow: Longman.
- ✓ Pearce, D. (1997). Tourism and the Autonomous Communities in Spain. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), pp. 156-177.
- ✓ Pellejero, C. (2004a). La política turística en España. Una perspectiva histórica. *Las nuevas formas de turismo, Colección Mediterráneo Económico*, 5, pp. 268-284.
- ✓ Pellejero, C. (2004b). Organización administrativa e intervención del Estado en el sector turístico: 1951-1977. *Revista de Estudios Turísticos*, 163-164, pp. 81-97.
- ✓ Pffor, C. (2008). Three lenses of analysis for the study of tourism public policy: a case from Northern Australia. *Current Issues in Tourism*, 8 (4), pp. 323-343.
- ✓ Richter, L.K. (1983). Tourism politics and political science: a case of not so benign neglect. *Annals of tourism research*, 10, pp. 313-335.
- ✓ Saunders, M., Thornhill, A. and Lewis, P. (2012). *Research methods for business students*. Harlow, England; New York: Pearson.
- ✓ Secretaría de Estado de Turismo (2012). *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- ✓ Secretaría General de Turismo (1992). *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES I)*. Ministerio de Comercio y Turismo.
- ✓ Secretaría General de Turismo (2000). *Plan Integral de Calidad del Turismo Español*. Ministerio de Economía.
- ✓ Secretaría General de Turismo (2007). *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- ✓ Sepúlveda, A y Plumed M. (En Prensa). Formación turística en España, 1957-2010: Condicionantes históricos, soluciones actuales en el marco del EEES y vínculos con la investigación turística. *Estudios turísticos*, 206 (4^o T 2015), pp. 59-80.
- ✓ Sepúlveda, A. (2010). *Formación, Investigación, Desarrollo e Innovación en Turismo*, Trabajo de Fin de Grado, (Inédito), Universidad Carlos III de Madrid.

- ✓ Shone, M. C., and Memon, P.A. (2008). Tourism, Public Policy and Regional Development: A turn from Neo-liberalism to the New Regionalism. *Local Economy*, 23 (4), pp. 290-304.
- ✓ Smyth, R. (1986). Public policy for tourism in Northern Ireland. *Tourism Management*, June 1986, pp. 120-126.
- ✓ Velasco, M. (2002). *Conclusiones de la tesis doctoral: La política turística: objeto, contenido e instrumentos. Evolución de la política turística en la Organización Central del Estado: 1951-2000*. Universidad Complutense, Madrid.
- ✓ Velasco, M. (2004). Administración y política turística de 1978 a 2005. *Revista de Estudios Turísticos*, 163-164, pp. 99-122.
- ✓ Velasco, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42 (1), pp. 169-195.
- ✓ Wang, D. and Ap, J. (2013). Factors affecting tourism policy implementation: a conceptual framework and a case study in China. *Tourism Management*, 36, pp. 221-233.
- ✓ Webster, C. e Ivanov, S. (2016). Political ideologies as shapers of future tourism development, *Journal of Tourism Futures*, (Inédito).