

NOTA INFORMATIVA: LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO (AECIT)

La Asociación Internacional de Expertos y Científicos en Turismo (AIEST) ha contado desde su creación con miembros españoles, habiéndose celebrado en España cuatro de sus Congresos: Madrid (1952), Santiago de Compostela (1964), Canarias (1971) y Baleares (1970).

De forma semejante a los Miembros de la AIEST de nacionalidad francesa e italiana, que han creado la Asociación Francesa de Expertos y Científicos de Turismo (ANFEST) y la Asociación Italiana de Expertos y Científicos de Turismo (AMIEST), los miembros españoles decidieron el 15 de mayo de 1993 iniciar, en la histórica y monumental ciudad de Almagro, el proceso de constitución de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), que culminó con su inscripción en el Registro Público del Ministerio del Interior, con el núm. 129.013 el 4 de enero de 1994.

La AECIT, según sus Estatutos, "tiene un carácter estrictamente técnico y científico, carece de ánimo de lucro y no se adscribe a ninguna ideología ni puede servir a otros fines que los de la investigación, estudio y difusión de ciencias y técnicas vinculadas a la actividad turística".

1. MIEMBROS Y ÓRGANOS

La AECIT se constituyó con veinticuatro Miembros Fundadores, todos ellos miembros de la AIEST el 1 de enero de 1993, y cuenta además con los siguientes tipos de miembros:

- Miembros Ordinarios: "españoles o residentes en España, que hayan ejercido actividad investigadora, educativa o de alta gerencia en la empresa privada o en las administraciones turísticas".
- Miembros correspondientes: "personas físicas que, cumpliendo los requisitos exigidos en el Reglamento Interno de la AECIT, residan en países iberoamericanos".
- Miembros adheridos: "Instituciones públicas y privadas vinculadas al sector turístico".
- Miembros de Honor: "personas físicas que hayan prestado servicios relevantes a la ciencia o a la enseñanza de la actividad turística".

En la actualidad la AECIT cuenta con veinticuatro Miembros Fundadores, de los que tres miembros fueron proclamados Miembros de Honor, por la Asamblea constituyente el 10 de marzo de 1994.

Los Organos de la AECIT son: La Asamblea General y la Junta Directiva.

La Junta Directiva está constituida por un Presidente, un Secretario General, un Vicepresidente, un Vicesecretario y cuatro Vocales. Los miembros de la primera Junta Directiva, para el período 1994-1997, fue elegida por la Asamblea de Miembros Fundadores el 10 de marzo de 1994.

2. ACTIVIDADES PREVISTAS EN 1994

La AECIT tiene previsto realizar en 1994, al menos, las siguientes actividades:

2.1. El Primer Congreso de la AECIT

- Tema: España: ¿país turísticamente avanzado?
- Fechas: 25 y 26 de noviembre de 1994.
- Lugar: Centro Internacional de Turismo de Andalucía (CINTA). Marbella (Málaga).

2.2. La Actividad Turística Española en 1994: Un balance

- Fecha de publicación: Febrero 1995.

3. LA PRIMERA JUNTA DIRECTIVA DE LA AECIT (1994-1997)

Presidente: Venancio Bote Gómez, Doctor en Ciencias Económicas e Investigador del Instituto de Economía y Geografía del CSIC.

Secretario General: Manuel Figuerola Palomo, Doctor. en Ciencias Económicas y Director General de PRITUR.

Vicepresidente: Miguel Vila Regard, Abogado y Consejero Delegado de EDITUR.

Vicesecretario: Francisco Menor Monasterio, Economista y Gerente de Relaciones Internacionales de Dragados y Construcciones.

Vocales:

- Águeda Esteban Talaya: Profesora Titular de la Universidad Complutense y Directora de Estudios Turísticos.
- Manuel Marchena Gómez. Profesor Titular de la Universidad de Sevilla y adjunto a la Dirección de la Empresa Andaluza de Turismo.
- Augusto Huéscar Martínez. Economista y Representante Regional de la Organización Mundial del Turismo para las Américas.
- Carlos Vogeler Ruiz. Profesor de la Escuela Oficial de Turismo y Director General de RCI, España, S.A.

4. CONCLUSIONES AL I CONGRESO DE LA AECIT

El I Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, que ha tenido lugar en el Centro Internacional de Turismo de Andalucía, de Marbella (Málaga), durante los días 25 y 26 de noviembre de 1994, ha permitido realizar una reflexión global sobre la actividad turística española. Del conjunto de reflexiones y análisis realizados hay que destacar las siguientes conclusiones:

1. El mercado turístico europeo, el más importante e integrado del mundo, es un mercado maduro, en el que el turismo es un hábito fuertemente arraigado para amplias capas de la población, que considera las vacaciones como una necesidad básica. España cuenta con una renta de situación en este importante mercado y recibe una demanda sostenida y no fácilmente desviable.

La historia del turismo en España durante las últimas décadas pone de manifiesto que, aunque con ciclos, la tendencia de la demanda internacional ha sido creciente, aunque con tasas cada vez más reducidas.

La superación de los perjuicios sobre la demanda turística internacional y la mayor confianza en su potencialidad no implica, sin embargo, que el objetivo de la política turística sea maximizar el número de visitantes e ingresos turísticos. Lo importante es investigar y evaluar los beneficios, costes y riesgos de cada tipo de turistas con el fin de realizar una segmentación más operativa desde el punto de vista de su rentabilidad económica, sociocultural y medioambiental.

2. El proceso de integración europea que, por una parte, implica una mayor confianza en la potencialidad de la demanda turística, por otra, constituye un reto para las empresas turísticas españolas.

Desde el punto de vista del mercado, hay que destacar la insuficiente autonomía en la comercialización y distribución de los productos turísticos españoles que implica un reducido poder de negociación de las empresas españolas en relación con los grandes operadores europeos.

Aunque el mercado de vacaciones en Europa está en gran medida compartimentado por países, el grado de penetración de las empresas y grupos turísticos españoles en el mercado europeo es insuficiente, mientras que el de las empresas y grupos turísticos europeos en el mercado español, en las vacaciones de los españoles dentro y fuera del país, es creciente.

3. Desde el punto de vista de la gestión, el proceso de internacionalización e integración económica puede implicar una articulación subordinada de las empresas y grupos turísticos españoles.

En el contexto de una economía abierta como la actual, la situación de las empresas turísticas españolas (agencias de viaje y mayoristas, hoteles, compañías aéreas, etc.) presentan problemas estructurales (predominio de empresas de pequeño y mediano tamaño independientes, insuficiente grado de concentración, financiación y formación de recursos humanos, etc.) que limitan su competitividad no solo en el mercado internacional sino también en el mercado español.

Especialmente difícil es la situación competitiva de las pequeñas y medianas empresas, columna vertebral de la actividad turística española, que siguen razonando en gran medida desde una óptica todavía nacional.

Por ello, se recomienda elaborar una política de internacionalización selectiva de las empresas turísticas españolas que sirva de base para que cada grupo empresarial pueda definir una estrategia específica. Por otra parte, la elaboración de esta política puede contribuir a consensuar una política turística común en la UE que permita unas relaciones más justas, eficientes y solidarias entre empresas y grupos turísticos de los diferentes países miembros.

4. El mercado español de vacaciones es relativamente pequeño en comparación con los principales países europeos, aunque presenta un fuerte crecimiento y una elevada potencialidad a medio plazo.

Los cambios cuantitativos y cuantitativos, experimentados en las últimas décadas, exigen una revalorización del papel de la demanda turística nacional.

El mayor nivel de vida de los españoles permite desempeñar a la demanda turística nacional (interna y al extranjero) nuevas funciones, tales como su contribución a la disminución de la dependencia exterior y de la estacionalidad de la demanda, su importante aportación al desarrollo regional y local y como estímulo a la internacionalización de las empresas turísticas españolas.

5. La actividad turística en España presenta un importante desequilibrio espacial. Mientras en áreas reducidas (por ejemplo, del litoral e islas) existe una fuerte concentración y elevada intensidad de la actividad turística, que plantea problemas por exceso, en otras (como el espacio interior), la actividad turística es extensiva e insuficiente en relación con los recursos disponibles y para evitar el despoblamiento y el abandono de actividades tradicionales.

En las sociedades "postindustriales", el proceso de integración supranacional, como el de la UE, va acompañado de un proceso de descentralización que implica, entre otros aspectos, una revalorización de la actividad turística en el ámbito regional y local. En el caso español, esta revalorización de la actividad turística está aumentando tanto en el litoral como en el espacio rural o de interior y en el urbano, debido entre otros factores a la continua reconversión industrial y a la incapacidad de los sectores agrarios industriales por crear empleo.

6. El crecimiento espectacular de la oferta turística en España, durante las últimas décadas, ha sido insuficientemente controlado y presenta un excesivo coste (en infraestructuras, uso del espacio, consumo de recursos escasos, como el agua, etc.)

El desarrollo turístico español se caracteriza además por la reducida importancia de la oferta turística en sentido estricto (hoteles, campings, etc.) en relación con el desarrollo turístico-inmobiliario.

Aunque España cuenta con un territorio comparativamente extenso en el contexto

europeo, la actividad turística ejerce una presión evidente en espacios y recursos limitados y frágiles (playas, áreas de montaña esquiabiles, áreas protegidas, espacio rural, etc.) y plantea problemas de especulación, impacto ambiental y conflicto de uso con otras actividades.

Dada la potencialidad de la demanda turística internacional y nacional es necesario en la actualidad investigar los límites medioambientales y socioculturales del turismo español y las estrategias turísticas que compatibilicen la conservación y el desarrollo mediante un uso inteligente de los recursos disponibles.

7. Los retos que tiene planteados la actividad turística española exigen una mayor colaboración, cooperación y concertación entre los distintos niveles de la Administración turística y el sector privado.

Para hacer frente a estos retos, el proceso de transferencias de competencias presenta aspectos positivos así como limitaciones.

En la actualidad existen síntomas esperanzadores (como la creación de la Comisión Interministerial de Turismo, la próxima reunión de la Comisión Sectorial, la creación del Consejo Promotor del Turismo, etc.), que reflejan una voluntad de mayor colaboración, cooperación y concertación entre la Administración Central, Autonómica, Municipal y el sector privado.

8. A finales del siglo XX y con una economía más avanzada, se estima necesario abandonar el "desarrollismo" y la instrumentalización de la actividad turística des-

de el punto de vista macroeconómico e iniciar un cambio de rumbo, consistente en un crecimiento de la actividad turística más lento, que compatibilice la cantidad y la calidad, cuente con mayor autonomía en cuanto a la comercialización y distribución, genere mayor valor añadido, utilice menos espacio y recursos escasos, cree empleo más cualificado y contribuya a la conservación y rehabilitación del importante patrimonio natural y sociocultural disponible.

Este cambio de rumbo contribuirá además a crear una imagen de mayor confianza y reconocimiento de la actividad turística en la economía y sociedad española de finales del siglo XX.

9. Las conclusiones de este Congreso constituyen una primera reflexión multidisciplinar que la AECIT se propone profundizar y que servirá de marco de referencia a las actividades científicas previstas en sus Estatutos.

La AECIT desea agradecer la favorable acogida a la convocatoria del Congreso, la contribución de los ponentes, participantes en la Mesa redonda y coordinadores, la participación activa en los coloquios y las aportaciones de las comunicaciones presentadas.

10. Finalmente, la AECIT desea agradecer a la Secretaría General de Turismo, al Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente, a la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Junta de Andalucía, a la Empresa Pública de Turismo de Andalucía, a la Fundación Cavanilles de

Altos Estudios Turísticos, a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, a la Compañía IBERIA Líneas Aéreas y a la Asociación Hotelera de la Costa del Sol, su colaboración en la realiza-

ción de este I Congreso, que ha permitido realizar esta reflexión conjunta entre expertos y científicos que realizan actividades de estudio e investigación, enseñanza superior y gestión de empresas turísticas.