

TEMA 17. EL TURISMO EN ESPAÑA

1. El significado del turismo en la geografía y sociedad española
2. Los caracteres de la oferta turística y los tipos de turismo
3. Las principales áreas turísticas en España
4. Consecuencias geográficas del turismo en España

1. EL SIGNIFICADO DEL TURISMO EN LA GEOGRAFÍA Y SOCIEDAD ESPAÑOLA

El turismo constituye actualmente el sector de mayor pujanza económica en España, representando cerca del 10% del PIB. Sin embargo, entre 2003 y 2011, y según la Organización Mundial del Turismo, España pasó de ser el segundo país del mundo en turismo al cuarto lugar, solo superado por Francia, Estados Unidos de América y China.

En 2013 el turismo batió récords tras recibir a 60,6 millones de turistas internacionales, lo que supone un alza del 5,6% con respecto a 2012. El hito permitió a España recuperar la medalla de bronce mundial, que le arrebató China: es de nuevo el tercer país del planeta que más visitantes extranjeros recibe, según las cifras recopiladas por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

LLEGADA DE TURISTAS EN 2013

| | TOTAL Turistas | Variación interanual (%) |
|------------------|----------------|--------------------------|
| TOTAL | 60.661.073 | 5,6 |
| Reino Unido | 14.327.277 | 5,2 |
| Alemania | 9.854.760 | 5,8 |
| Francia | 9.525.432 | 6,9 |
| Países nórdicos | 4.874.749 | 16,9 |
| Italia | 3.251.019 | -8,1 |
| Holanda | 2.617.460 | 2,2 |
| Bélgica | 1.873.221 | 10,1 |
| Portugal | 1.670.545 | -8,5 |
| Rusia | 1.581.785 | 31,6 |
| Suiza | 1.487.256 | 3,0 |
| Irlanda | 1.270.038 | 6,8 |
| Resto de Europa | 2.931.072 | 6,2 |
| Estados Unidos | 1.194.948 | -3,6 |
| Resto de América | 1.878.226 | -0,3 |
| Resto del mundo | 2.323.286 | 10,7 |

Reino Unido volvió a ser el mayor nicho de turistas para España, ya que de este país llegan un 23,6% del total, y el pasado año sus visitas aumentaron un 5,2% con respecto a 2012; Alemania, con el 16,2% de los visitantes, subió un 5,8%; Francia con el 15,7%, registró un alza del

6,9%. Además, aunque en el cómputo global su peso todavía no es determinante, el turismo desde Rusia creció el 31,6%, hasta alcanzar los 1,6 millones de visitantes hacia España.

La enorme afluencia de turistas se explica por diversos factores: un amplio volumen y variedad de recursos naturales (clima agradable, paisajes atractivos, playas limpias y extensas) y culturales (historia, arte, religión, folclore, etc.); una buena comunicación con las áreas de procedencia de los turistas; unos precios competitivos frente a otros destinos alternativos, y una buena promoción publicitaria; es también relevante el factor psicológico de confianza generada por la estabilidad política.

La consolidación de España como destino turístico data de los años 1960, aunque cuenta con unos antecedentes dignos de mención en los viajeros ilustrados y los románticos que nos visitaron.

Desde el siglo XVIII, pero especialmente a lo largo del siglo XIX, son numerosos los viajeros que recorren España, entre ellos naturalistas y escritores. Unos y otros quedaron impresionados por la diversidad que ofrece la naturaleza de España, por el exotismo de unos paisajes que le recuerdan a África, por la pervivencia de las herencias árabe y oriental, por las ciudades y los monumentos, por los tipos y las costumbres populares, por el bandolerismo, por las corridas de toros, etc.

La difusión de sus conocimientos y de sus experiencias en escritos y guías de viaje contribuyó a forjar una imagen de España plagada de escenas tópicos, pero que ha alimentado la curiosidad y el interés de los extranjeros por España y la percepción de ésta como destino turístico singular. A la gestación definitiva de España como potencia turística han contribuido causas externas e internas.

Entre las **causas externas** habría que citar la evolución de la sociedad europea tras la Segunda Guerra Mundial. Concluida la reconstrucción posbélica, Europa alcanzó en estado de bonanza económica y de bienestar social sustentado en un alto nivel de vida, amplia cobertura social, reducción de la jornada laboral, vacaciones remuneradas, etc. Pronto crecieron las demandas de ocio, entre las que ocupó un lugar preferente el turismo, que ahora podía disfrutarse masivamente gracias a la generalización del automóvil y a la popularización de los viajes en avión.

Como **factores propios o internos** de España hemos de destacar su situación geográfica, su conocimiento y valoración por parte de las sociedades extranjeras y las excelentes condiciones de su oferta turística: amplio litoral, climatología favorable, variedad paisajística, rico patrimonio cultural, etc., y todo ello a buenos precios, como correspondía a un país con cierto atraso respecto a los países de procedencia de los turistas.

Evolución del turismo en España

Los inicios del turismo moderno se sitúan en los **años 50 del siglo XX**. Puede señalarse 1959 como año de despegue, coincidiendo con un significativo momento en la planificación económica de España, que entendió el turismo como un importante factor de desarrollo.

En 1960 el número de visitantes superó los 6 millones, abriéndose en este momento una etapa de crecimiento continuo que duró hasta 1973. En este período se pusieron las bases del **modelo turístico español de masas**, el cual requirió la construcción de apartamentos y hoteles, y que dio lugar a la precipitada urbanización de los litorales, muchas veces regida por la especulación y carente de planificación.

El ritmo expansivo quedó interrumpido en **1973, año de una recesión**, motivada por el incremento de los precios del petróleo, la crisis económica, el ocaso del franquismo y los balbuceos de la transición democrática.

A partir de **1976** se inició una **nueva fase de crecimiento sostenido**, que duró hasta 1989, y cuya principal característica –junto al aumento de turistas extranjeros– fue la incorporación de los españoles al turismo de playa.

Tras una **nueva recesión** a comienzos de los años **1990**, se ha abierto una nueva fase en la que se han superado los 70 millones de visitantes, cifra que incluye a los viajeros en tránsito y a los turistas propiamente dichos, que ascienden a más de 45 millones.

Si comparamos el gráfico sobre **la evolución de los turistas** y de los ingresos aportados **desde 1960**, distinguimos tres períodos:

- a) **Hasta comienzos de los años 70**, aumenta más rápidamente el número de turistas que de ingresos, lo que quiere decir que se trataba de un turismo con bajo poder adquisitivo.
- b) **Desde los inicios de los 70 hasta mediados de los 80**, turistas e ingresos crecen paralelamente prueba del buen adquisitivo.
- c) **Desde 1985**, los ingresos crecen a un ritmo muy superior al de visitantes, lo que evidencia el encarecimiento del turismo español desde nuestro ingreso en la Unión Europea.

A pesar de ello, el turismo español aporta al país menos ingresos que otras potencias turísticas de rango similar, como demuestra el hecho de que España, aunque ocupe el segundo lugar mundial por número de turistas, se sitúa en cuarto lugar por la cantidad de ingresos.

2. LOS CARACTERES DE LA OFERTA TURÍSTICA Y LOS TIPOS DE TURISMO

El modelo turístico que se ha consolidado en España tiene como principales caracteres la **procedencia internacional de los visitantes**, su condición de **turismo de masas** y la **demandas concreta de sol y playa**.

Los **países emisores de turistas a España** son, principalmente los integrantes de la Unión Europea. Destaca Alemania y Reino Unido, de donde procede casi la mitad de los turistas que nos visitan anualmente, y les siguen Francia, Benelux, Italia y los países escandinavos.

También es importante la corriente turística procedente de Estados Unidos y de Japón, y comienzan a emerger algunos países del Este (Rusia, Polonia, República Checa).

En general se trata de un turismo cuyo **calendario** de vacaciones está condicionado por la **temporada de playa** y por las **fechas de las vacaciones escolares y laborales**, que coinciden con el verano, de ahí la acusadísima estacionalidad del turismo, que se manifiesta en la saturación de los sectores de transporte y hostelería en los meses de julio y agosto. Poco a poco, el turismo nacional se ha ido incorporando a este modelo, de manera que muchas playas registran una concurrencia equilibrada entre extranjeros y españoles.

Asimismo, **va aumentando el turismo de jubilados**, nacionales y extranjeros, que alternan su estancia en la costa con su residencia habitual. Aprovechan su disponibilidad de

tiempo para adaptarse a las mejores ofertas y contribuyen a la ocupación hotelera en temporada baja, tan beneficiosa para la actividad del sector y para la estabilidad del empleo.

Estas circunstancias, unidas a la tendencia cada vez más manifiesta de repartir el tiempo de vacaciones en distintos períodos (primavera, verano, Navidad) y elegir diferentes modalidades de turismo, ha contribuido a fijar nuevos destinos turísticos y atenuar la estacionalidad de la demanda, que, sin embargo, todavía sigue siendo muy acusada.

De acuerdo con los caracteres de esta demanda, España dispone de una extraordinaria infraestructura turística, que es su principal apuesta frente a posibles competidores. Ésta se materializa en la existencia de más de 10.000 hoteles y hostales, que ofrecen más de 1.100.00 plazas otros establecimientos. Su distribución geográfica por comunidades autónomas es desigual, existiendo una especial concentración en los espacios insulares y litorales.

TURISMO INTERNACIONAL 2012

Llegadas de turistas internacionales (LLTI): 1.035 millones
Ingresos por turismo internacional (ITI): 1.075 mil millones \$ EE.UU.



El turismo en España tiene un significado extraordinario, siendo, a su vez, uno de los **principales factores de la terciarización** experimentada por la economía y por la sociedad española.

Su primer significado es de naturaleza económica, pues, hoy, el turismo supone, aproximadamente, el 10% del PIB como hemos visto antes y genera unos ingresos brutos de 24.000 millones de euros, lo que **permite compensar el déficit de la balanza comercial**.

Las elevadas cifras de turistas y la concentración de la demanda en los litorales han exigido la dotación de infraestructuras, que culminaron en la urbanización de amplios espacios costeros, donde se han desarrollado multitud de ciudades y conurbaciones.

El desarrollo urbano y la actividad económica procedente del turismo han dotado a los espacios turísticos de un extraordinario dinamismo, que los ha convertido en un lugar de atracción demográfica y económica, razón por la cual se ha acentuado la contraposición interior-litoral.

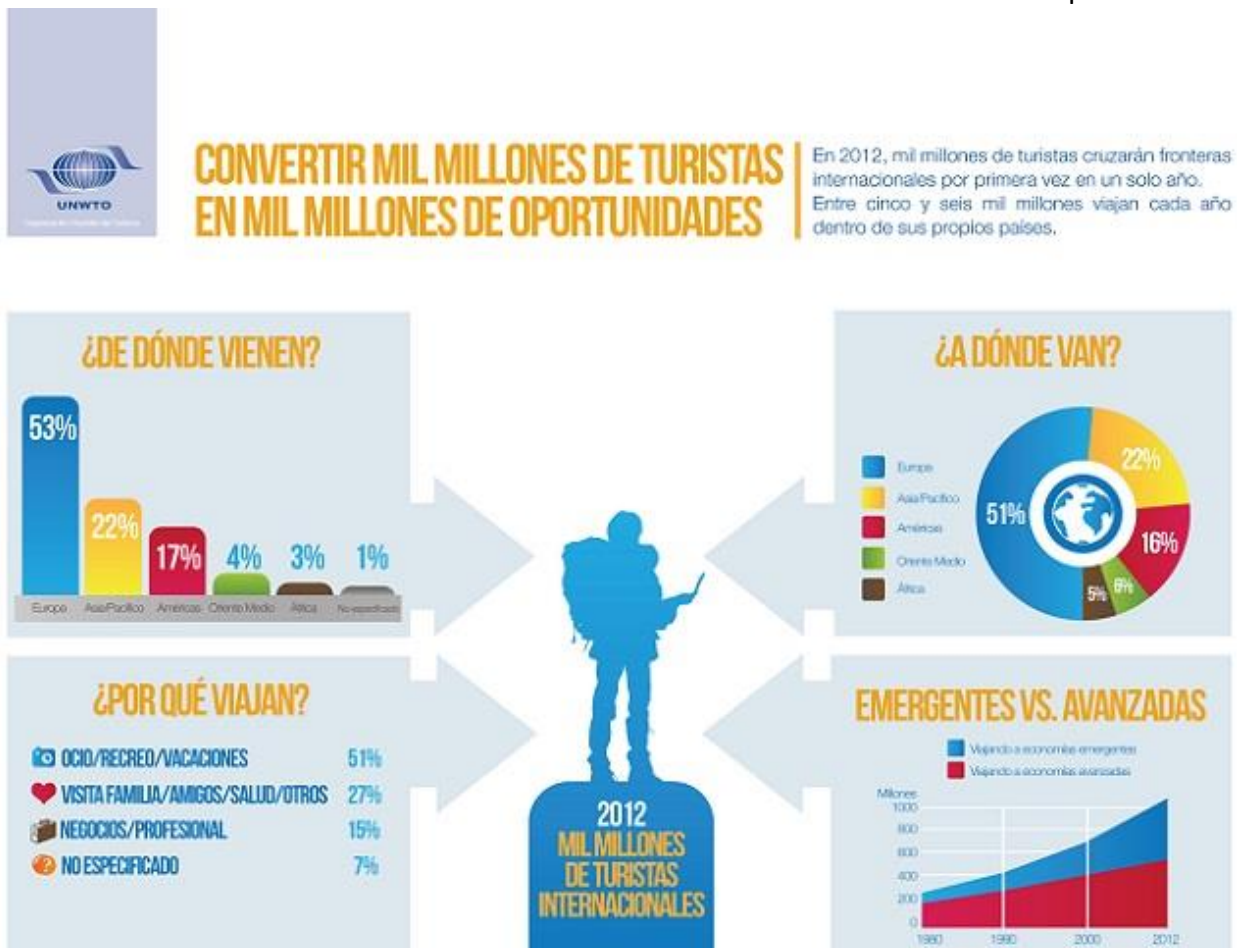
El fenómeno turístico, asimismo, ha contribuido a la **redistribución de rentas** y ha desempeñado un papel muy importante en la **evolución de la sociedad española**. El turismo fue **elemento de intercambio cultural**, de acercamiento a otros pueblos y mentalidades, de conocimiento de otras sociedades y una **ventana abierta al mundo** que favoreció nuestra incorporación a las sociedades occidentales; pero también ha tenido **grandes costes ambientales**, que se manifiestan en la agresión a los litorales y a los ecosistemas, en la falta de planificación y en la avaricia especulativa de personas empresas y municipios.

El turismo español empieza a acusar los problemas derivados de un **modelo caduco**, en el que van dejando huella los efectos de la masificación, de la estacionalidad, de la concentración en el litoral, etc.

Desde el punto de vista de la oferta, empieza hacer necesaria la **renovación de las instalaciones**, la dotación de infraestructuras y de servicios adaptados a las nuevas demandas, la puesta en práctica de políticas que lleven a la ordenación del sector, además de otro conjunto de medidas encaminadas a mantener la relación calidad-precio de los servicios prestados, procurando la independencia de los grandes tour operadores extranjeros que controlan nuestro turismo y se lucran con él.

Se hace inevitable una **apuesta por la calidad**, que contrarreste la oferta de otros países de nuestro entorno mediterráneo, algunos de los cuales (países de los norte de África, antigua Yugoslavia, por ejemplo) nos han llegado a emerger como potencias turísticas por razones ajenas al sector.

Asimismo, se impone **ampliar la oferta turística**, tanto en lo que se refiere a actividades como espacios, para atenuar la concentración estival, captar nuevos turistas y mercados, así como dotar a nuestro turismo de una dimensión cultural acorde con nuestro rico patrimonio.



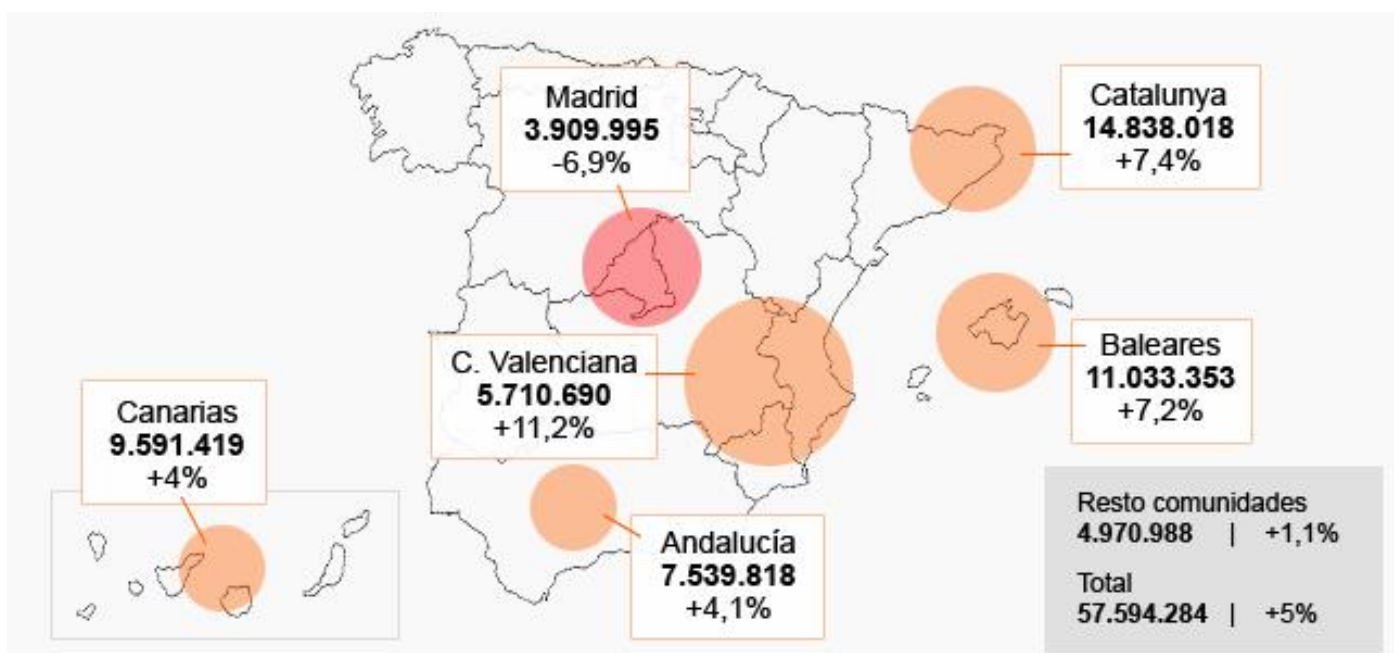
Entre la multitud de ofertas posibles, una buena opción es la del **turismo rural y de naturaleza**, para la cual España cuenta con una red de espacios protegidos que es un componente extraordinario de paisajes y de biodiversidad. Su utilización como recurso turístico es compatible con la conservación de la naturaleza y fundamento del desarrollo endógeno de las zonas más desfavorecidas del interior.

3. LAS PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

Canarias, Baleares, Comunidad Valenciana, Cataluña y País Vasco alcanzaron máximos históricos en las llegadas de turistas internacionales en 2013. Cataluña lideró el ranking con un alza del 8% y captó el mayor porcentaje de visitantes extranjeros con la llegada de 15,5 millones, un 25,8% del total. Le siguió Baleares, con un incremento del 7,2% (11,1 millones) y el 18,3% del total. Tras ellas se situó Canarias, en tercer lugar, con 10,6 millones de turistas, un 17,5% del total, con un repunte del 4,9%.

Por detrás, **Andalucía**, con 7,8 millones de turistas, acaparó el 13% del total y registró un aumento del 4,7% de visitantes en 2013. El mayor incremento lo registró la **Comunidad Valenciana**, con un alza del 11,4%, hasta alcanzar los 5,9 millones de turistas, con un 18,3% del total de llegadas.

Por el contrario, el número de turistas en la **Comunidad de Madrid** se redujo un 5,3%, alcanzando los 4,2 millones de turistas, el 7% del total. No obstante, en diciembre se rompió la tendencia negativa de los últimos meses, ya que experimentó un aumento del 19,8% con respecto al mismo mes de 2012, hasta los 314.991 turistas, un 10,3% del total.



Podemos resumir las áreas turísticas de forma general en:

- **Sol y playa:** Costa del Sol, Costa de Almería, Costa Cálida, Costa Blanca, en el Mediterráneo y también algunas del Atlántico, Costa de la Luz, Costa Verde... nuestro país cuenta con excelentes playas y son las comunidades autónomas del área mediterránea (Andalucía, Valencia, Cataluña y Baleares) las que mayor oferta turística tienen. Canarias también concentra un 10%.

- **Zonas de turismo cultural e histórico.** Son ciudades con riqueza monumental, algunas de ellas patrimonio de la humanidad: Granada, Córdoba, Toledo, Segovia, Santiago de Compostela...ciudades de mediano tamaño. España cuenta con muchas ciudades con esta distinción. También destacan zonas como Castilla-León, comunidad de Madrid,..
- **Estaciones de esquí** en distintos sistemas montañosos, que cuentan con buenas comunicaciones y servicios, ejemplo es Sierra Nevada, en Granada; Baqueira Beret en los Pirineos catalanes,... hasta un total de 29 estaciones.
- **Áreas de turismo rural** que pretende aprovechar la vivienda rural con fines turísticos y culturales. Pretende el desarrollo económico de las zonas en cuestión y ofrece el acercamiento a la cultura popular, contacto con actividades agropecuarias, deportes,..
- Es importante destacar la visita a **espacios naturales**, España cuenta con una diversidad paisajística muy grande con Parques Naturales de alto valor natural y cultural representativo del patrimonio natural español. Ejemplos son el Parque Nacional del Teide, Picos de Europa, etc...
- **Turismo de negocios y congresos.** Está relacionado con viajes breves para reuniones científicas o de empresas, asistencia a ferias, exposiciones, etc.
- **Turismo de salud.** En los últimos años se han recuperado o creado numerosos balnearios, caldas y termas, que combinan los tratamientos terapéuticos y estéticos con el ocio y el relax.

4. CONSECUENCIAS GEOGRÁFICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA

No es posible concebir una actividad como el turismo que no considere los objetivos económicos, sin embargo se han olvidado los objetivos sociales y ecológicos.

Las infraestructuras de turismo impactan en el paisaje, ejemplo son las “colmenas de apartamentos” de algunas ciudades costeras.

No siempre se ha respetado la ley de costas que obliga a dejar una distancia entre el mar y la construcción que se va a realizar, ya que todas las playas son públicas.

La costa española es muestra de un desarrollo turístico que sólo ha tenido en cuenta el objetivo económico. Las consecuencias negativas están apareciendo y pueden hacer peligrar los beneficios: la contaminación del mar puede incidir en un menor número de visitantes.

Se ha tratado de implantar soluciones como la implantación de la ecotasa que grave la actividad turística. En España tenemos el ejemplo de Islas Baleares que consiste en cobrar una cantidad a cada turista o empresa turística, para invertir ese dinero en la conservación del medio ambiente. Los detractores piensan que la ecotasa puede reducir el número de turistas y los que la apoyan afirman el efecto beneficioso porque selecciona el tipo de clientes a la vez que asegura la explotación turística a largo plazo. Algunas infraestructuras relacionadas con la montaña y la nieve crean impactos y levantan polémicas, como los teleféricos, o los cañones de nieve artificial que proliferan en numerosas estaciones de esquí.

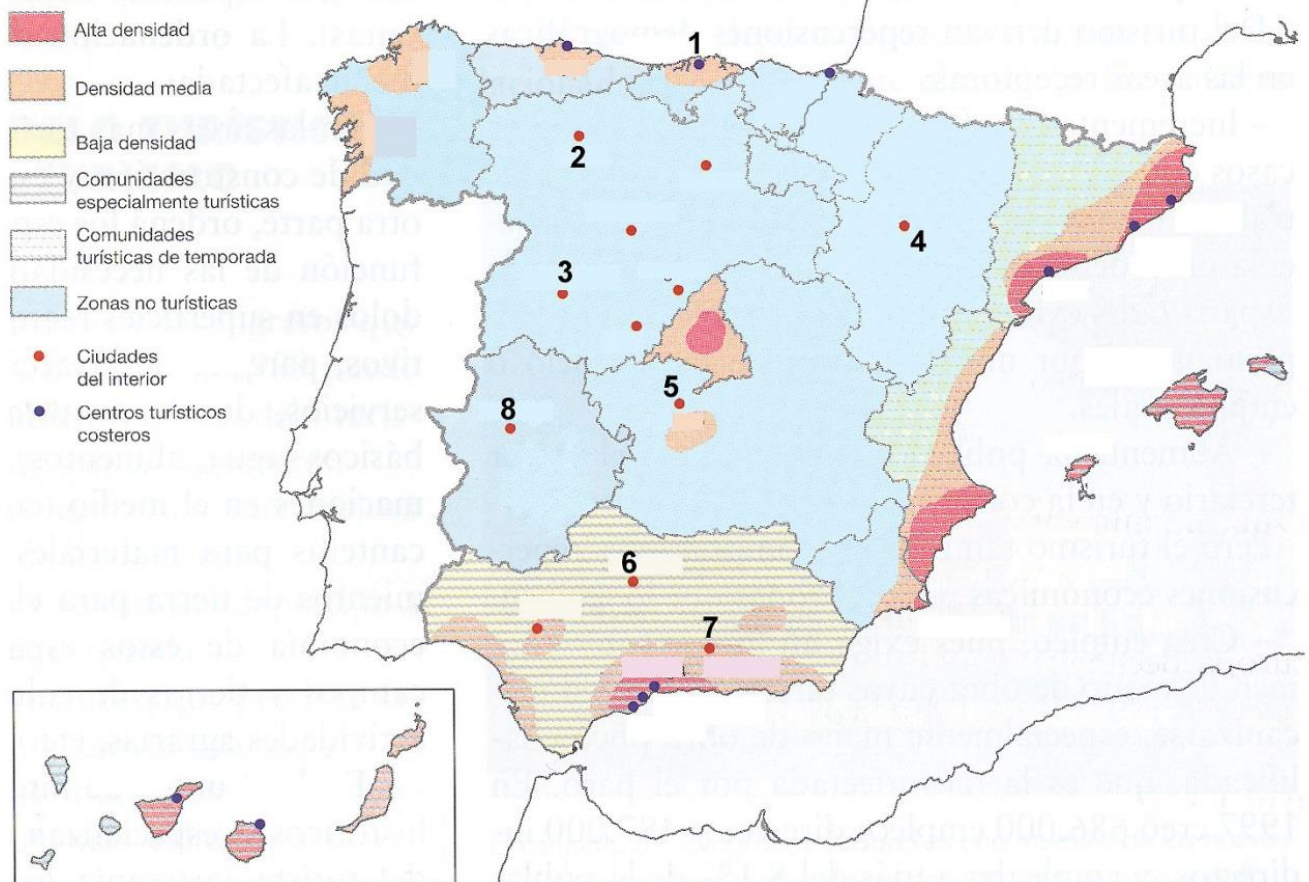
VOCABULARIO

- **Infraestructura turística:** conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para el funcionamiento del turismo
- **Venta Ambulante:** Es la que realizan vendedores de todo tipo de productos que trabajan en los mercadillos... dentro de una ciudad.
- **Cabotaje:** Navegación próxima a la costa. Por extensión, tráfico marítimo entre los puertos de un mismo país.
- **Catamaranes:** Buques de doble casco, que les permite alcanzar velocidades superiores a los buques de casco simple.
- **Operadores Turísticos:** Empresas mayoristas dedicadas a la organización de viajes, itinerarios y estancias de grandes grupos de turistas.
- **Vuelos Chárter:** Vuelos no regulares, es decir, contratados en función de la demanda, generalmente hacia o desde localidades turísticas en temporada alta. Permite abaratar los costes y ajustar la frecuencia de vuelos a la demanda.
- **Vuelos Regulares:** Vuelos que tienen un horario y una frecuencia reguladas, que no varían según las fluctuaciones puntuales de la demanda.

PRÁCTICAS**Práctica 1**

Analice el mapa de España en el que se especifican las áreas turísticas. Responda a las siguientes cuestiones:

- Correlacione los números del 1 al 8 con las ciudades a las que corresponden e indique qué tipo de turismo predomina en cada una de ellas.
- Nombre las provincias con alta densidad turística e indique qué tipo de turismo predomina en cada una de ellas.
- Explique los contrastes entre las áreas turísticas atlánticas y mediterráneas

ÁREAS TURÍSTICAS

Práctica 2

Analice el mapa de España en el que se especifica la distribución del empleo en la hostelería y las plazas hoteleras. Responda a las siguientes cuestiones:

- En qué provincias existe una concentración de plazas hoteleras superior al 4%.
- Qué provincias españolas tienen un porcentaje de empleo en la hostelería de más del 6% del total de España.
- Explique las razones de estos valores de concentración provincial de plazas y de empleo en la hostelería.

