

## Tema 14 .EL TURISMO EN ESPAÑA.

### EL SIGNIFICADO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD ESPAÑOLAS.

España es una de las principales potencias turísticas del mundo, tanto por el número de visitantes que recibe como por los ingresos que reporta esta actividad.

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 tópicas, 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.

## **LAS PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA Y SU TIPOLOGÍA.**

El turismo en España presenta estas áreas turísticas:

La Administración española distingue entre zonas turísticas y puntos turísticos, diferenciados entre sí en función de la amplitud del espacio geográfico que ocupan.

- Las **zonas turísticas**. Presentan una densidad turística más o menos homogénea. En ellos, la concentración de la oferta turística es tan amplia que sobrepasa los límites de un núcleo de población o de un término municipal, caso de la costa de Alicante, la Costa Brava, la Costa Cálida, la Costa del Sol, la Costa Valenciana, Palma-Calvià, y el sur de las islas de Gran Canaria y de Tenerife.
- Los **puntos turísticos** son focos aislados, y están ligados a atractivos turísticos concretos. Unos se sitúan en la **costa**, como Barcelona, Puerto de la Cruz, Santander, Lloret de Mar o Marbella; y otros se localizan en el **interior** peninsular o insular y suelen corresponderse con **ciudades históricas** (Madrid, Sevilla, Zaragoza, ciudades del Camino de Santiago), **estaciones invernales** (Sierra Nevada, Jaca, etc.) o **áreas de montaña** ligadas al turismo verde (Potes, en los Picos de Europa).

Las áreas turísticas pueden ser, además:

- **áreas especialmente turísticas**, si mantienen un turismo estable a lo largo de todo el año, caso de Baleares, Canarias y Andalucía; o
- **áreas turísticas de temporada**, cuando la estacionalidad del turismo es acusada y supera a la media del territorio nacional, caso de la Costa Brava (Gerona), la Costa Dorada (Barcelona y Tarragona), la Costa del Azahar (Castellón y Valencia) y la Costa Blanca (Alicante).

En cuanto a las zonas turísticas encontramos:

Las **zonas turísticas de alta densidad**: litoral mediterráneo (peninsular y balear) y Canarias. Modelo turístico de sol y playa. Incluyen la **Costa Brava**, desde Lloret de Mar hasta Palamós; la **Costa Dorada**, desde Torredembarra hasta Cambrils; la **Bahía de Palma**; la **Costa Blanca**, desde Alicante hasta Benidorm; la **Costa del Sol**, desde Málaga hasta Estepona; y el **sur de Gran Canaria**, desde Tenerife hasta Maspalomas. Otras zonas turísticas de alta densidad son Madrid y determinados enclaves de la cornisa cantábrica (Santander) y de la costa atlántica gallega (Rías Altas y Rías Bajas).

- El **litoral mediterráneo**: las condiciones atmosféricas del Mediterráneo y sus playas son las causas que explican que en él se localicen algunas de las principales zonas turísticas españolas y una buena parte de los centros turísticos costeros: Costa Brava y Lloret de Mar; Costa Dorada y Salou; Costa Blanca y Benidorm; Costa del Sol y Málaga, Marbella y Torremolinos; etc.
- **Canarias**. Su clima siempre cálido, le ha permitido un aumento espectacular del turismo en las últimas décadas. Los flujos turísticos se concentran en Gran Canaria y Tenerife; las infraestructuras hoteleras son especialmente numerosas en Las Palmas y en el Puerto de la Cruz.
- **Madrid**. Su turismo es de tipo itinerante, pues basa su oferta turística en el turismo monumental, cultural y de negocios. Alrededor de la capital hay una corona de ciudades turísticas entre las que destacan Alcalá de Henares y Aranjuez.
- La **cornisa cantábrica**. En el siglo XIX Santander y San Sebastián fueron los destinos preferidos de la aristocracia española. En la actualidad, aglutina únicamente una pequeña parte de los alojamientos turísticos, concentrados especialmente en Santander, Gijón y otros municipios más pequeños como Laredo y Castro Urdiales.
- La **costa atlántica gallega**. Las Rías Altas y Bajas tienen un turismo litoral basado en sus pintorescas costas y en la existencia de ciudades importantes, como A Coruña, Vigo y, ya en el interior, Santiago de Compostela

Desde el litoral, el turismo se ha difundido en ocasiones hacia espacios interiores más o menos próximos, que se han convertido así en **zonas turísticas de media y baja densidad**. En algunas de ellas se han desarrollado otras modalidades turísticas diferentes a la de sol y playa.

En el resto de las regiones españolas la actividad turística es poco o nada importante. El turismo se reduce a visitas puntuales a ciudades históricas destacadas por sus monumentos, tradición histórica o patrimonio cultural. Estas ciudades constituyen, por tanto, puntos turísticos aislados. Es el caso de León, Burgos, Valladolid, Segovia y Salamanca, en Castilla y León; de Zaragoza, en Aragón; de Toledo, en Castilla-La Mancha; y de Cáceres, Mérida y Trujillo, en Extremadura.

La distribución espacial del turismo se explica por factores económicos y territoriales. Entre ellos, destacan los siguientes

- **La accesibilidad y las vías de comunicación.** El factor favorece el desarrollo de unas zonas, como Cataluña, mientras otras que están mal comunicadas ( cabo Gata-Níjar) pueden presentar un escaso crecimiento.
- **La cercanía a una gran ciudad.** Es el caso de Barcelona, Alicante o Málaga, que han actuado en sus respectivas áreas como motor para la multiplicación de las segundas residencias o han impulsado el crecimiento de núcleos cercanos, como Lloret de Mar, Benidorm, Torremolinos o Benalmádena.
- **La acción de los promotores inmobiliarios.** Explica el crecimiento de núcleos turísticos concretos, generalmente de la costa mediterránea, como Benidorm, Salou o Torremolinos.
- **La imagen social de las ciudades.** Muchas ciudades de rica tradición histórica o patrimonio cultural o natural se convierten en paso obligado de cualquier programa turístico. Es el caso de Granada, Córdoba y Sevilla, en Andalucía; Santiago de Compostela, en Galicia; Toledo, en Castilla-La Mancha, y Cáceres, Mérida y Trujillo, en Extremadura.
- **Otros factores:** influencia de las grandes agencias de viajes o **touropedores**, que han promocionado determinadas zonas (Ibiza, Islas Baleares, Canarias) en detrimento de otras; el **cambio de mentalidad** respecto a la naturaleza, que ha provocado el nacimiento de nuevas formas de turismo (rural, ecológico, de aventura, enológico), el **modelo de asentamiento humano**, que contrapone los alojamientos integrados en grandes núcleos de población (Torremolinos, El Arenal de Palma, Salou) a las pequeñas urbanizaciones distribuidas en el espacio (calas gerundenses, mallorquinas y menorquinas).

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

**demanda 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.

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 11% del PIB y genera unos ingresos brutos de 24.000 millones de euros, lo que **permite compensar el déficit de la balanza comercial**. Su importancia económica no se ciñe al momento presente, sino que el turismo ha estado muy ligado al desarrollo económico de los años 1960, pues las aportaciones de divisas por parte de turistas y emigrantes permitieron financiar las importaciones.

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 avidez especulativa de personas, empresas y municipios.

### **Problemas y perspectivas de futuro**

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.

## **TURISMO Y MEDIO AMBIENTE EN ESPAÑA.**

En cuanto a **la relación entre turismo y medioambiente**, diremos que 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.

- El turismo ha ordenado el territorio de manera distinta en zonas turísticas que en otras que no lo son. Se encuentra una **alta densidad de edificación**, con la consiguiente especulación del suelo, y un cambio en el paisaje tradicional con construcciones de grandes bloques y residencias para extranjeros y los españoles en construcciones extensivas de baja densidad (chalés). Las infraestructuras de turismo **impactan en el paisaje**, ejemplo son las “colmenas de apartamentos” de algunas ciudades costeras.
- Un **aumento de la accesibilidad**, gracias a la mejora de las redes de transporte.
- Una **modificación notable del entorno**, instalando “espacios verdes”, parques de atracciones, parques acuáticos, campos de golf,.....

En los **puntos turísticos** la actividad ha originado también cambios importantes.

- El **reordenamiento de los centros históricos**: peatonalización de las zonas históricas, multiplicación de los servicios al turista (tiendas de recuerdos y artesanía, restaurantes), construcción de hoteles, etc.
- La **mejora de la accesibilidad y** de las vías de comunicación.
- La **urbanización de las periferias**: segundas residencias o de establecimientos hoteleros para satisfacer a una demanda de corta duración, pero de alta frecuencia.

En cuanto a los **impactos ambientales** podemos hablar de:

La **urbanización incontrolada de espacios naturales**: destrucción de bosques y de ecosistemas y desaparición de la fauna y l especies vegetales autóctonas.

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.

La **alteración del litoral**, que amenazan el buen el funcionamiento de los ecosistemas marino-costeros.

El **aumento de la contaminación acústica**, provocada por el incremento del tráfico rodado y de las obras, por aumento de lugares de ocio y diversión situados al aire libre.

La **generación de residuos**, que se ha visto reforzada por la urbanización masiva y la falta de infraestructuras adecuadas, y ha provocado que en algunas zonas hayan proliferado los vertederos

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 telesféricos, o los cañones de nieve artificial que proliferan en numerosas estaciones de esquí.

