

## TEMA 11. LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

1. EL SIGNIFICADO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS
2. CARACTERES DE LA OFERTA TURÍSTICA ESPAÑOLA Y TIPOS DE TURISMO
3. PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA
4. CONSECUENCIAS DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS



### 1. EL SIGNIFICADO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

En la actualidad, España es una gran potencia turística. Así, en 2019, ocupaba la segunda posición mundial en turistas recibidos (después de Francia) y la segunda en ingresos percibidos (después de EE.UU.). El turismo constituye actualmente el sector de mayor pujanza económica en España, representando algo más del 14,6% del PIB.

De Reino Unido proceden la mayoría de turistas que llegan a España. Alemania y Francia se sitúan a continuación, pero empujando con mucha fuerza, en los últimos años, hay que destacar el turismo procedente de Rusia.

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 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; los excelentes recursos naturales, especialmente relacionados con el turismo sol-playa; los recursos culturales, que actuaron como complemento de los anteriores; el bajo coste debido a la devaluación de la peseta en 1959; la existencia de infraestructuras y servicios; una política estatal, que llevó a cabo una intensa propaganda como destino turístico para financiar el déficit comercial, y todo ello a buenos precios, como correspondía a un país con cierto atraso respecto a los países de procedencia de los turistas: *Spain is beautiful and different, visit Spain*".

## 2. CARACTERES DE LA OFERTA TURÍSTICA ESPAÑOLA Y 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 demanda concreta de sol y playa.

Los países emisores de turistas a España son, principalmente los integrantes de la Unión Europea. Destaca Reino Unido y Alemania, 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.

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. 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.

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.

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 turoperadores 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. 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 el turismo ecológico o ecoturismo, 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. PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA (Práctica 11)

Las áreas de España con mayor densidad turística son las especializadas en sol y playa, y Madrid.

- **Las áreas turísticas de sol y playa** son las islas Baleares y Canarias, y la costa mediterránea peninsular. Todas ellas reciben una importante afluencia turística basada en sus favorables características climáticas y en sus excelentes playas.
- **Madrid**, la capital administrativa y financiera del Estado apenas posee estacionalidad turística y alberga una importante oferta hotelera destinada al turismo cultural y a un creciente turismo de negocios en tono a ferias, exposiciones y convenciones.
- Las áreas turísticas con densidades medias y bajas y los puntos turísticos (focos aislados ligados a atractivos concretos) están relacionadas con la difusión del turismo de sol y playa hacia espacios próximo y con el crecimiento de otras modalidades turísticas diferentes.
- **Ciertos tramos del litoral y prelitoral mediterráneo y suratlántico** se han ido incorporando al turismo de sol y playa como resultado de una reestructuración de los espacios costeros tradicionales y de la demanda de espacios menos saturados.
- **El litoral gallego y cantábrico** ofrece áreas costeras e interiores no masificadas, destacando paisajes naturales.
- **Los puntos turísticos** más visitados corresponden a las estaciones de esquí; los centros de turismo rural, muchas veces relacionados con la visita a espacios naturales; las ciudades históricas y artísticas, son ciudades con riqueza monumental, algunas de ellas declaradas Patrimonio de la Humanidad: Granada, Córdoba, Toledo, Segovia, Santiago de Compostela... y el turismo de salud, en los últimos años ha recuperado o creado numerosos balnearios, caldas y termas, que combinan los tratamientos terapéuticos y estéticos con el ocio y el relax.

### 4. CONSECUENCIAS DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Sin duda alguna, la actividad turística ha tenido un alto coste social y medioambiental.

En las áreas rurales y en los cascos antiguos de las ciudades puede favorecer el abandono de algunas actividades tradicionales e impulsar la especialización del espacio en otras para el servicio del turista: tiendas de *souvenir*, alojamientos, restaurantes, cadenas de comida rápida ...

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 buscar 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 polémica, como los teleféricos, o los cañones de nieve artificial que proliferan en numerosas estaciones de esquí.

La política turística actualmente se encamina al fomento de un nuevo modelo que pretende entre otros objetivos: conseguir una clientela menos numerosa y de mayor poder adquisitivo; reducir la dependencia de los turoperadores extranjeros para pasar la gestión a los turoperadores nacionales; fomentar el uso de las nuevas tecnologías, como Internet, para facilitar una participación más directa de la clientela en la organización de su viaje: información, reservas, excursiones, compras...

El turismo español, como ya hemos señalada más arriba, se enfrenta actualmente a la competencia de otros países debido a la mejora de los medios de transporte y a la búsqueda de destinos no masificados. En este sentido la renovación turística y la promoción del turismo en ferias internacionales (FITUR) es algo clave. Así, y a pesar de los problemas y de la competencia, en 2015 conseguimos liderar el ranking de competitividad por primera vez. Dicho ranking, elaborado por el Foro Económico Mundial, se basa en cuatro indicadores: Entorno turístico propicio (ambiente para los negocios, seguridad, higiene y salud, recursos humanos, TIC); política y condiciones favorecedoras del turismo (competitividad de los precios); Infraestructuras y recursos naturales y culturales. Los datos de 2019 nos siguen manteniendo a la cabeza.