

Tema 17. EL TURISMO EN ESPAÑA. El significado del turismo en la geografía y sociedad españolas. Las características de la oferta turística y de los tipos de turismo. Las principales áreas turísticas en España. Consecuencias geográficas del turismo en España.

La conversión de España en una potencia turística es un fenómeno reciente, con gran impulso desde fines de los 50. Los viajes y vacaciones, hasta entonces reservados a una minoría, pasan a ser disfrutados por un porcentaje muy elevado de la población de los países desarrollados. Las repercusiones tanto económicas como espaciales (urbanísticas y medioambientales) de este fenómeno son de primer orden.

España ocupa un papel de primer orden en el ranking internacional del turismo, según los dos indicadores usados habitualmente: el número de turistas extranjeros (60 millones en 2012) y el volumen de divisas que aportan (2º lugar tras EEUU).

El turismo es para España una de las actividades estratégicas de la economía: aporta más del 11% del PIB, genera unos ingresos brutos de 24.000 millones de euros, lo que permite compensar el déficit de la balanza comercial, es una fuente fundamental de ocupación de la población activa (más del 12%), actúa de locomotora en el resto de los sectores, atrae inversión exterior, ha contribuido a la redistribución de rentas y, asimismo, ha desempeñado un papel muy importante en la evolución de la sociedad española.

No obstante, no todos son efectos beneficiosos. Dejando de lado los negativos efectos medioambientales que desarrollaremos al final, la actividad turística tiene también contrapartidas económicas. Así, por ejemplo, es evidente que la acumulación turística durante el verano ha contribuido a incrementar el índice de *inflación*, el turismo también representa gastos –que han de ser asumidos por el Estado– en forma de financiación de infraestructuras (autopistas, aeropuertos...), o de campañas de propaganda internacional (ferias internacionales, oficinas creadas en los diversos países...)...

El espectacular desarrollo del turismo en España se debe a que cuenta con abundantes y variados **RECURSOS** que hacen de nuestro país un destino especialmente atractivo para el turismo internacional.

España es, en términos de **recursos naturales**, una especie de continente en pequeño, dada su gran variedad de medios físicos, y esto le proporciona fuertes atractivos turísticos. El mayor atractivo para los turistas extranjeros y españoles es la **abundancia de costas** con excelentes playas y buenas **condiciones climáticas** (abundante insolación); el turismo litoral o «*de sol y playa*» sigue predominando de manera abrumadora. No obstante, actualmente tiene también gran atractivo la **diversidad paisajística española**, sobre todo aquella que va unida a un relieve de montaña, donde además se pueden practicar tanto deportes de verano –senderismo, montañismo– como deportes de invierno –esquí, sobre todo–. A ello se une una variedad de **ecosistemas** y el atractivo turístico de los *espacios protegidos*.

Otro de los atractivos turísticos de España lo constituyen los **recursos culturales** acumulados a lo largo de su historia. Está constituido sobre todo por un **patrimonio artístico** (*ciudades patrimonio de la Humanidad*, cascos históricos, museos...). A ello se suman determinadas **rutas** de carácter histórico-artístico y en ocasiones también religioso, como la del Camino de Santiago. En los últimos años se están construyendo además en las ciudades más importantes de cada región edificios emblemáticos dedicados a la celebración de *Congresos* de diverso tipo, de festivales teatrales, musicales, etc., que han ampliado los motivos de atracción turística de un gran número de ciudades españolas. También son importantes los **atractivos folklóricos**. Muchas ciudades e incluso pueblos que disponen de fiestas muy características de naturaleza normalmente religioso-profano (Semanas Santas, Feria de Sevilla, Sanfermines, etc.).

Todos estos recursos potenciales se han convertido en recursos turísticos porque ha existido una serie de **FACTORES** que han hecho posible el acercamiento entre oferta y demanda turística, tanto española como extranjera.

a. Factores económicos.

El **desarrollo económico de Europa en la posguerra** y la fuerza de las organizaciones sindicales se tradujeron en una mejora de las condiciones de vida de las clases medias de Europa Occidental, que se manifestó en un incremento de la renta disponible y en el logro de un periodo de vacaciones anuales pagadas. **España**, por su parte, ofrecía **productos turísticos a precios muy baratos** (por el retraso relativo de España, con un bajo nivel de renta y una moneda devaluada). Además, el régimen franquista facilitó la apertura económica y el desarrollo del turismo con el fin de mejorar su *imagen* internacional y de obtener ingresos que financiaran la industrialización y compensaran el déficit de la balanza comercial. Se desarrolla así un **modelo turístico de sol y playa**, a precios baratos, y destinado a una clientela europea de poder adquisitivo medio y medio-bajo.

En la actualidad, el diferencial de precios se va recortando cada vez más, pero la oferta turística española sigue careciendo de competidores en relación al turismo masivo, dada la conflictividad existente en nuestros potenciales competidores del sur (radicalización islámica) y del este (Balcanes, Próximo Oriente) del Mediterráneo. Para el **turismo de calidad** media o alta, España sigue teniendo un atractivo todavía grande, aunque ha de hacer un esfuerzo aumentando la variedad de actividades turísticas e incrementando el nivel cualitativo de su oferta.

b. Factores técnicos.

El auge del turismo se vio facilitado por –y a su vez es causa del– gran desarrollo durante los años sesenta de los **medios de transporte** en España y sobre todo en las zonas turísticas, en función, por un lado, de una buena red de carreteras (autopista del Mediterráneo), y, por otro, de la aviación comercial, con grandes aeropuertos, como Madrid, y también Barcelona, Palma de Mallorca, Málaga, Tenerife y las Palmas. Al mismo tiempo se llevó a cabo la dotación de **infraestructuras de alojamiento**, originando en ocasiones auténticas nuevas ciudades, como Benidorm.

Sin embargo, la relación entre los turistas potenciales y los destinos españoles se hacían sobre todo a través de los **tours operadores**, de nacionalidad extranjera, que, aunque facilitaron la llegada de turistas a España, también derivaron gran parte del valor añadido del turismo hacia sus propios países.

c. Factores de situación.

Otro aspecto que facilitó enormemente el desarrollo turístico es el hecho de que España está situada en la proximidad de los países más desarrollados y por tanto emisores de turistas (*renta de situación*). Este factor sigue actuando en los momentos actuales con gran fuerza, si bien a medida que pasa el tiempo se consolida una tradición turística que asegura la vuelta de los turistas a lo largo de los años, crea el hábito a sus hijos e incluso contribuye a que una parte importante se conviertan en residentes permanentes al jubilarse y adquirir un alojamiento propio en España.

LAS PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA Y SU TIPOLOGÍA.

Aunque posteriormente matizaremos, se puede seguir afirmando que el modelo turístico consolidado en España tiene como principales caracteres su cuádruple concentración: de lugar de destino, de lugar de procedencia, de estacionalidad y de tipo de oferta (tipología):

.Se pueden destacar **cuatro destinos masivos y especializados** en la actividad turística: Cataluña, Baleares, Costa andaluza (especialmente Costa del Sol) y Canarias

.Los **países emisores de turistas a España** son principalmente Francia, Alemania y Reino Unido. Entre los tres superaron con creces al resto de países del mundo en 2012.

.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.

.El modelo predominante sigue siendo con mucha diferencia el que generó todo el proceso allá por los años 60, el **turismo de sol y playa**.

Junto a este turismo tradicional de sol y playa, y sin alcanzar aún su importancia, están desarrollándose **NUEVOS MODELOS TURÍSTICOS** basados en las transformaciones experimentadas por el turista, la tendencia cada vez más manifiesta de repartir el tiempo de vacaciones en distintos períodos, el aumento de población jubilada... Esto ha contribuido al desarrollo de diferentes modalidades de turismo, a fijar nuevos destinos turísticos y atenuar la estacionalidad de la demanda, que, sin embargo, todavía sigue siendo muy acusada.

Así, frente al turismo de playa mediterránea e islas, se extiende cada vez más:

.El turismo cultural, con el caso singular de Madrid, pero también de muchas otras ciudades españolas, como Toledo, Salamanca, el “triángulo de oro” (Sevilla, Córdoba, Granada) y Santiago de Compostela.

.El turismo de **costa cantábrica**, con un clima más suave, aunque no tenga asegurado el sol, y cercano a paisajes más atractivos visualmente.

.En el turismo de interior destaca cada vez más el **turismo de montaña**, que se extiende progresivamente por los Pirineos catalanes y aragoneses, y en menor medida por el resto de los

sistemas montañosos, aprovechando las diversas posibilidades de actividades en invierno y en verano que ofrecen estos parajes.

.Finalmente se está desarrollando, sobre todo en el interior, aunque no en exclusiva, el **turismo rural** y el **ecoturismo**, que se aloja en casas de labranza, que utiliza rutas verdes a caballo o en bicicleta, practica el senderismo o visita espacios naturales protegidos, buscando con ello un contacto con la naturaleza y con la vida humana más tradicional. Esta modalidad se ha desarrollado sobre todo en Navarra y está en aumento en otras regiones, como Castilla y León, Aragón y Extremadura.

Sintetizando, como reto de futuro, el sector turístico español debería, desde el punto de vista de la oferta:

.Empieza a ser 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) no 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.

El **impacto del turismo en el espacio** se manifiesta sobre todo en el desarrollo de infraestructuras de transportes, en el acondicionamiento del propio espacio turístico –tanto en el interior del mismo como en las zonas inmediatas–, así como en la atracción inmigratoria sobre la población cercana. A ello hay que añadir sus **REPERCUSIONES SOBRE EL MEDIO AMBIENTE**.

Inicialmente, el turismo ha tenido un indudable papel **destructor del medio ambiente**, sobre todo en gran parte de la costa mediterránea. Ello se debió tanto a la urgencia en satisfacer una demanda turística en continuo aumento en medio de una tolerancia constructiva excesiva, como a que el turismo de masas de esa época no exigía más que la existencia de sol y playa y que los precios fueran baratos. Estas repercusiones se concretan en la destrucción, por ocupación, de espacios naturales de gran valor paisajístico o ecológico (albuferas, salinas, dunas...), en la contaminación de las aguas costeras por los residuos urbanos sin depurar, el agravamiento del déficit hídrico, la contaminación de playas y bosques... Hoy, sin embargo, pasada esta primera fase y allá donde la recuperación es más factible, el turismo se está convirtiendo en un **regenerador** de la preocupación por el medio ambiente, sobre todo porque la conciencia ecológica de los turistas está aumentando y, por ello, se alejan de aquellas zonas que, sin ofrecer los precios baratos de antes, tampoco ofrecen ahora posibilidades de contacto gratificante con la naturaleza.