17

EL TURISMO EN ESPAÑA

ESQUEMA DE LA UNIDAD

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

1.1. Evolución del turismo en España

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos en España

- Características del turismo español
- Los tipos de turismo

2. LAS PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

2.1. Las áreas turísticas de alta densidad

2.2 Las áreas turísticas de media y baja densidad y los puntos turísticos

3. CONSECUENCIAS GEOGRÁFICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA

3.1. El impacto medioambiental de la actividad turística

- El desarrollo del **turismo en España** es un **fenómeno reciente**, con gran impulso desde finales de los **años 50**, cuando el fenómeno de populariza. España se convirtió desde entonces en una **gran potencia turística**. Las repercusiones económicas y espaciales (urbanísticas y medioambientales) de este fenómeno son muy importantes.

- **Turismo**: conjunto de actividades desarrolladas en los viajes y estancias realizados fuera de su entorno habitual por motivos de ocio. Cuando efectúan una estancia inferior a 24 horas se consideran excursionistas, si pernoctan y la estancia supera las 24 horas, se consideran turistas propiamente dichos.

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

1.1. Evolución del turismo en España

A) El modelo turístico tradicional.
Implantado **desde los 60** fue **el turismo de masas de "sol y playa"**. Se caracterizaba por una **oferta abundante y barata**, dirigida a una demanda masiva, con un poder adquisitivo medio o medio-bajo. Se concentraba en **verano** en las islas y el litoral mediterráneo.

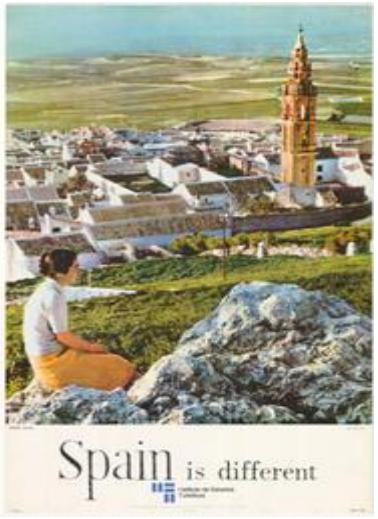
Las **causas** que consolidaron este modelo fueron **externas**: el desarrollo económico y de los transportes en Europa tras la IIGM, (los trabajadores tenían tiempo libre y dinero para el ocio); e **internas**: los excelentes recursos naturales y culturales, existencia de infraestructuras y servicios adecuados, los bajos precios y la política estatal de promoción e inversión…

PACO MARTINEZ SORIA
EL TURISMO ES UN GRAN INVENTO
JOSE LUIS LOPEZ VAZQUEZ

visitingeuropa.com
Turismo SOL Y PLAYA

SPAIN
SPAIN IS BEAUTIFUL
AND "DIFFERENT."
VISIT SPAIN.

SPAIN IS "DIFFERENT"
VISIT SPAIN


Spain is different

VERANEO EN LAS
PLAYAS DE
LEVANTE
PUBLICACIONES DE LA DIRECCION GENERAL DEL TURISMO

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

1.1. Evolución del turismo en España

B) La crisis del modelo turístico tradicional. **Entre 1973 y 1985**, **el turismo entró en crisis** ya que el número de turistas y de ingresos crecían a un ritmo más bajo que el mundial. Además de la **crisis económica mundial**, había otras **causas** como el encarecimiento de los precios en España, la falta de oferta diversificada y adaptada a las nuevas modalidades turísticas y la aparición de nuevos destinos competidores (norte de África, Caribe y sureste asiático).

C) Reconversión hacia un nuevo modelo turístico. **A partir de 1985 se recuperó el ritmo ascendente** debido a la entrada de España en la CEE, al crecimiento del turismo interno y al inicio de la reconversión a un modelo basado en la calidad (aumentar los índices de calidad y la diversidad de la oferta, compensando el descenso del número de turistas con el incremento de los ingresos) y en la sostenibilidad medioambiental.

A pesar de todo, esta reconversión no ha terminado completamente y hoy sigue predominando el modelo masivo de “sol y playa”.

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos

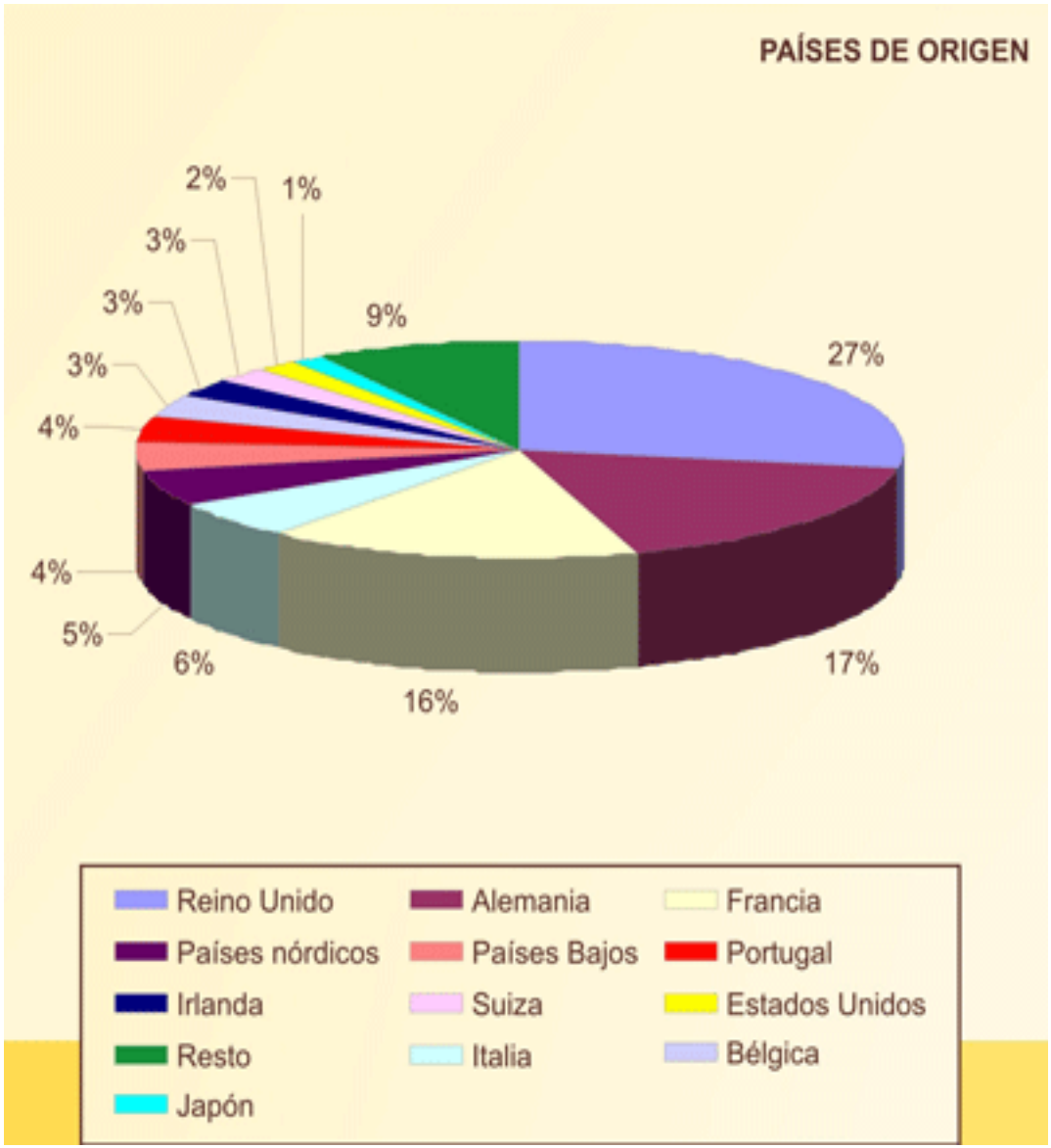
CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ESPAÑOL

*Respecto a la oferta turística destacan **los vendedores del producto** (instituciones de promoción, agencias turísticas y tours operadores) y **las instalaciones turísticas,** que en España cubren las necesidades de demanda.

*Respecto a la demanda

- La extranjera procede en su mayoría de Europa occidental (a la cabeza están Reino Unido y Alemania), pero también son importantes EE.UU. , Japón y algunos países del Este.

Es predominantemente **estival** y se concentra en las zonas **de sol y playa** de Cataluña, Baleares y Canarias, seguidas de Andalucía y C. Valenciana. Recurre más a la reserva de servicios, al paquete turístico y al alojamiento hotelero, aunque en los últimos años ha aumentado la contratación directa de servicios.



ORÍGENES DEL TURISMO RECEPTOR ESPAÑOL, 2008

	Turistas	%
Total países	57.310.880	100,0
Reino Unido	15.795.458	27,6
Alemania	10.067.646	17,6
Francia	8.188.112	14,3
Italia	3.333.800	5,8
Países Bajos	2.483.536	4,3
Portugal	2.240.474	3,9
Otros Europa	2.019.077	3,5
Irlanda	1.659.900	2,9
Bélgica	1.642.275	2,9
Suiza	1.287.455	2,2
Suecia	1.177.185	2,1
Estados Unidos de América	1.125.603	2,0
Resto del Mundo	1.087.214	1,9
Dinamarca	956.822	1,7
Noruega	952.977	1,7
Austria	545.665	1,0
Finlandia	509.115	0,9
Rusia	508.936	0,9
Otros América	340.533	0,6
Japón	237.565	0,4
Brasil	226.076	0,4
Argentina	214.497	0,4
Mexico	161.071	0,3
Canada	150.771	0,3
Luxemburgo	133.148	0,2
Venezuela	113.805	0,2
Grecia	82.711	0,1
Chile	69.454	0,1

Avance de datos

Fuente: INE

SUPERMERCADO

Sün
Sün

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ESPAÑOL

- La demanda nacional procede en su mayoría de Madrid, Cataluña, C. Valenciana y Andalucía. Se reparte a lo largo del año y presenta menor concentración. Viaja sin reserva o contrata directamente los servicios turísticos, y se aloja en establecimientos extrahoteleros (viviendas de familiares y amigos, segundas residencias…).

- Nuestro turismo se caracteriza también por la **excesiva estacionalidad de la demanda**. Se concentra en verano, excepto en las estaciones de esquí y en Canarias. Esto provoca un exceso de uso estacional de las infraestructuras que dificulta la amortización del capital invertido en la actividad.

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ESPAÑOL

*Además, el turismo ha de hacer frente a <u>problemas</u> como:

- El **predomino del modelo tradicional** de sol y playa supone clientela de nivel medio o medio-bajo, fuerte estacionalidad y dependencia de tours operadores extranjeros.
- La demanda plantea **nuevas exigencias**: calidad y variedad de la oferta, una organización más interactiva y respeto ambiental.
- **Crece la competencia internacional** por la mejora de los transportes y la búsqueda de espacios no masificados.

CALIDAD TURISTICA

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ESPAÑOL

* La política turística trata de resolver estos problemas en coordinación con las comunidades autónomas y la UE.

El ***Plan de Turismo Español Horizonte 2020***, busca incrementar la **calidad** (formación, infraestructuras…) y la **diversificación de la oferta** (conseguir un mejor reparto temporal y espacial, fomentar otros tipos de turismo como el rural, de montaña o ecológico), aumentar el uso de las **nuevas tecnologías** buscando una organización del viaje más interactiva, incentivar la **promoción turística** (ferias internacionales como FITUR, oficinas de turismo en el extranjero y planes para atraer a mercados emergentes -Plan Marca España-) y la búsqueda de un **turismo sostenible**, que responda a la exigencia de calidad medioambiental de la demanda.

Booking

Fitur

SMILE!
YOU ARE IN
SPAIN
ESPAÑA

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos

TIPOS DE TURISMO

Siguen estando encabezados por el de sol y playa, aunque desde la década de los 90 empiezan a tomar importancia otras modalidades.

- El turismo de borde de agua. Predomina el turismo costero de sol playa, y, con menor importancia, el de ríos, lagos y embalses. Está cobrando importancia el turismo termal o de balneario, que combina la cura medicinal con el descanso.

- El turismo de montaña. Aunque está especialmente ligado al esquí, los valores paisajísticos y las características de las montañas hacen que se den en ellas otras actividades (senderismo, barranquismo ...)

1.2. Caracterización y tipología de modelos turísticos

TIPOS DE TURISMO

- **El turismo ecológico.** Visita de espacios naturales protegidos.

- **El turismo rural**. En él se puede disfrutar del descanso y la calidad medioambiental, al tiempo que practicar numerosas actividades.

- **El turismo urbano** es principalmente cultural, dirigido a ciudades con patrimonio artístico, histórico y cultural. Está creciendo el turismo urbano de negocios, ligado a ferias exposiciones y congresos y a actividades como las fiestas, el folclore y la gastronomía.

2. LAS PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

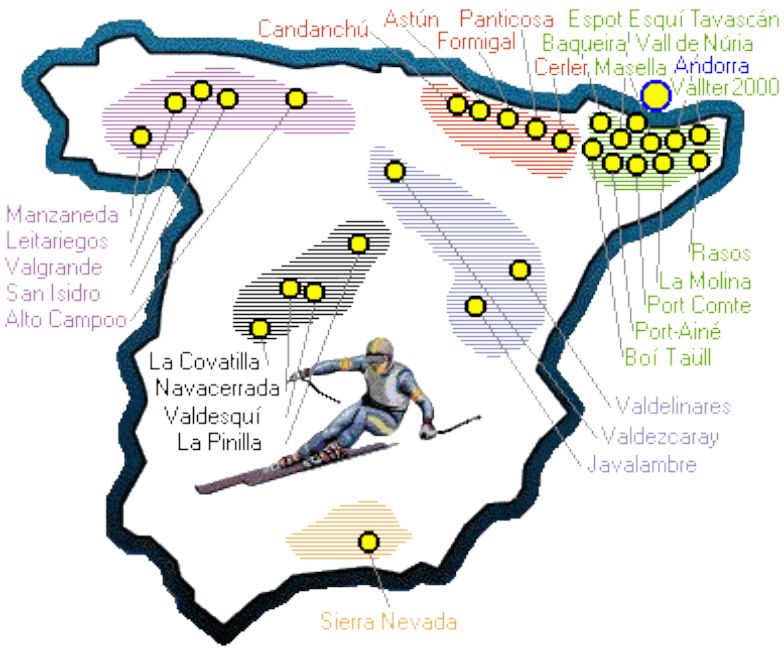
2.1. Las áreas turísticas de alta densidad

a) Las áreas de sol y playa. Son Baleares, Canarias y la costa mediterránea. Su alta densidad se basa en su buen clima, en sus excelentes playas y en un alto nivel de accesibilidad. En muchos de ellos todavía es muy latente el problema de estacionalidad como es el caso de la Costa Brava, la Costa Dorada y la Costa Balear.

b) Madrid apenas representa estacionalidad turística y alberga una importante oferta hotelera destinada al turismo cultural y al de negocios.

2. LAS PRINCIPALES ÁREAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

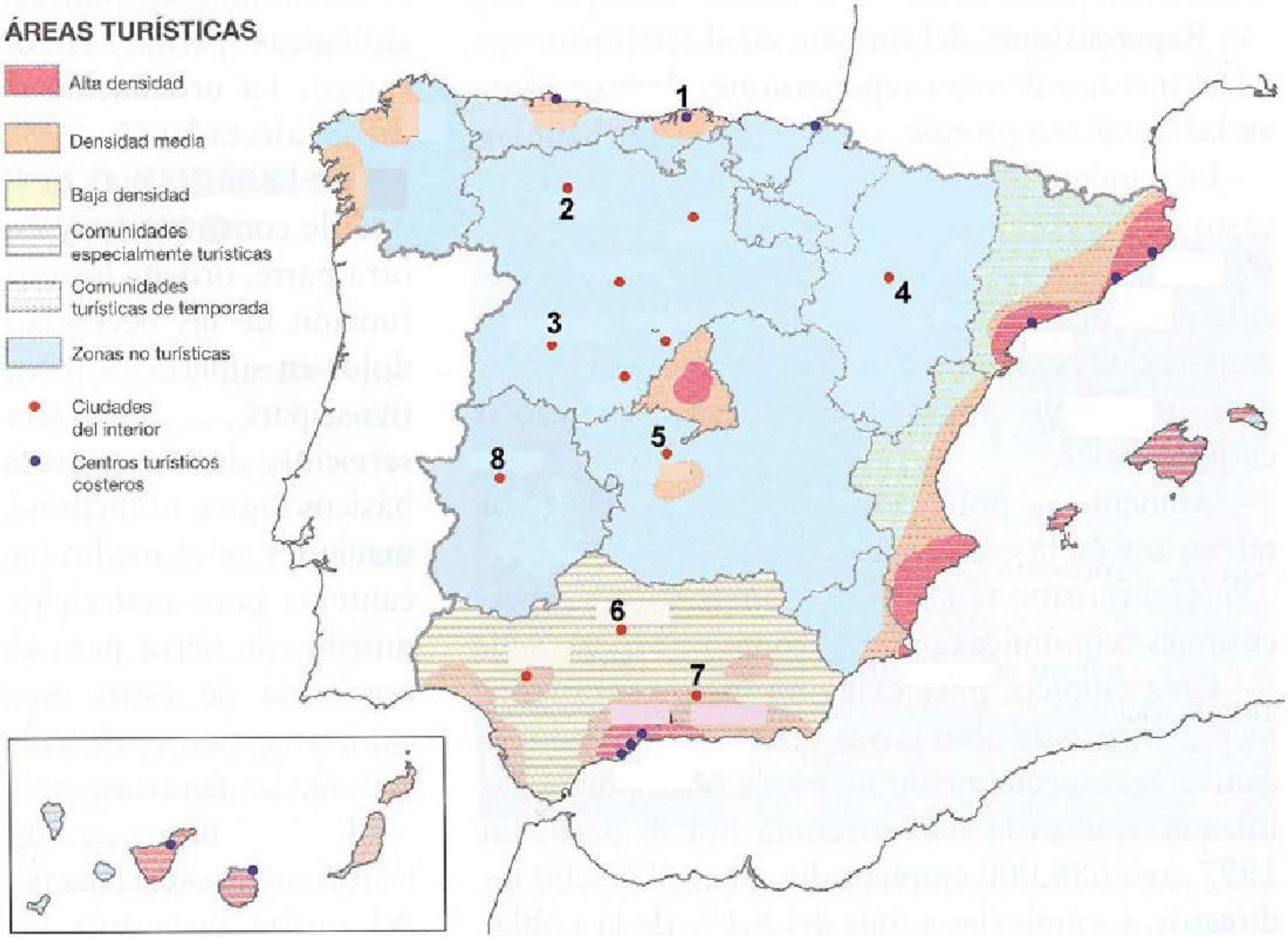
2.2. Las áreas turísticas de media y baja densidad y los puntos turísticos



- Están relacionadas con la difusión del turismo de sol y playa hacia **espacios litorales o prelitorales** próximos y con el crecimiento de otras modalidades turísticas. Ciertos tramos del litoral y prelitoral mediterráneo y suratlántico se han incorporado al turismo de sol y playa como resultado de la recesión de los espacios litorales tradicionales y de la demanda de espacios menos saturados.

- **El litoral gallego y cantábrico** ofrece áreas costeras e interiores no masificadas y paisajes rurales y naturales.

- **Los puntos turísticos** más destacados son las estaciones de esquí, los centros de turismo rural y las ciudades históricas y artísticas.


ÁREAS TURÍSTICAS
Alta densidad
Densidad media
Baja densidad
Comunidades especialmente turísticas
Comunidades turísticas de temporada
Zonas no turísticas
Ciudades del interior
Centros turísticos costeros
1
2
3
4
5
6
7
8

3. CONSECUENCIAS GEOGRÁFICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA

España ocupa un papel destacado en el ***ranking internacional del turismo***, siendo en 2013 el tercer país en número de visitas (tras Francia y EE.UU) al alcanzar un record histórico con la llegada de 60,6 millones de turistas. Las **repercusiones del turismo son muy significativas**:

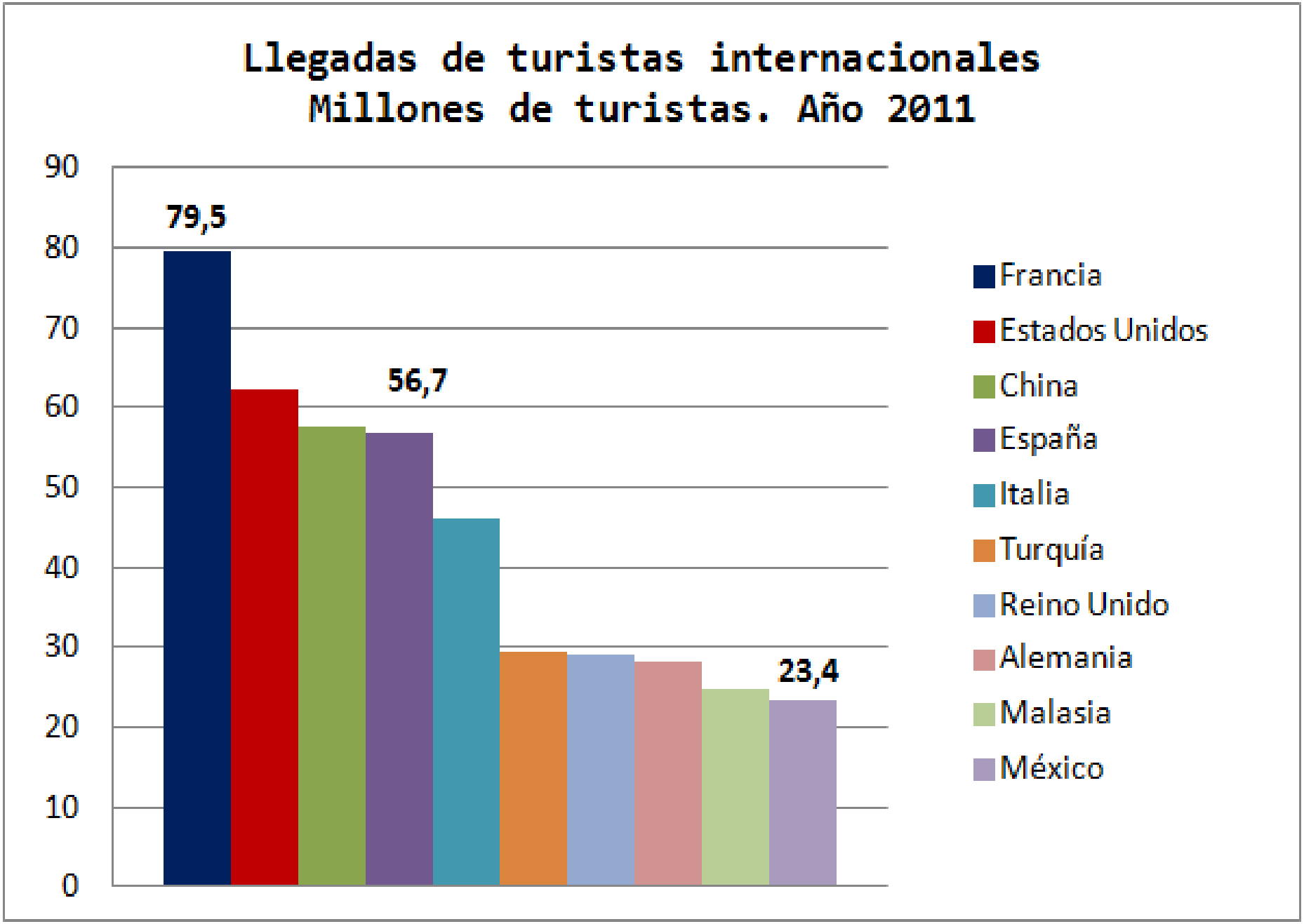
- Demográficas: **En las áreas litorales** incrementa los efectivos de población y la población ocupada en el sector terciario y en la construcción; **en ciertas áreas en declive**, ha frenado el despoblamiento y estimulado la revitalización.

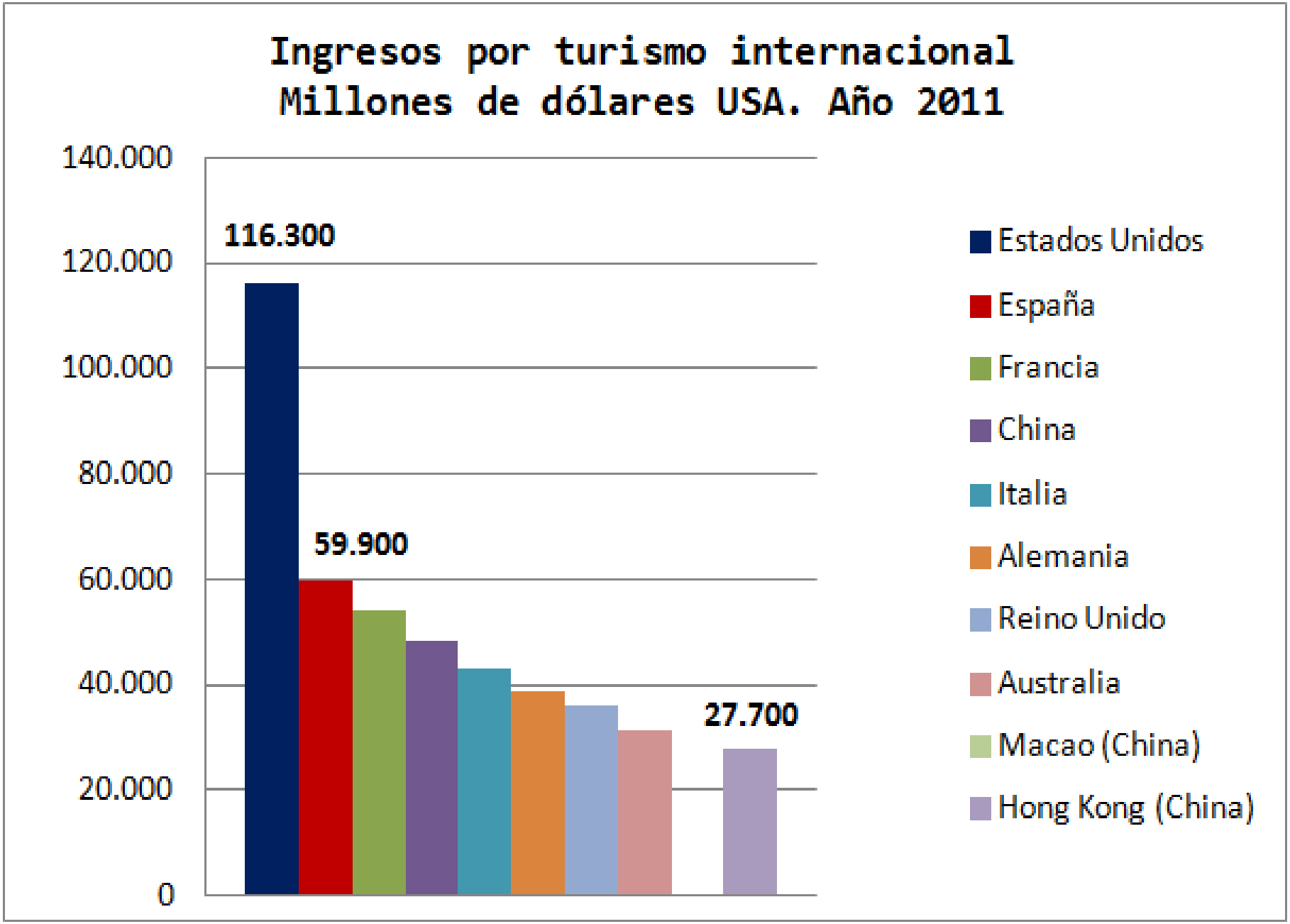
- En el poblamiento: **En el litoral,** suele provocar alta densidad de construcción y especulación del suelo. **En algunos espacios rurales, de montaña, urbanos,** ha colaborado a la rehabilitación del patrimonio edificado.

EL TURISMO HACE HISTORIA EN UN 2013 DE RÉCORD

Evolución de llegadas de turistas extranjeros a España. En millones de personas.

Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo


Llegadas de turistas internacionales
Millones de turistas. Año 2011
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
79,5
56,7
23,4
Francia
Estados Unidos
China
España
Italia
Turquía
Reino Unido
Alemania
Malasia
México

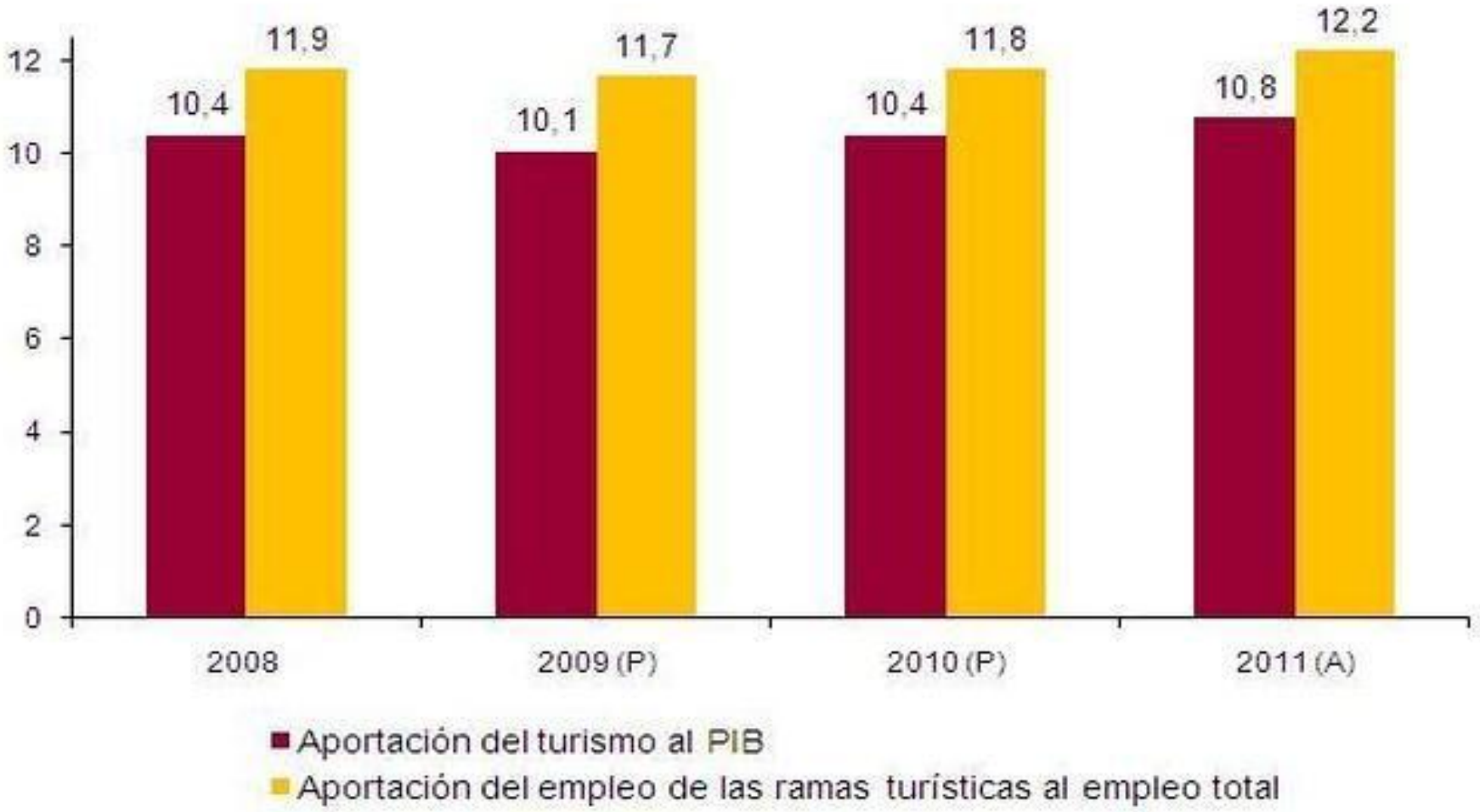

Ingresos por turismo internacional
Millones de dólares USA. Año 2011
140.000
120.000
100.000
80.000
60.000
40.000
20.000
0
116.300
59.900
27.700
Estados Unidos
España
Francia
China
Italia
Alemania
Reino Unido
Australia
Macao (China)
Hong Kong (China)

3. CONSECUENCIAS GEOGRÁFICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA

- Económicas: **El turismo genera más del 12% del empleo** y **aporta el 11% del PIB** constituyendo uno de los pilares básicos de la economía española. Además, **ejerce un efecto multiplicador** sobre otras actividades económicas que se ven estimuladas por la demanda turística (agricultura, industria, construcción) e influye en la política de transportes.

- Políticas, culturales y sociológicas. **Fomenta el contacto** con otras personas, culturas y entre Estados. También **incide sobre la sociedad local**, positivamente cuando estimula la modernización social, y negativamente cuando conlleva la pérdida de las señas de identidad propias o de la calidad de vida de los residentes.

- En la ordenación del territorio repercute en el entorno implantando actividades y servicios.


12
10
8
6
4
2
0
10,4
11,9
10,1
11,7
10,4
11,8
10,8
12,2
2008
2009 (P)
2010 (P)
2011 (A)
Aportación del turismo al PIB
Aportación del empleo de las ramas turísticas al empleo total

3. CONSECUENCIAS GEOGRÁFICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA
3.1. El impacto medioambiental de la actividad turística

- Las importantes impactos en el Medio Ambiente (fundamentalmente en gran parte de la Costa Mediterránea) están relacionados con el desarrollo del sector en poco tiempo, en un espacio reducido y en un momento en el que no se tenían en cuenta los impactos medioambientales.

- **Principales impactos ambientales** :

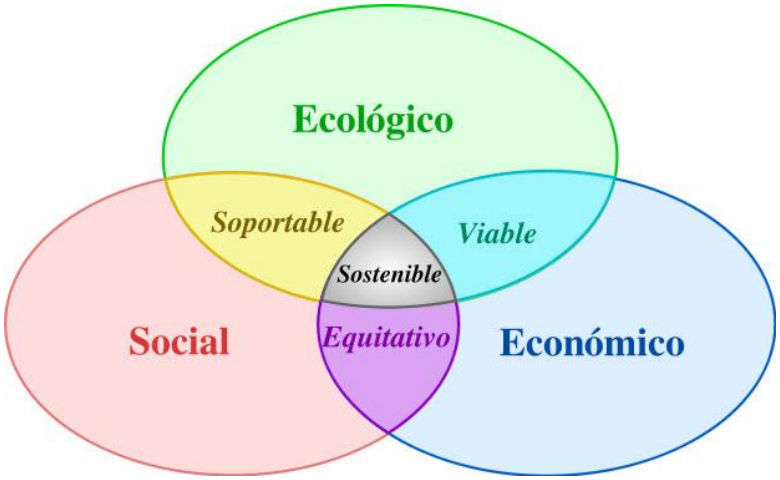
  - Alteración irreversible en el paisaje por actividad constructiva excesiva (proliferación de infraestructuras y construcciones).

  - La invasión masiva de zonas naturales con riesgos para la fauna y flora autóctona.

  - Disminución del suelo agrícola y forestal por el aumento de construcciones.

  - Aumento de la contaminación del agua, acústica, atmosférica y de residuos .

3. CONSECUENCIAS GEOGRÁFICAS DEL TURISMO EN ESPAÑA
3.1. El impacto medioambiental de la actividad turística

- En la actualidad la **política turística** está tratando de conseguir un **turismo más sostenible** (medidas que evalúan el impacto medioambiental de los proyectos, regeneración de espacios deteriorados…)

- Hoy podemos afirmar incluso que **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.